

POST-COVID

**Le start up  
della rinascita  
puntano su green  
e innovazione**

Valentini a pag. 9

*Il post-Covid dei giovani aspiranti imprenditori. Puntano sull'innovazione e sull'onda green*

# Nuove startup per la rinascita

## Dalle barche costruite col lino fino ai cosmetici di seta

**Una ricerca condotta da VC Hub Italia sottolinea che il 70% delle startup è riuscita nell'ultimo anno ad aumentare il personale (il 70% dei dipendenti è laureato). Sembra quindi ridursi la classica ed alta moria delle startup**

**DI CARLO VALENTINI**

**T**ra i protagonisti del post-Covid ci sono le startup. Sia quelle che tentano la strada del mercato in solitaria che quelle che hanno ricevuto interesse da aziende già collaudate e in qualche modo si sono collegate ad esse. Il Rapporto **Infocamere** sostiene che tra le circa 366 mila società di capitali costituite in Italia negli ultimi cinque anni il 3,1% di quelle ancora in stato attivo risulta registrata come startup innovativa. Mentre una ricerca VC Hub Italia sottolinea che il 70% è riuscito nell'ultimo anno ad aumentare il personale (il 70% dei dipendenti è laureato). Sembra quindi ridursi la percentuale di moria delle startup. «Alla messa a punto del motore contribuiscono gli studenti universitari che volgono in azione imprenditoriale la conoscenza appresa e le relazioni intrecciate nel corso degli studi», dice l'economista **Piero Formica**, docente alla

Maynooth University, in Irlanda. Quel motore muove l'occupazione e l'innovazione verso il traguardo dell'imprenditorialità al di là delle attività routinarie».

**Quali sono le startup che stanno vivacizzando la ripresa? Mauro e Roberto Piras**, 32 e 29 anni, di startup ne guidano due (sede a Chivasso, provincia di Torino): NoWave, che commercializza occhiali neutri anti

luce blu a cui si può unire il trattamento fotocromatico, in grado di schermare la luce di computer, tablet e cellulari, e Offtopic, prodotti per la pelle e i capelli in seta: «La sericina e la fibroina hanno proprietà benefiche», dicono. «La fibrolina, in particolare, è una proteina fibrosa con grandi affinità con la nostra pelle, che garantisce la termoregolazione corporea e trattiene l'umidità. In poco tempo NoWave ha raggiunto i 60mila clienti, Offtopic i 4mila». Aggiunge Mario Piras: «Io ho una laurea in economia e un passato da dipendente in area marketing, mentre mio fratello è stato Social media manager in alcune

imprese. Dopo tre anni in azienda, mi sono sentito di fare quello che mi ero promesso il giorno della laurea: diventare imprenditore, non senza timori, ma con tanto entusiasmo».

**Massimo Boraso si è invece dato** la missione di valorizzare l'olio d'oliva made in Italy e ha ideato OlivYou, la più grande piattaforma e-commerce specializzata nella selezione e vendita di olio extravergine, con oltre 530 etichette da più di 100 produttori artigiani. Il riscontro è stato positivo, con 85mila acquirenti, anche dall'estero. Nel nostro Paese ci sono più di 5.000 frantoi. Eppure grandi industrie imbottigliatrici comperano oli in Spagna, Turchia, Tunisia o in Africa e producono mi-



scele che si trovano nei supermercati anche a meno di 3 euro al litro. «L'Italia è l'unico Paese al mondo ad avere una biodiversità di oltre 700 cultivar, un grande patrimonio dell'umanità», dice Boraso, «ma purtroppo non ancora valorizzato e riconosciuto. Eppure è un prodotto sempre presente sulle tavole, utilizzato quotidianamente dal 98% degli italiani e dal grande valore nutraceutico».

**Ioho ha 15 dipendenti e conta** di superare un milione di fatturato, è stata fondata da **Massimo Camoni** e ha sede a Cologno Monzese (Milano). Dice Camoni: «Realizziamo siti e-commerce, digitalizziamo e ottimizziamo la gestione delle vendite delle piccole e medie imprese su Magento, una piattaforma open source specializzata nell'e-commerce. Gli sviluppatori certificati sono ancora pochi mentre le potenzialità sono notevoli». Di vendita on line si occupa anche **Mariana Chillau**, che ha fondato Marlene per il livestream shopping: «È rivolta a retailer e proprietari di e-commerce che puntano a connettersi direttamente con il proprio pubblico di riferimento attraverso contenuti video in tempo reale, pensati come show per rendere l'esperienza d'acquisto interattiva», dice. «Questa tipologia di shopping garantisce un successo 5 volte superiore rispetto al tradizionale e-commerce».

**Reviva, che ha appena chiuso** un aumento di capitale da 300mila euro, è invece specializzata nell'uso dell'intelligenza artificiale e del marketing esperienziale per vivacizzare le aste immobiliari, cioè aumentare il numero di immobili venduti in asta ma senza deprimere le quotazioni. «Puntiamo a passare da 20 a 40 dipendenti entro la fine dell'anno», dice il co-fondatore, **Ivano De Natale**. «In particolare ci impegneremo a migliorare la tecnologia proprietaria e il sistema di *machine learning* che è alla base dell'intelligenza artificiale che utilizziamo».

**Una community è quella creata da Dario Vignali**, si chiama *Marketers* ed è frequentata soprattutto da imprenditori digitali. Il dato ufficiale assicura che ogni giorno oltre 50mila persone si collegano per condividere consigli, strategie, aneddoti. L'ultima indagine tra gli iscritti ha riguardato lo smart working. Il 70% dichiara di avere scoperto il lavoro da remoto durante il periodo della pandemia, il 41% preferisce la modalità ibrida, alternando giorni in ufficio a giorni da remoto, il 38% opta per il lavoro in ufficio, il 20% si definisce un nomade digitale e si propone di sfruttare le nuove tecnologie per guadagnarsi da vivere, conducendo una vita poco sedentaria. «Io appartengo a quest'ultima categoria», dice Vignali. «Trascorro parte del mio tempo su una barca a vela ad Alghero e per me quella non è altro che la mia casa e il mio ufficio».

**Infine l'intuizione green** di **Andrea Paduano, Piernicola Paoletti e Fabio Bignolini** ha dato vita a NiComp, sede a Monfalcone, startup che realizza imbarcazioni riciclabili fatte di lino. Dicono: «Abbiamo studiato, testato e messo a punto un materiale composito con fibre di origine vegetale (principalmente lino), realizzato grazie a tecnologie innovative e sostenibili, che permette il riciclo delle imbarcazioni. È il seme per una nuova economia circolare nella nautica da diporto». Ogni anno migliaia di imbarcazioni in vetroresina vengono dismesse, con tonnellate di rifiuti da smaltire. O addirittura affondate, con conseguenze assai negative sull'ecosistema marino. «Non solo, le fibre di vetro richiedono un elevato dispendio energetico perché possono essere prodotte solo ad alte temperature e la lavorazione delle resine è potenzialmente pericolosa per la salute», dice Paduano. «Finora non c'era alternativa. Dopo anni di studio e di prove ora è possibile scegliere un'imbarcazione ecosostenibile e riciclabile». La fase della ricerca è stata possibile attraverso il **crowdfunding**.

© Riproduzione riservata