



di Maurizio Beraldo

L'estate è finita. E anche l'Expo. Non so se sia iniziato un filone dedicato appunto al tema dell'alimentazione, sono arrivate le novità dal mondo delle start up e già due sono indirizzate verso la produzione o la lavorazione degli alimenti, altre recensioni in tema erano inserite nel numero precedente. Anche la qualità del caffè è importante.

L'appuntamento di Capitani Coraggiosi, organizzato da ALEA e Ca' Foscari Alumni, ha messo in risalto come il settore sia importante e presenta protagonisti in grado di affrontare con originalità e abbinare l'immagine dei prodotti al territorio, alle tradizioni di un luogo se necessario.

L'Expo quindi cosa ha trasmesso, cosa ha rappresentato per il settore ?

Domande complicate, in un'intervista a Gianluca De Nardi abbiamo tentato di avere le opinioni provenienti da un punto di vista particolare, non solo business ma anche consapevolezza di non trattare gli alimenti come un qualsiasi prodotto di consumo: la salute e l'ambiente sono strettamente legati perché la prima è influenzata da quello che il secondo ci fornisce e, essendo tutto questo inserito in un processo economico, ci sono motivi di riflessione.

Uno sguardo dentro l'Expo, da una parte le architetture dei padiglioni, l'estetica, tentando di cogliere l'etica dei contenuti, alcuni padiglioni erano un grande esempio di rappresentazioni multimediali, tanto forse che lo strumento ha oscurato il messaggio.

La rubrica **Imprese nuove** riporta, anche in questo numero, le iniziative di alcuni incubatori di start up, l'inventiva e la laboriosità non si fermano.



Sommario

Capitani coraggiosi: le lezioni di contaminazione per il cibo del futuro dai campioni del food, di *Michele Bianco*

“Nutrire il pianeta” o è il “Pianeta che nutre noi” ?, intervista a *Gianluca De Nardi*

Imprese nuove

La fluorescenza svela il caffè reale, di *Francesca Iannelli, AREA Science Park, Trieste*

Witlab, il futuro della manifattura, di *Emanuele Bompan, Trentino Sviluppo*

Da Udine una app di valore per il settore Food & Beverage, di *Francesca Pozzar, Friuli Innovazione*

Suora e azienda automotive inventano succhietto medico, di *Astrid Brunetti, Heiko Schoberwalter, Anna Preißler, TIS Innovation park*

BIC Incubatori FVG S.p.A, sede ideale scelta anche da Pro.sy.T s.r.l, azienda IT consolidata ma in continua crescita, da *BIC Incubatori FVG S.p.A*

The new green solar system FOODWA able to accelerate the process of food drying, di *Gabriella Parmesan, Vega*

A I3P innovazioni a due e quattro ruote per una mobilità sostenibile e intelligente, di *Alessandro Tibaldeschi, I3P, Torino*



Capitani coraggiosi: le lezioni di contaminazione per il cibo del futuro dai campioni del *food*

di **Michele Bianco**
michele.bianco@gmail.com

‘Non di solo pane ma...’ La citazione è di quelle impegnative, però sintetizza perfettamente il risultato dei lavori del Convegno Annuale di Alea e Ca’ Foscari Alumni svoltosi lo scorso 23 maggio nella splendida cornice di Ca’ Foscari.

Molto si è scritto e discusso di *food* nell’anno in cui Expo Milano 2015 ha attirato lo sguardo e le attenzioni del mondo sulla nostra nazione e su uno dei settori che consideriamo, con orgoglio, un pilastro fondamentale delle italiane eccellenze.

E’ una leadership che in un contesto competitivo globale in profonda evoluzione non consente però rendite di posizione: vi è il rischio che sia destinata ad indebolirsi a vantaggio di altri interlocutori qualora il comparto alimentare non trovi formule innovative per mantenere le posizioni raggiunte e per approcciare i nuovi mercati ed i nuovi consumatori.

Ed è stato condiviso da tutti i relatori, imprenditori e manager che hanno fondato e che guidano aziende di successo, come non ci si possa più concentrare esclusivamente sulla *produzione del prodotto* seppur qualitativamente ottimo; per essere pionieri è indispensabile che ciascuna impresa concepisca un sistema d’offerta globale che generi e trasferisca valore ai destinatari, siano essi consumatori finali o clienti professionali.

Pensare al *food* come a qualcosa di statico ed immutabile, legato ad una pura tradizione è quanto di più sbagliato si possa fare. Il contesto in cui si muove e con cui si confronta quotidianamente l’impresa è globale, multidimensionale ed estremamente articolato: l’evoluzione dei modelli di consumo, la volontà di vedersi proporre qualcosa di nuovo ma comunque dal sapore antico, la conoscenza crescente da parte degli utilizzatori, la voglia di condividere esperienze con la nascita spontanea di comunità di appassionati, l’approccio a potenziali clienti che non sono cresciuti con la dieta mediterranea che vanno



educati dalle fondamenta e cui debbono essere trasferiti in toto i principi e la cultura del *made in Italy*.

E non c'è evoluzione senza innovazione.

Evocata da tutti, l'innovazione assume come non mai un ruolo primario di conseguimento di vantaggio competitivo e di creazione di valore a tutti i livelli. Se ci aspettiamo di trovare innovazione ad esempio *commerciale* nella creatività dei nuovi prodotti per soddisfare differenti esigenze ed esplorare nicchie interessanti, ed *industriale* applicata come ottimizzazione e razionalizzazione ai processi produttivi, diventa elemento distintivo se introdotta nelle altre aree del sistema azienda (ovvero l'impresa e tutti gli altri soggetti che con l'impresa hanno a che fare per qualsiasi motivo) con l'obiettivo di cambiare le regole di ingaggio ed identificare una identità distintiva nella relazione a tutti i livelli del mercato.

Ci riferiamo a “*qualcosa di speciale*” (cit. prof. Micelli, Univ. Venezia), un modello di sperimentazione che combini gli elementi fondamentali di qualità, sostenibilità e credibilità in una continua sperimentazione del modello, con una “*idea visionaria di personalizzazione*” (cit. dott. Brescacin, fondatore Ecor Natura Sì).

E non è vero che il *food made in Italy* di qualità e posizionato nella fascia alta o *premium* del mercato possa accedere solo a segmenti élite di prossimità e di limitate dimensioni. Come ben spiega la teoria della coda lunga (Chris Anderson Ottobre 2004 Wired), grazie ai nuovi canali digitali la frammentazione e la specializzazione

diventano

un'opportunità concreta non solo per facilitare il contatto con potenziali clienti finora esclusi, ma estremamente proficua per le imprese che sapranno innovare anche nel linguaggio e che saranno in grado di proporre una *consumer experience*.



Non di solo pane... il cibo che storicamente è sintesi di cultura, valori, di territorio e di tradizione, si è evoluto e si è arricchito di contenuti sofisticati.



ALEA Associazione Laureati Economia Aziendale

Università Ca' Foscari – Venezia, Business Community dal 1985

www.aleacafoscari.com

Alea News, Settembre 2015

La lezione sul *food for the future* mutuata da questi grandi imprenditori è che le imprese per avere successo e creare valore sono condannate all'innovazione continua, integrando la propria visione del business con elementi *soft* come la passione e l'esperienza, la sperimentazione ed il coinvolgimento, e che mantengano l'individuo come centro di gravità permanente.



“Nutrire il Pianeta” o è il “Pianeta che nutre noi” ?

Intervista a Gianluca De Nardi sull' Expo 2015

di Gianluca De Nardi
gianluca.denardi@ecornatur
asi.it

L'Expo è riuscito a trasmettere i messaggi, i contenuti che si proponeva ?

Secondo me l'Expo ha un po' fallito il messaggio che proponeva di trasmettere. Il pay off dell'evento, infatti, è stato “Nutrire il Pianeta”, quando il messaggio che avrebbe dovuto trasferire è invece l'esatto contrario cioè è “Il pianeta che nutre noi”. Nel concetto di “Nutrire il Pianeta” vedo ancora molto l'uomo al centro del sistema, con una sensazione di onnipotenza per la quale l'uomo può tutto, mentre uno slogan diverso dove si pone al centro il pianeta avrebbe potuto portare maggiore consapevolezza che è la terra invece che sta dando il cibo a tutti noi e che va rispettata la sua sostenibilità e la sua fertilità per dare il cibo a noi e ai nostri figli.

Quali sono i contenuti più importanti per quanto riguarda l'alimentazione umana, presentati dall'Expo ?

A me sinceramente è piaciuto moltissimo il padiglione “o” per esempio, uno dei pochi padiglioni che ha avuto l'obiettivo di far riflettere, anziché di far spettacolo.

Quello che mi aspettavo dall'Expo, appunto, era una consapevolezza delle risorse finite e non infinite, di quanto l'uomo ha devastato l'ambiente, della necessità di cambiare modo di fare agricoltura, uscendo da queste scriteriate leggi e sistemi dell'agire economico. Speravo in una riflessione su questi temi per portare un po' ad un cambiamento. Invece la sensibilità, l'attenzione data per il rispetto dell'ambiente è stata molto limitata.

I contenuti che in qualche modo sono stati presentati al Pavillon “o” dell'ONU, riportavano invece l'attenzione al tema della “sapienza universale” che la terra ha e che noi oggi abbiamo un po' perduto e che dobbiamo riscoprire; altri contenuti interessanti sono invece proposti dal padiglione della Svizzera. Il tema del limite delle risorse, del fatto che non c'è cibo a sufficienza per tutti lo poneva in maniera



molto concreta e con un esempio pratico: nella torre ti raccontavano quanto alcune risorse erano finite e tutto dipendeva da noi, dal nostro consumo, per cui tu eri responsabilizzato a prenderti o meno del cibo o dell'acqua nelle quantità che preferivi, però sapendo dell'effetto che queste tue scelte potevano avere sul pianeta. Era interessante vedere il comportamento dei visitatori: ho visto sia chi non prendeva nulla sia chi invece, vedendo qualcosa di gratuito, portava a casa tutto quello che poteva.

La manifestazione è stata visitata da un pubblico assai eterogeneo: una persona comune ha la preparazione o la sensibilità per decodificare i messaggi di queste esibizioni? Mi viene in mente, ad esempio, di padiglioni interi con sole proiezioni multimediali.

In padiglioni con sole proiezioni multimediali, come Israele per esempio, è passato molto e forte il concetto di identità nazionale e di come le nazioni si stanno impegnando nel portare avanti dei temi più o meno collegati al cibo, oppure alla possibilità di portare le risorse naturali un po' a tutte le popolazioni, a tutti i residenti. Alcuni stati hanno per esempio presentato come sono riusciti a portare avanti dei grossi progetti di irrigazione e distribuzione di acqua potabile. A mio avviso, alcuni messaggi non erano immediatamente percepibili al visitatore medio. Mi viene in mente il padiglione dell'Austria sull'importanza di respirare: è passato poco il messaggio sull'importanza di preservare l'aria ed è passato invece di più il concetto di refrigerarsi dalla calura estiva.

Si sta percependo nell'opinione pubblica l'esigenza di avere prodotti alimentari ottenuti con processi i più naturali possibili?

Si, su questo tema devo dire di sì, ormai è abbastanza diffusa l'opinione che i prodotti e anche i processi produttivi devono essere i più rispettosi possibili dell'ambiente, senza quindi l'utilizzo della chimica di sintesi. A mio giudizio però questo boom del biologico che stiamo tutti vivendo non è il traguardo finale di un rispetto dell'ambiente, ma è solo il prerequisito. La vera salvaguardia del pianeta, infatti, passa solo attraverso il rispetto ed il prendersi cura della vitalità del terreno, della sua fertilità.

Questo concetto si può comprendere con un semplice esempio: se una persona dovesse prendersi cura della sua vitalità e del suo stare bene e in salute, non è sufficiente non imbottirsi di droghe ma è necessario anche fare attività sportiva, non stressarsi, andare a letto presto, mangiare bene, avere pensieri positivi, sane relazioni, ecc. E' la stessa cosa in agricoltura: un terreno senza chimica non è detto che sia sano e vitale. Oggi l'unica metodologia di produzione agricola che io



conosca che si occupa della vitalità della terra è l'agricoltura biodinamica la quale, dando per scontato il non utilizzo dei prodotti di sintesi, ha tutta una serie di lavorazioni e preparati che arricchiscono la vitalità del terreno e la sua biodiversità. L'agricoltura biodinamica è così sia un sistema sostenibile nel tempo, in quanto non danneggia, ma anzi arricchisce la fertilità della terra, sia un metodo di agricoltura che garantisce prodotti veramente sani, perché ottenuti da un terreno vivo e capace di essere fertile anche per i nostri figli e nipoti.

Sul concetto di un cibo sano vorrei spendere ancora due parole. Oggi, come dicevo, stiamo arrivando a considerare sano un cibo non inquinato, prodotto senza l'utilizzo della chimica di sintesi. Sano è invece un prodotto non solo non inquinato, ma vitale, che porta veramente elementi nutritivi per l'uomo. Il vero concetto di qualità è quindi ancora molto lontano dalla consapevolezza comune. Un giorno non molto lontano tutti parleranno di "prodotti vitali, energetici o "biodinamici", ma oggi è ancora un concetto tabù. Per il momento, accontentiamoci di parlare di "prodotti biologici".

Il nostro paese come esce da questa manifestazione ?

L'Expo è stato l'esatto specchio del livello di consapevolezza medio che oggi purtroppo la gente ha del cibo. Se dimentichiamo un attimo le consapevolezze sopra accennate di chi lavora su questi temi e li sente nel profondo, è chiaro che il consumatore medio non può avere alcune sensibilità che per esperti del mestiere sono l'ABC. Da questo punto di vista non potevamo aspettarci di meglio. Dobbiamo quindi esserne contenti, anche se il pay off non era quello giusto, anche se l'Expo aveva un sacco di cibo di plastica, anche se nel decumano c'erano alimenti finti (non c'era un salame vero, una gallina vera, una mucca vera), anche se è passato un messaggio di superficialità nel trattare questi argomenti. Comunque il mondo ha voluto parlarne e questo è positivo, perché da qualche parte bisogna pur cominciare e c'era seria urgenza di parlare di questo tema.

Se poi guardiamo ad altri aspetti dell'Expo, per esempio l'organizzazione e la sicurezza, possiamo sicuramente affermare che l'Italia ne esce abbastanza bene.

L'Expo, infine, produrrà effetti di lungo periodo per questo settore così importante ?

Ogni azione ha sempre un effetto. Da questo punto di vista, sono convinto che tutti gli incontri che sono stati organizzati tra istituzioni, aziende e comunità civile per discutere o avviare della progettualità comune su questi temi, sicuramente porteranno dei frutti positivi, è solo questione di tempo.



ALEA Associazione Laureati Economia Aziendale

Università Ca' Foscari – Venezia, Business Community dal 1985

www.aleacafoscari.com

Alea News, Settembre 2015

Non mi aspetto tuttavia a breve termine una sensibilizzazione così forte sui temi che noi esperti del settore sentiamo più urgenti, come ad esempio il rispetto vero degli agricoltori e della terra. Oggi l'agricoltura è in profonda crisi e bisognosa di tutta un'altra serie di consapevolezze per poter cambiare e sopravvivere. Per risolvere questo problema, bisogna cominciare da subito a dare all'agricoltore il "giusto prezzo", ovvero quello di cui ha bisogno per fare un'agricoltura di qualità. Questo valore non dobbiamo aspettare che siano i buyer della gdo a riconoscerlo, perché loro continueranno a speculare ancora per molto tempo sul prezzo più basso d'acquisto. Ognuno di noi, invece, può dal basso avviare questa rivoluzione comprando quotidianamente prodotti di qualità con la consapevolezza che ogni euro di spesa è un voto a un'economia ed un mondo diverso.



La fluorescenza svela il caffè reale

di **Francesca Iannelli**,
[francesca.iannelli@areascienc
epark.it](mailto:francesca.iannelli@areascienc
epark.it)



E' possibile verificare e certificare le diverse varietà del caffè, garantendone la qualità nella filiera, fino alla bevanda in tazza, grazie alle tecniche di fluorescenza per l'analisi del DNA.

Il DNA è la molecola alla base della vita, determina l'aspetto e il funzionamento non solo degli essere umani, ma anche degli animali e delle piante. È unico e si trova all'interno di ogni cellula. È composto da cromosomi, che contengono tutte le informazioni genetiche utili per costruire un albero filogenetico. Studiare il DNA è fondamentale per comprendere l'appartenenza o il grado di parentela a una data specie e il metodo migliore per farlo, è l'utilizzo della luce, in particolare di molecole fluorescenti. Nei laboratori di DNA Analytica, si studia l'identità genetica dei diversi tipi di caffè in commercio e di altri generi alimentari come il cacao, proprio utilizzando la luce.

“Abbiamo sviluppato tecniche molecolari per analizzare il DNA degli alimenti, in particolare utilizziamo il fingerprinting, la stessa tecnica applicata per l'identificazione umana, che noi abbiamo esteso ai cibi – spiega Giorgio Graziosi, presidente della società. Siamo riusciti a creare nel tempo una vasta banca dati del caffè e siamo così in grado di identificarne con esattezza le diverse varietà”.

Tra gli obiettivi di queste analisi, la certificazione di varietà particolarmente costose coltivate in determinate zone geografiche oppure il confronto delle grosse partite di caffè ordinate con i campioni iniziali ricevuti dai produttori. La tecnica utilizzata prevede di copiare innumerevoli volte specifiche porzioni del DNA di caffè tramite il riconoscimento specifico di piccoli frammenti di DNA che fungono da inneschi alla copiatura detta amplificazione o PCR.

Le varietà di arabica vengono identificate in base alla lunghezza del prodotto di amplificazione, specifica per ogni varietà. La luce emessa come fluorescenza da particolari indicatori colorati agganciati agli inneschi consentono di leggere il risultato dell'amplificazione. Gli indicatori colorati sono di quattro tipi ed emettono luce blu, verde, gialla o rossa. Un sequenziatore legge la fluorescenza dei prodotti di amplificazione ed esprime la loro lunghezza come numero di paia di basi e li visualizza come picchi all'interno di un grafico.



Nel laboratorio di DNA Analytica la luce viene impiegata anche per identificare la percentuale di arabica e robusta presente nel caffè tostato. Dimostrare l'assenza di robusta in un pacchetto contenente pura arabica o che la miscela è esattamente quella riportata in etichetta è importante per due motivi: uno economico, visto che la miscela robusta costa un quarto rispetto all'arabica, e l'altro commerciale, a tutela del consumatore.

“Abbiamo progettato due frammenti di DNA chiamati sonde – racconta Romina Floris, ricercatrice - uno specifico per arabica e uno per robusta. In questo caso, la particolarità dell'analisi sta nella suddivisione della soluzione di amplificazione in circa 20mila goccioline della dimensione di un nanolitro. Questa fine suddivisione permette di inserire in ogni gocciolina una singola molecola di DNA da copiare, oppure nessuna molecola. Alla fine del processo, le goccioline che si illuminano di verde contengono il DNA di arabica, mentre quelle che si illuminano di blu contengono robusta. Dal rapporto tra le goccioline verdi e blu si calcola la percentuale di arabica o robusta presente nella miscela di caffè”.

DNA Analytica ha costituito nel tempo una vera e propria banca dati genetica, che comprende 350 varietà di caffè provenienti da tutto il mondo, e stanno sviluppando un progetto analogo per il cacao. Più di recente l'attenzione è stata puntata anche verso lo zafferano, spezia molto pregiata e per questo a rischio di frodi e adulterazioni a danno del consumatore.



Da Udine una app di valore per il settore Food & Beverage

di Francesca Pozzar,
francesca.pozzar@friulinno
vazione.it



TapFood è un software che collega i ristoranti da una parte ai loro clienti tramite un'app utile e divertente per ordinare online e dall'altra ai loro fornitori tramite innovativi tool logistici. L'obiettivo è quello di offrire alle piccole imprese le stesse capacità e possibilità dei grandi player del

Food&Beverage e ai loro clienti un'esperienza d'acquisto indimenticabile.

L'idea è stata sviluppata da una startup tutta friulana, fondata nel febbraio 2015 e cresciuta all'interno di Techno Seed, l'incubatore del Parco Scientifico e Tecnologico di Friuli Innovazione, a Udine.

L'impresa è guidata da 4 ragazzi poco più che ventenni, con competenze che spaziano dall'ingegneria all'informatica, che hanno ideato questo servizio per risolvere in primis le problematiche legate alla gestione degli ordini in un'attività di ristorazione nonché quelle relative alle consegne a domicilio.



“L'idea ci è venuta mentre stavamo cenando in una pizzeria al taglio – raccontano – e il pizzaiolo doveva organizzare contemporaneamente gli ordini provenienti dal locale, dal web e telefonici. Non ce ne si rende conto, ma gestire un'attività di questo tipo è piuttosto complesso,

soprattutto se prevede anche il servizio di consegna a domicilio o di take away.”

Da qui l'idea di creare un sistema che possa organizzare al meglio i vari aspetti di queste attività, fornendo un supporto tecnologico innovativo ma molto semplice da usare. Questa idea viene presentata al comitato di valutazione dell'incubatore



Techno Seed che la giudica interessante e così inizia il percorso di strutturazione del business plan e della realizzazione dei primi prototipi, fino alla creazione della società (che ha sede all'interno del Parco scientifico di Udine) e al lancio della app.

“Si tratta di una app gratuita – spiega Mauro Germani, socio fondatore della startup – con cui si può selezionare un ristorante tra quelli che aderiscono al servizio e comporre a piacimento il proprio piatto, scegliendo tra gli ingredienti disponibili e decidendo per la consegna a domicilio o il ritiro sul posto con due semplici passaggi”.

L'applicazione, online da metà settembre, è disponibile su Playstore e AppStore.

Per verificare il lato Business2Consumer, ovvero il gradimento degli utenti, il giorno della delivery della app sugli store è stato organizzato un “pizza party” che ha coinvolto i dipendenti delle oltre 30 realtà tra imprese e laboratori che hanno sede al Parco Scientifico e Tecnologico di Udine e sono stati i primi a testare il funzionamento del servizio.



L'aspetto di mercato più interessante di TapFood è però il lato Business2Business, ovvero ciò che sta a valle dell'ordine. Agli esercenti sarà fornito un software gestionale completo installato su ciò che già conoscono e utilizzano quotidianamente: un registratore di cassa.



Il software serve a gestire in modo ottimizzato sia gli ordini provenienti dall'app TapFood, sia gli ordini ricevuti al banco e quelli telefonici. Permette di aggiornare i listini, tenere sotto controllo il magazzino, i flussi di cassa, gestire il personale e avere un tracciamento GPS dei pony pizza, creando automaticamente percorsi ottimizzati per le consegne.

Accanto a un'esperienza di acquisto innovativa e creativa per l'utente, l'applicazione TapFood vuole infatti essere un aiuto soprattutto per gli esercenti, in un settore come quello delle attività commerciali dedite alla vendita di cibo pronto per la consumazione (pizzerie, paninoteche, kebab, gelaterie, ecc.) dove le micro aziende sono pressoché la totalità e il gap tecnologico tra esse e i loro clienti è ancora enorme.

“Grazie all'unione dell'app per gli utenti e il software gestionale integrato nel registratore di cassa, si crea la perfetta sinergia tra acquisto rapido e divertente per tutti coloro che desiderano del cibo da asporto tramite un menù del tutto innovativo. Inoltre, viene migliorata esponenzialmente l'informatizzazione delle procedure, assieme alla riduzione dei costi e la gestione ottimizzata della propria attività per i ristoratori.”

Per ora il servizio è disponibile nella zona di Udine ma si prevede una rapida espansione nelle altre province del Friuli Venezia Giulia entro la fine dell'anno, con l'obiettivo di sbarcare nelle altre regioni a inizio 2016.

TapFood è stata presentata in numerosi concorsi per idee imprenditoriali, ottenendo l'attenzione degli investitori. Recentemente è stata tra le cinque finaliste di .itCup 2015, concorso nazionale per startup innovative del settore ICT.



Witlab, il futuro della manifattura

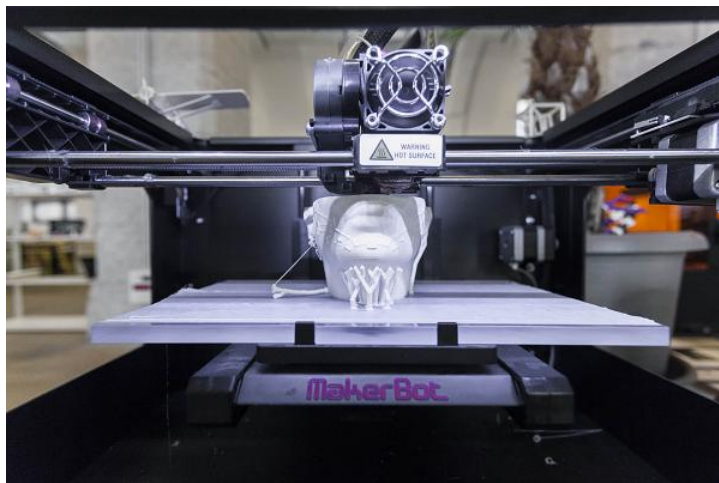
La rivoluzione 3.0 arriva in Trentino. Apre il primo laboratorio con stampanti 3D, officina elettronica e robotica, falegnameria, laser, centro di design e programmazione digitale, dedicato alle imprese green, hi-tech e all'artigianato di alto livello. Trentino Sviluppo: «Un passo in avanti nel nostro processo d'innovazione tecnologica e nuova manifattura»

di Emanuele Bompan,
press.progettomanifattura@trentinosviluppo.it

TRENTINOSVILUPPO
IMPRESA INNOVAZIONE MARKETING TERRITORIALE

Come si possono progettare e prototipare le invenzioni green e hi-tech che rivoluzioneranno l'economia

del XXI secolo? Si parla sempre di più di “nuova manifattura”, dove customizzazione e adattabilità di prodotto sono le due parole chiave. Dal digitale alla robotica, dalle tecnologie verdi ai sistemi di risparmio energetico, negli ultimi anni in Italia hanno aperto numerosi nuovi laboratori e officine per far lavorare gli artigiani altamente specializzati che cercano di innovare la nostra economia, con prodotti sempre più taylor-made e just-in-time.



Ora però s'inizia a fare sul serio. A **Rovereto**, a Progetto Manifattura, l'incubatore green di Trentino Sviluppo arriva **WitLab**, uno dei **più grandi Fablab d'Europa**, un **laboratorio artigiano hi-tech**, con stampanti 3D, un'officina per imprese grandi e

piccole, nuove e mature, dove fare sperimentazioni e prototipazioni di elettronica e programmazione robotica, falegnameria, una stazione di design e progettazione a tre dimensioni.

Sulla linea dei Techshop americani, Witlab, con i suoi **300 metri quadri**, si propone come un modello innovativo di spazio dove condividere saperi, know-how, idee, consigli tecnici, stringhe di codice, componenti cibernetiche o di materiali riciclati e dove poter mettere in pratiche idee di sviluppo. Non importa



essere uno sviluppatore di una impresa media-grande o uno studente. Il laboratorio è pensato per essere uno spazio R&D per chi non ne possiede uno o non vuole investire decine di migliaia di euro per possedere determinate tecnologie. Un'opportunità per tagliare costi e migliorare i tempi di sviluppo.

Spesso **realizzare un prototipo da testare** prima di metterlo sul mercato può costare anche centinaia di migliaia di euro. Ci si deve affidare ad artigiani specializzati, spesso più di uno, per realizzare ad hoc pezzi su misura per il proprio prototipo. Grazie a tutte le **macchine di nuova generazione** presenti nel **Witlab**, dalle tagliatrici laser alle stampanti in grado di realizzare veri e propri oggetti in 3 dimensioni di vari materiali (dalle fibre sintetiche al metallo) e ai sistemi di modellazione 3D informatici, questi costi possono essere notevolmente ridotti.

«Offriremo un servizio per tutte le imprese interessate – spiega **Andrea Saiani**, co-fondatore di WitLab - dalle grandi imprese che non hanno laboratori di meccanica o elettronica alle startup interessate a realizzare un prototipo del proprio prodotto, che spesso hanno poco più che un computer e mancano delle attrezzature per assemblare componenti, siano essi per la mecatronica che per le tecnologie della sostenibilità». I primi interessati ovviamente le imprese degli incubatori di Trentino Sviluppo, **Progetto Manifattura e Meccatronica**.





Porte aperte anche per le università, sia per chi vuole fare laboratori mirati, sia per organizzare workshop di una o più settimane, sfruttando anche la crescente ricettività che si sta strutturando nell'area di Progetto Manifattura a Rovereto. Un'opportunità per università e scuole di formazione avanzata.

«WitLab è un passo in avanti nel percorso di nuova manifattura intrapreso nel Trentino», spiega **Giovanna Flor, consigliere delegato all'innovazione di Trentino Sviluppo**. «Oggi modo abbiamo dotazioni al pari dei grandi FabLab americani, in grado di rivitalizzare l'innovazione nell'impresa e avvicinare i giovani alle scienze, dalla meccanica avanzata alla robotica di base, passando per digital design e creatività tecnologica».

WitLab è aperto in Piazza Manifattura 1, Rovereto (TN), dal lunedì al venerdì dalle 15:30 alle 20:30 ed il sabato dalle 10 alle 17. Per i lettori interessati: hello@witlab.io.

INFO: www.witlab.io



Suora e azienda automotive inventano succhietto medico

di Astrid Brunetti, Heiko
Schoberwalter, Anna Preißler
TIS innovation park
astrid.brunetti@tis.bz.it

TIS
innovation park

Il TIS ha trovato l'azienda per produrre l'idea nata alla Clinica Santa Maria.

Per chi si sveglia dall'anestesia o, per esempio, per chi è in terapia intensiva, l'idea di Suor Mirjam Volgger sarà di grande aiuto: il succhietto che rilascia liquidi o cibi che verrà prodotto dall'azienda altoatesina Tratter Engineering, infatti, allevierà le loro sofferenze. Lo sviluppo del prodotto è stato promosso e accompagnato dal Centro Sviluppo Prodotto & Nuove Tecnologie del TIS innovation park.



Il prototipo di "Medical Soother" è stato sviluppato dalla Tratter Engineering, azienda bolzanina attiva nel settore automotive, insieme allo studio bolzanino di design formAxiom e all'infermiera Sabine Kaserer; con la mediazione di Michaela Egebrecht del TIS hanno trasformato in

un'opportunità di business il problema segnalato da Suor Mirjam, coordinatrice della Clinica Santa Maria di Bolzano.

«L'equilibrio fisiologico della mucosa orale dei pazienti post-operatori che si risvegliano dopo essere stati intubati o che hanno dovuto sospendere l'alimentazione subisce dei cambiamenti» ha notato Suor Mirjam Volgger nella sua esperienza come infermiera; le conseguenze sono secchezza, ragadi ed afte.



Questi sintomi sono fastidiosi e dolorosi e possono ritardare il processo di guarigione. In altri casi devono essere somministrate delle sostanze che stimolino la produzione di saliva. Il problema che nasce con la soluzione dell'abbassalingua: i pazienti trovano particolarmente sgradevole avere qualcosa di legno in bocca. La sostanza che stimola la saliva, invece, è sgradita a causa del suo sapore artificialmente acido.

Le possibilità di utilizzo del nuovo succhietto medico sono talmente molteplici, che le problematiche elencate possono essere contrastate o curate: per i pazienti significa un alleviamento delle loro sofferenze.



Il know-how dell'infermiera ed esperta Sabine Kaserer nella cosiddetta “stimolazione basale”, le competenze tecniche della Tratter Engineering e il design della formAxiom alla fine, grazie alla moderazione competente della collaboratrice del TIS Michaela Egebrecht hanno permesso al prototipo “Medical Soother” di vedere la luce: uno in elastane insapore e uno in cotone biologico retato. La prima variante è pensata per la somministrazione di liquidi, mentre la seconda permetterà ai pazienti di assumere verdure e frutta. In questo modo si combatte anche la tipica secchezza orale dei pazienti che escono dall'anestesia totale. In questo caso è molto importante che questi vengano trattati con sostanze aromatizzate che conoscono, in modo che si possano allenare le papille gustative.

La parola “ciuccio” usata al posto di “Medical Soother” non è benvenuta né al TIS né alla Clinica Santa Maria. «Con il succhietto vogliamo alleviare le sofferenze di



persone a volte anche gravemente malate. Per questo riteniamo molto importante che il Medical Soother venga chiamato “succhietto” ma non “ciuccio”» afferma Michaela Egebrecht del TIS. Il concetto riduttivo di “ciuccio” ferisce la dignità dei malati che dipendono dal Medical Soother.

La soluzione che viene adottata per risolvere questo problema è normalmente quella di mettere un cubetto di ghiaccio o della frutta su un abbassalingua di legno e avvolgere il tutto in garze di cotone, attraverso cui i pazienti possono così succhiare i liquidi in cui si inserisce il ghiaccio da succhiare.

«Metterci nei panni di pazienti con limitate capacità motorie è stato l'impegno maggiore, per noi che facciamo stampi per materie plastiche destinate al settore automobilistico» afferma Gerhard Tratter, amministratore delegato nonché proprietario della Tratter Engineering. Grazie alla spinta di Michaela Egebrecht però, convinta che l'azienda avrebbe potuto trovare uno sbocco remunerativo nel settore delle tecnologie medicali, hanno deciso di accettare la sfida: «Dopo aver ottenuto la certificazione igienica e per processi alimentari lanceremo il “Medical Soother” sul mercato».



BIC Incubatori FVG S.p.A, sede ideale scelta anche da Pro.Sy.T S.r.l., azienda IT consolidata ma in continua crescita

Ufficio Relazioni Esterne
info@incubatori.fvg.it

PROSYT

La società Pro.Sy.T S.r.l. (www.prosynt.it) ha una storia imprenditoriale iniziata oltre vent'anni fa grazie a un gruppo di professionisti dell'IT, provenienti da esperienze e collaborazioni qualificate nel settore. Nel corso degli anni, Pro.Sy.T. si è evoluta in una vera e propria software factory sempre più orientata a realizzare soluzioni gestionali ad alto contenuto tecnologico e ha da tempo intrapreso un percorso per ottenere il primo livello di eccellenza secondo il modello EFQM (European Foundation for Quality Management), strumento indispensabile per ottenere l'eccellenza in ambito organizzativo.

Pro.Sy.T. si è sempre posto l'obiettivo di supportare i propri clienti nella loro crescita e nello sviluppo del core business, proponendo le tecnologie, gli strumenti e le competenze più innovative nell'ambito dell'Information e Communication Technology. Per questo motivo investe annualmente il 15% del suo fatturato in Ricerca e Sviluppo e, nel 2014 - al fine di sviluppare ulteriormente l'offerta software per la gestione delle PMI - dopo le sedi Milano, Spinea (VE) e Udine, ha deciso di avviare una realtà anche a Trieste presso il BIC Incubatori FVG S.p.a., dove ha poi potuto anche usufruire del Fondo Rete Incubatori di Invitalia - rete di cui BIC Incubatori FVG S.p.A. fa parte. Il compito della sede operativa ospitata al BIC di Trieste è di promuovere nuovi progetti di sviluppo tecnologico e la diffusione di applicativi e, dopo poco più di un anno di permanenza nell'Incubatore, si stanno già vedendo i risultati.

Pro.Sy.T, grazie anche allo staff altamente specializzato di cui si avvale, è infatti una software house e società di consulenza e servizi IT che non offre semplicemente sistemi informativi aziendali, ma si propone come partner tecnologico delle aziende clienti garantendo a queste ultime professionalità, spirito di innovazione e massima qualità. Inoltre le soluzioni di Pro.Sy.T. sono integrate con i servizi di consulenza finanziaria e commerciale, al fine di



individuare l'approccio progettuale più idoneo rispetto alle esigenze e le capacità del cliente.

Negli anni Pro.Sy.T. ha affinato sempre più la capacità di sviluppare e proporre soluzioni perfettamente adattabili alle specifiche esigenze del settore merceologico dell'azienda cliente. In tal senso, sono stati raggiunti alti livelli di competenza nel settore meccanico, caseario, logistico, finanziario. I servizi offerti si rivolgono anche agli studi professionali, soprattutto commercialisti, studi paghe, studi di ingegneria e Pubblica Amministrazione.



Molti gli ambiti di competenza e le attività svolte, fra queste:

- comprendere il core business e le esigenze specifiche;
- esplicitare e definire obiettivi e strategie di breve, medio e lungo periodo;
- individuare criticità di gestione ed aree di intervento;
- individuare priorità, opportunità ed obiettivi strategici degli investimenti tecnologici ed organizzativi a supporto;
- identificare, progettare e comunicare il valore dello sviluppo tecnologico e dell'evoluzione organizzativa progettata;
- supportare l'azienda nell'individuazione, progettazione e sviluppo della migliore soluzione di information e Communication Technology, individuando la più opportuna agevolazione finanziaria a sostegno dell'investimento;
- monitorare e assistere il cliente nell'adozione dell'innovazione tecnologica e organizzativa, stimolandone l'evoluzione continua, ottimizzando e integrando gli investimenti e le risorse ITC nei parametri di ROI definiti;



- ridurre i tempi di implementazione delle soluzioni, raggiungendo elevati livelli di ROI.

Infine, Pro.Sy.T. vanta una consolidata specializzazione nella consulenza in ambito software per il settore aziendale e professionale, operando all'interno delle seguenti macro aree:

- ricerca, progettazione, produzione e sviluppo di soluzioni software per il business e l'e-business, tra cui la soluzione proprietaria di eXtended ERP HYPERGest, e le
- soluzioni integrate di product management e di document and process management;
- ricerca, progettazione, produzione e sviluppo di soluzioni software per il business e l'e-business, tra cui la soluzione internazionale X-Cross ERP, di cui ProsyT è distributore per conto di Cross Software;
- servizi di consulenza di direzione, comunicazione, progettazione, ingegneria e formazione per la gestione dell'impresa;
- consulenza finanziaria, formazione e intermediazione commerciale, e servizi di supporto e governance su soluzioni software;
- servizi di manutenzione e customizzazione soluzioni software per la gestione dello studio professionale, tra cui la verticalizzazione dell'ERP HYPERGest;
- servizi di manutenzione e assistenza soluzioni software di terze parti per la gestione delle risorse umane, delle paghe, della contabilità e operatività fiscale per i clienti dello studio professionale;
- servizi di consulenza informatica, formazione e istruzione per la gestione dello studio professionale, dell'attività professionale e delle organizzazioni in forma di associazione;
- servizi di consulenza, formazione e istruzione su soluzioni software verticalizzate per la pubblica amministrazione, nell'ambito della gestione documentale, gestione e controllo di processi e procedimenti, nonché monitoraggio delle performance.



The new green solar system FOODWA able to accelerate the process of food drying

*di Gabriella Parmesan,
g.parmesan@vegapark.ve.it*



The new green solar system FOODWA was recognized by the UNIDO International Award Innovative Ideas and Technologies on Agribusiness. This Award is focused on identifying the best technological solutions in the field of agribusiness to be implemented in developing countries.

The Award ceremony took place on 26 August at Expo 2015 and was attended by numerous academic, institutional and social representatives.

FoodWa is one of the technologies created by SOLWA Srl., an Innovative Company, Spin Off of the University Ca' Foscari (Venice), part of the International SANTEX RIMAR GROUP that works in the field of the Green Technologies, in particular in the water treatment sector and dehydration processes.

FoodWa is the new green solar system able to accelerate the process of food drying thanks to its autonomous system based on Solwa Technology: it works without energy supplies and does not need skilled staff. FoodWa works only by sun and currently there are no stand-alone technological systems to dry food. FoodWa advantages are no waste, no CO₂, costs reduction, energy and natural resource saving.

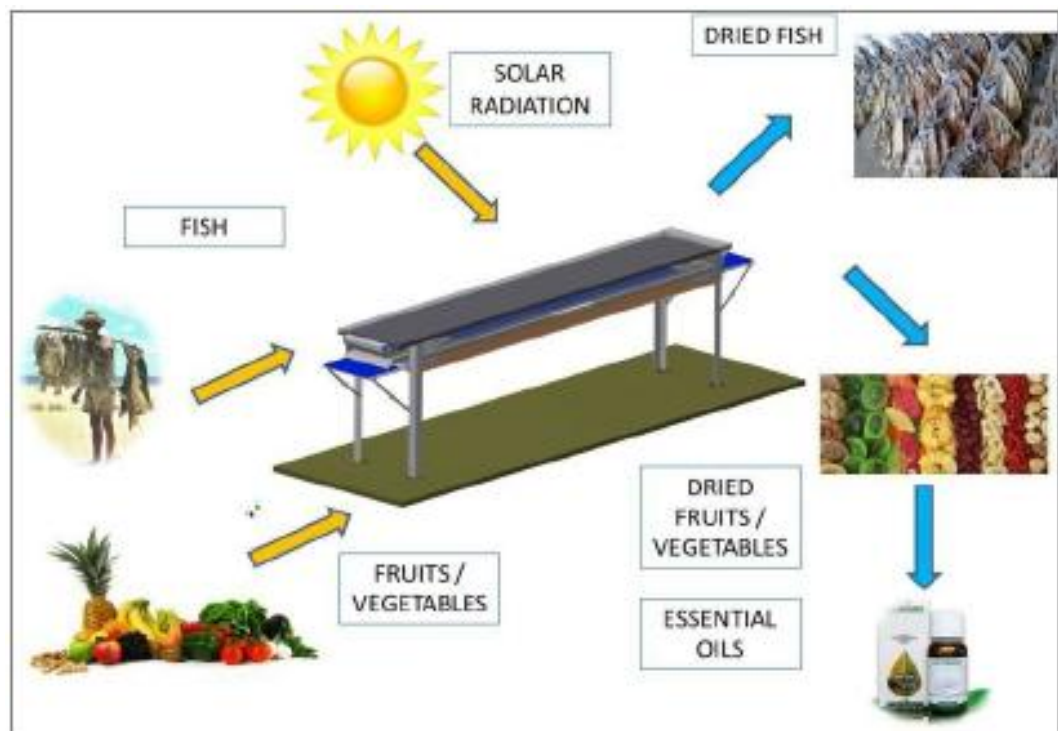
Drying process is one of the most common techniques used to preserve food and preventing the growth of mildew and bacterial colonies. If the food is dried in the open air under direct solar radiation (traditional way), the food is unsafe and cannot be store. In countries where there are not freezing systems, drying is the unique method to preserve food.

Thanks to this innovative system, people could eat vegetable, fruit or fish months later after harvest. Moreover, the food stored can be sold increasing the



entrepreneurship and commercial exchanges (local market and export). This vision can improve the local economy and generate employment for local people.

The technology and the social process of FoodWa can be a new way to promote a sharing economic model that can help the development of small local entrepreneurs, thanks to the promotion of Farmer Clusters activities and mutual collaboration. Farmer Unions can manage FoodWa Centres (Collection Centres for agricultural products), where people or farmers bring their harvests in exchange for money.

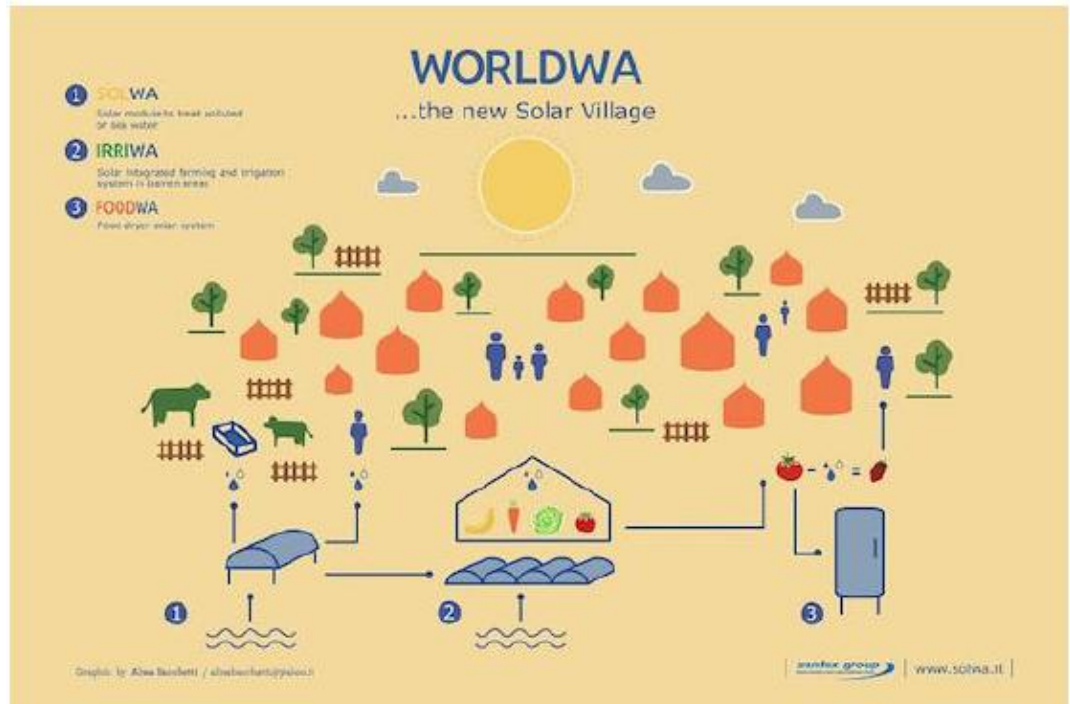


FoodWa Centres, after drying food, can trade it in the local or international markets, as well as dealing with specific food processing companies or with pharmaceutical and cosmetic industries. Associates can also share managing costs of the Centre and the cooperatives of farmers can develop different services and business activities related with the Cluster (agriculture, processing and trade), assuring and guaranteeing revenues and incomes to farmers and their families.

The technology is eco-friendly, being powered only by solar energy, scalable and simple to transport (it can be moved depending on the periodicity of harvests), being a system model easy to replicate in every country of the World.



FoodWa allows the development of food processing industry, solving specific problems like food storage and conservation, handling and transportation service (avoiding food and money losses), the increase of food availability and safe food supply; to reduce the dependence from imported products, like juice.



FoodWa assures an inclusive and sustainable system, creating local jobs and income (from the manufacturing to the drying process), enhancing local and global trade (dried food can be sold and export), supporting economy diversification and building new green industries. The system is completely green, so the Countries will have also environmental benefits (no pollution, no energy waste, innovation, no costs).

SOLWA Company will support technical local training and technology transfer, as well as partnerships in order to reach a great sustainable development.

To know more: www.solwa.it



A I3P innovazioni a due e quattro ruote per una mobilità sostenibile e intelligente

di **Alessandro Tibaldeschi**,
ale@agenziapressplay.it



La mobilità degli italiani si indirizza verso soluzioni sempre più “smart” e sostenibili. In tema di auto, complice la crisi, si assiste ad una **riduzione del tasso di motorizzazione** con un **aumento dei veicoli a basso impatto ambientale** (diventati l’8% del parco nazionale circolante). In parallelo crescono,

con percentuali a due cifre, gli utenti che scelgono **car sharing e bike sharing**: questi servizi “compartecipati” si sono così diffusi nelle città italiane, da diventare nuove voci nel **paniere Istat 2015** per la rilevazione dei prezzi al consumo.

Oltre a queste soluzioni già affermate, il campo dell’innovazione offre nuovi prodotti per rendere la mobilità ancora più intelligente e sostenibile. Dai sistemi **per la sicurezza dei veicoli in caso di pioggia** al **carpooling aziendale certificato**, dal **servizio di consegne merci in bicicletta alle due ruote elettriche a pedalata assistita**, passando per gli **antifurti GPS collegati allo smartphone**: sono alcune delle innovazioni sviluppate dalle startup di I3P, l’Incubatore di Imprese Innovative del Politecnico di Torino per migliorare insieme alla mobilità anche la qualità della vita e dell’ambiente.

Queste nuove soluzioni sono state al centro dell’evento dal titolo **“Smart Mobility, mobilità sostenibile per vivere meglio”** che è recentemente svolto presso I3P. Nel corso dell’appuntamento, le innovazioni sono state presentate anche attraverso un’area espositiva allestita dalle startup che hanno ideato i prodotti, tra cui, **Easy Rain, Jjob, Lektro, Pony Zero e Sherlock**.

Migliorare la **sicurezza degli autoveicoli sul bagnato** è l’obiettivo di **Easy Rain**, un sistema intelligente in grado di contrastare il fenomeno aquaplaning. Il



principio di funzionamento consiste nel prevenire che una grande quantità di acqua entri in contatto con lo pneumatico, sfruttando un sistema a spruzzo intelligente davanti o attorno agli pneumatici.

Mettersi in contatto e condividere l'auto nel tragitto casa-lavoro certificando il risparmio di CO₂ è invece l'innovazione che arriva da Bringme, azienda che ha ideato **Jojob**, un servizio di car pooling aziendale dotato di un'applicazione mobile che per prima al mondo rende possibile la “certificazione” del risparmio ambientale, espresso in termini di emissioni di CO₂ evitate.

Sono bici elettriche ma ad un primo sguardo non lo si nota. La novità arriva da **Lektro**, startup che ha ideato le biciclette elettriche Zeroundici, caratterizzate da componenti tecnologici all'avanguardia: un motore miniaturizzato e una batteria integrata nel telaio. Ciò permette di mantenere intatto l'aspetto estetico delle bici tradizionali e ridurre pesi ed ingombri.

Nelle consegne urbane i grossi player di distribuzione riscontrano le maggiori perdite di efficienza, ma grazie all'agilità delle biciclette in ambito cittadino e un software gestionale dedicato, **Pony Zero** è diventata la società leader nella logistica ultimo miglio ecologica con un connubio perfetto tra tradizione e tecnologia.

Si chiama **Sherlock**, infine, un dispositivo antifurto GPS, collegato a un'app per smartphone, che consente ai ciclisti di localizzare la loro bicicletta con precisione e ritrovarla in caso di furto. Sherlock è inserito all'interno della struttura della bici ed è progettato per essere installato in modo semplice.