

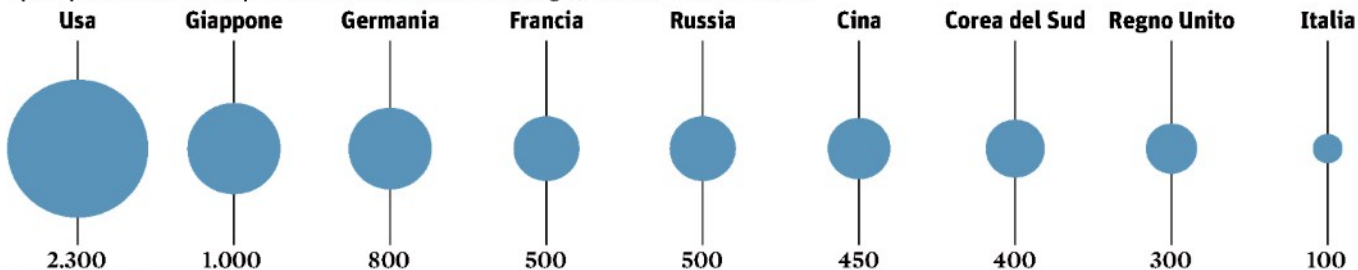
Innovazione. Il progetto ItaliaCamp mette in contatto le aziende con le proposte hi-tech dei giovani

L'idea sbarca sul mercato

Sammarco: «Colmiamo il gap esistente tra domanda e offerta»

Gli investimenti

Spesa per R&S con fondi pubblici attivi nelle nanotecnologie; dati in milioni di dollari



Fonte: Airi e varie

Luca Orlando
MILANO

■ Nell'ultima classifica europea dell'innovazione (Innovation Scoreboard) l'Italia viene annoverata tra i paesi "moderati". Occupiamo il sedicesimo posto, dopo il Portogallo, con indicatori ampiamente al di sotto della media Ue, battuti da tutti i big continentali. Guardando ai brevetti non va meglio, con 4.951 richieste depositate in Europa nel 2010, meno della metà della Francia, un settimo rispetto alla Germania. Eppure le idee ci sono, come testimonia l'iniziativa ItaliaCamp, network di Università avviato dalla Luiss, istituzioni e aziende che ha "adottato" i migliori progetti esistenti proposti dai giovani ricercatori sviluppandoli nel concreto. Dieci idee vincitrici e cinque menzioni speciali: dai software per la sicurezza navale alla formazione scuola-

lavoro, dal marketing dei social network a un percorso "light" per creare un Srl, l'iniziativa mostra da un lato la creatività "disponibile", dall'altro evidenzia il gap sulle forme di finanziamento. «L'assenza di finanziatori - spiega uno dei vincitori, Francesco Serafino, ingegnere elettronico 38enne - è il guaio principale, la carenza di risorse vincola pesantemente ogni attività. Ora però, grazie al progetto ItaliaCamp siamo in attesa di firmare un contratto con un fondo di venture capital di Intesa Sanpaolo per passare alla fase operativa del progetto. Per il nostro sistema di navigazione sicura abbiamo già fatto offerte ai principali armatori italiani, ma attendiamo risposte anche da Cina, Dubai e Kuwait». Fase operativa vicina anche per il progetto di marketing finanziario "mirato" sul nuovo target rappresentato dagli im-

migrati. «Insieme al nostro partner Unipol - spiega Angela Stefania Bergantino, professore associato di Economia all'Università di Bari - selezioneremo cinque province su cui testare le nostre idee. In sintesi si tratta di applicare le tecniche di marketing per simulare la domanda di servizi finanziari da parte degli immigrati e conoscerne in anticipo le potenzialità. C'è poi un'altra area rilevante che è quella della formazione, dove la presenza di mediatori culturali è l'arma in più per avvicinare banche e assicurazioni al nuovo target straniero». L'analisi dei clienti è il focus di un altro progetto selezionato, Ecce Customer, in partnership con le Ferrovie dello Stato. «La mia idea - spiega Cosimo Palmisano, ingegnere elettronico 35enne - è già sul mercato. Si tratta di sfruttare i social network per conoscere l'attec-

giamento del mercato verso un brand o un'azienda. Per fortuna sono riuscito a trovare un partner tecnologico e a sviluppare subito il business, nel campo del software la velocità è un requisito essenziale. Le Ferrovie si sono dette molto interessate al nostro progetto ma l'idea è andare oltre l'Italia. In questo momento sono a Barcellona, per fare proposte anche a clienti spagnoli». «Questo premio - spiega il vicepresidente esecutivo di ItaliaCamp Fabrizio Sammarco - si differenzia da altri perché porta l'innovazione sul piano sociale e non semplicemente tecnologico. Inoltre svolge un ruolo di intermediazione tra domanda e offerta, colmando il maggiore gap italiano nell'innovazione: la mancanza di una rete di soggetti che spinga verso lo sviluppo e la commercializzazione di nuove idee».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le 10 idee per nuove imprese

ASTE PER LA LOCALIZZAZIONE



Sprint alle opere pubbliche

Aste per la localizzazione è un processo che mette in competizione gli enti locali per la localizzazione delle opere infrastrutturali, con notevole risparmio per la spesa pubblica. Questo l'obiettivo del progetto di Christian Iaione, docente di Comunicazione istituzionale alla Luiss Guido Carli e caporedattore centrale di Labsus, adottato da Cassa Depositi e Prestiti

BANCHE E MIGRANTI



A caccia di nuovi target

Banche e Assicurazioni, imprese e migranti: una relazione da costruire è un progetto di inclusione sociale degli immigrati che favorisce il loro accesso a prodotti e servizi bancari e assicurativi. L'idea è stata sviluppata da Angela Stefania Bergantino, professore associato di Economia applicata dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" e viene realizzata da Unipol

CENTRO STUDI SUI CONFIDI



Più credito alle Pmi

Centro Studi e Analisi sui Confidi è un progetto che offre assistenza al sistema dei Confidi nella loro attività di supporto alle piccole e medie imprese: promosso da Stefano Dell'Atti, ordinario di Economia degli Intermediari finanziari dell'Università degli Studi di Foggia, viene supportato da Poste Italiane. Lo schema offre anche supporto tecnico alle Pmi nel preparare la domanda di credito presso le istituzioni finanziarie

DOTTORANDI IN APPRENDISTATO



Opportunità di lavoro

L'idea alla base di Dottorandi in Apprendistato è quella di dare l'opportunità ai dottorandi di ricerca di valorizzare le proprie competenze e i propri studi all'interno delle realtà aziendali. Il progetto intende consolidare il ponte tra università e azienda ed è realizzato dall'Associazione per gli studi internazionali e comparati sul Diritto del lavoro e sulle relazioni industriali. È sostenuto dall'Inps

ECCE CUSTOMER



La miniera dei social network

Il modello Ecce Customer è un progetto innovativo di rilevazione ed orientamento dei gusti e delle preferenze degli utenti online verso brand e aziende: l'idea è di Cosimo Palmisano, fondatore e Presidente Ecce e viene realizzata da Ferrovie dello Stato. Si tratta di una piattaforma web per il customer relationship management che consente di ascoltare e "sfruttare" ciò che avviene all'interno dei social networks

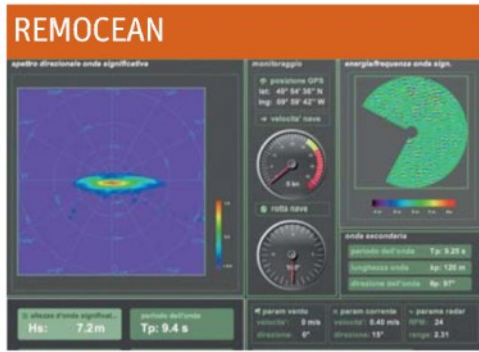
TURISMO ENOGASTRONOMICO



Cibo e turismo fanno sistema

Internet per il successo del turismo enogastronomico è un modo nuovo di sfruttare le potenzialità del paese. Si tratta di creare una piattaforma online in cui valorizzare, in Italia e all'estero, le ricchezze enogastronomiche del nostro Paese: questa la finalità del progetto di Pasquale Stefanizzi, Dottore di ricerca in Banca e Finanza dell'Università di Roma Tor Vergata, e realizzato da Wind





Sul mare con più sicurezza

Remocean si prefigge l'obiettivo di monitorare in tempo reale le condizioni del mare e attivare sistemi di sicurezza nel caso di onde anomale o mareggiate. L'idea è presentata da Remocean S.r.l., spin-off del Cnr e viene adottata da Intesa Sanpaolo. La fase operativa è già stata avviata, con proposte del pacchetto hardware-software già inviate ai principali armatori italiani e internazionali



RICICLIBRO

La cultura sposa il riciclo

Il progetto Riciclibro valorizza la cultura ambientale del riciclo del materiale cartaceo e consente alle biblioteche locali di avere dotazioni librarie sempre nuove. Il fulcro è l'avvio di appositi centri di raccolta specializzati sul territorio che potrebbero redistribuire altrove i testi non più utilizzati. L'ideatore è Agostino Ingenito, giornalista e consulente amministrativo; il realizzatore è Rcs Mediagroup



SCUOLA D'IMPRESA

Formazione mirata

Scuola d'impresa è dedicato alla formazione imprenditoriale dei giovani fin dall'Università: il proponente è Fabrizio Filippini, Master of Finance Candidate at Hult Int. Business School e il partner di adozione Sisal. Introduce nelle scuole pratiche di trasferibilità di progetti di ricerca con l'acquisizione di competenze necessarie a creare un'impresa.



SRL PER TUTTI

Burocrazia zero

S.r.l. per tutti è una proposta per facilitare, sotto il profilo economico e burocratico, la costituzione in Italia di S.r.l.: l'idea è di David Welton, fondatore e presidente di DedaSys LLC ed è supportata dall'Autorità Antitrust. Si studiano le misure di semplificazione necessarie per agevolare la nascita di start-up per nuovi «Zuckerberg» italiani

