

STARTUP LE 12 FINALISTE AL CONCORSO DI **INTESA SANPAOLO**

I golden boys di Micciché

Biomedicale, multimedialità ed eco-idee dall'Italia e dall'estero all'incontro con i possibili finanziatori

Dieci minuti per convincere, dieci minuti per emozionare. Dieci minuti per rivelare, chissà, gli Steve Jobs (il fondatore di Apple) o i Larry Page (Google) del futuro. La seconda edizione di **Inresa Sanpaolo** Startup initiative entra nella sua fase chiave quando 12 imprenditori, ricercatori, docenti e inventori scendono nell'arena per giocarsi il tutto per tutto di fronte a 80 investitori (business angels, seed capital, venture capitalist, private banker) provenienti da Italia, Usa, Regno Unito, Germania, Austria, Svizzera e Israele. Alle spalle dei finalisti c'è una dura selezione: partite in 150, solo 30 startup

hanno preso parte alla fase di formazione, i boot camp.

E all'incontro con gli investitori ne sono arrivate una dozzina, di cui due straniere, con la regia degli uomini di Gaetano Micciché, responsabile della divisione Corporate di **Inresa Sanpaolo**.

Il ruolo del gruppo bancario, però, non è solo quello di scovare menti promettenti e idee innovative per sottoporle agli investitori: «Una realtà come la nostra, di queste dimensioni, ha molti doveri», ricorda Micciché. «Abbiamo un impegno per il sistema-Paese, e per noi una migliore competitività e una crescita dell'economia italiana sono fondamentali».



Gaetano Micciché,
responsabile
divisione Corporate
Intesa Sanpaolo

I risultati fanno ben sperare: «Tra le 14 startup presentate alla scorsa edizione, abbiamo ricevuto fino a dicembre una settantina di manifestazioni di interesse in totale. E in 11 casi sono ancora in corso dei processi di valutazione», ricorda Livio Scalvini, responsabile del servizio innovazione della divisione Corporate di **Inresa Sanpaolo**. Tra nanotecnologie e green energy, tra social network e prodotti biomedicali ecco le dodici finaliste (*schede in queste pagine*). È ancora presto per dire se saranno in grado di sfondare e di attrarre investimenti. Ma una cosa è certa: loro puntano al successo con tutto l'entusiasmo di chi comincia. **Cristina Piotti**

ECHOLIGHT

SI SONO FATTI LE OSSA AL CNR

L'epidemia silenziosa del nuovo secolo? Altro che pandemie, qui si parla di osteoporosi. «Oggi gli accertamenti si fanno solo in ospedale e i costi a carico del Servizio sanitario nazionale superano quelli per infarto del miocardio e diabete. Per questo stiamo per immettere sul mercato una macchina per la diagnosi delle fratture vertebrali, non invasiva e di dimensioni ridotte», spiega Matteo Pernisa (foto), 33 anni, cofondatore di Echolight. L'azienda è nata grazie a un gruppo di ricercatori del Cnr di Lecce e a un team di medical devices di Imola con cinque anni di collaborazioni con l'israeliana Sunlight Medical.



ENATEK

COME GIRANO LE PALE

Basta una brezza e le micro turbine si mettono in moto, garantendo energia pulita, economica e in linea con le direttive europee sull'autosufficienza energetica delle nuove costruzioni. La novità? Le pale sono montate in orizzontale, e volendo si possono integrare con pannelli solari. «La nostra invenzione sfrutta l'effetto parete e l'effetto Venturi, aumentando la produttività delle turbine; il brevetto è già stato depositato», riassume Gianluca Cecchetti (foto), ceo di Enatek, startup che ha già ricevuto un finanziamento dalla Regione Toscana e che ha sottoscritto un accordo di licenza per lo sfruttamento del brevetto con l'olandese Artecop.



MYBATEC

MENO CHIMICA A TERRA

«Puntiamo a un'agricoltura che più verde non si può», scherza Luigi Tiradani (foto), 39 anni, ad di Mybatec, fondata nel 2007 come spin-off dell'Università del Piemonte Orientale e attiva sul mercato dal 2007, che oggi partecipa al programma europeo Topps per educare le aziende agricole a un minor utilizzo di agenti chimici. «Abbiamo sviluppato un fertilizzante naturale a base di funghi micorrizici, che sono in grado di aumentare il volume delle radici delle piante. Abbiamo già immesso sul mercato due prodotti e puntiamo al business del biofuel, mercato in rapida espansione, soprattutto in Brasile, Cina, India e Africa».



NUZOO

NELLA NUOVA FATTORIA

Furby e Tamagotchi sono solo un ricordo. A spopolare nel mondo sono ormai gli animali digitali targati Farmville, con un vasto seguito di adulti totalmente dipendenti dalla propria fattoria online. Stefano Avenia (foto), a capo di Nuzoo, azienda che dal 2006 lavora nel campo della robotica (principalmente con prototipi per conto terzi), ha deciso di fare un salto di qualità e rendere reale un gioco altrimenti virtuale. Ha creato, con il suo team, uno zoo composto per il momento da due mini robot umanoidi, incrocio tra i social network in stile Facebook e i giochi d'interazione personalizzabili a mo' di Nintendo Wii. E un costo compreso tra i 65 e gli 85 dollari al pezzo.



MADEIRA THERAPEUTICS**BASTA UN POCO DI ZUCCHERO...**

«La nostra è quasi una missione umanitaria», ricorda Peter Joiner (foto), ceo di Madeira Therapeutics, azienda nata nel Kansas tre anni fa e focalizzata sullo sviluppo di farmaci per bambini. Il 70% delle prescrizioni per i piccoli, infatti, non passa l'esame degli organismi di controllo. «Lo scopo è creare formulazioni adatte agli under 18 e approvate da Fda e Emea, che oltre a essere sicure siano pensate per venire inghiottite facilmente. Con un occhio di riguardo per il mercato dei generici». Dagli Usa all'Europa, il passo è stato breve: «Abbiamo appena concluso accordi per un development program in Spagna».

**MEDIAPHARMA****LA MOLECOLA PUÒ PARLARE**

Ricerca biomedica e alterazioni molecolari: queste le parole chiave per capire il lavoro di MediaPharma, spin off dell'Università D'Annunzio di Chieti. Il presidente, Stefano Iacobelli (foto), spiega: «Lavoriamo per la ricerca e nello sviluppo di anticorpi monoclonali diretti contro molecole con potenzialità diagnostiche e terapeutiche nelle malattie tumorali. In particolare abbiamo sviluppato uno di questi anticorpi e vogliamo produrlo per poterlo somministrare ai pazienti che, secondo le nostre selezioni, sono i candidati ideali». Non solo farmaci infatti: MediaPharma punta anche sul business dei test diagnostici in grado di predire la sensibilità e la resistenza ai farmaci nel singolo paziente.

**THUNDERNIL****LA RIVINCITA DEI NANI**

«Diciamo che ci occupiamo di una sorta di stampino, come quelli che i bambini usano al mare per fare forme di sabbia», scherza Maurizio Tormen (foto), ceo di Thundernil, nata la scorsa estate. Altro che gioco da ragazzi: il progetto, vincitore del Nanochallenge 2008, si basa sul fatto che per hard-disk, cd, chip per il biomedicale e celle fotovoltaiche, sarà sempre più importante l'impiego di superfici nanostrutturate. Da qui la tecnologia Nil, Nano imprinting lithography, invenzione con cinque brevetti, in grado di realizzare superfici nanostrutturate. Abbattendo però i costi.

**MPERIENCE****EMOZIONE È... VIDEO E TESTO**

Il nome che hanno scelto il ceo Paolo Baronci (foto) e il suo team, non a caso, ricorda la parola «esperienza». Sono poco più che trentenni ma hanno già portato al successo una startup, Wolf Soluzioni, nata nel 2007 e focalizzata sul riconoscimento caratteri (tra i clienti Bnl, Poste Italiane, Kpmg). Ora tocca a quelli che loro chiamano i «Memi». «Alla base ci sono concetti come intelligenza artificiale e neuroscienze computazionali. Il risultato non è nulla di fantascientifico, ma un sistema detto di raccomandazione emozionale», spiega Baronci. Insomma, l'arte nell'era dei social media: incontro tra video e testo, in grado di esprimere emozioni e creare brevi racconti, percorsi cognitivi, retrospettive. Espressioni digitali per blogger ma anche per pittori, scrittori, scultori nel segno dell'iPad. L'uscita della versione alpha pubblica è per la fine del mese.

**U-HOPPER****NULLA SFUGGE DELL'UTENTE**

«Non sappiamo chi sei, ma sappiamo che ti piace il caffè». Nello slogan di U-Hopper è riassunta tutta la sua filosofia, cioè la nuova frontiera del mobile advertising, la pubblicità mirata per cellulari. «La nostra tecnologia è nata dal progetto europeo Bionets ed è spin off del centro di ricerca Create-Net di Trento», racconta Diego Taglioni (foto), vicepresidente marketing. «Il progetto è di profilare l'utente usando le informazioni che le persone diffondono sui social network mobile, complice l'aumento esponenziale dell'uso degli smartphone». E creare così una sorta di micro targeting delle singole persone, senza violare la loro privacy né inondarle di messaggi assolutamente indesiderati, oltre che fuori dalla propria fascia di mercato.

**MICRO4U****UN SALVAVITA PER LE API**

Età media 35 anni e alle spalle diversi anni di ricerca a tu per tu con le api. Il team di Micro4U ha in cassaforte un'invenzione semplice, Micro4Bee, che si potrebbe considerare l'equivalente (per le api) di quei prodotti probiotici da bere che vengono pubblicizzati durante la stagione invernale. L'idea vincente è stata quella di trovare un prodotto naturale che aiutasse a combattere la moria delle api, piaga che affligge da qualche anno gli apicoltori di tutto il mondo. «L'Università Statale di Milano ha iniziato le procedure per depositare il brevetto», spiega la biologa Annalisa Balloi (foto). «E a maggio nascerà la nostra srl, che legalmente sarà uno spin off dell'Università».

**SPREAKER****SIAMO TUTTI CONDUTTORI**

Creare una vera e propria radio 2.0, con tanto di mixer di registrazione, integrandola per esempio al proprio profilo di Facebook. Questa l'idea di Spreaker, social radio che dà la possibilità di trasmettere in diretta e di creare un palinsesto grazie a un semplice software, in cambio della messa in onda di una breve pubblicità ogni 15 minuti. «Il lancio è di pochi giorni fa», annuncia Francesco Baschieri (foto), ceo 34enne (il resto del team va dai 29 ai 35 anni). «Ora abbiamo preso accordi con enti no profit come Greenpeace, Emergency, Wwf e in questa fase, invece di fare pubblicità autoprodotta, lanciamo i loro spot, in cambio di visibilità». Una precedente startup, Waymedia, ha avuto successo ed è stata venduta. Ora i giovani bolognesi cercano investitori per entrare nei mercati inglese e americano.

**ORGANOVO****TESSUTI (UMANI) DA STAMPARE**

Forse parlare di fabbrica dei tessuti è un po' eccessivo, ma la descrizione potrebbe essere quella di una biostampante 3D, in grado di fabbricare tessuti e vasi sanguigni. Inutile pensare a un film dell'orrore. «Non creiamo tessuti dal nulla», precisa Keith Murphy (foto), ceo della californiana Organovo, attiva da due anni nel settore della medicina rigenerativa. «Partiamo dalle cellule idonee e per ora dalle arterie, ma per uno sviluppo che riguardi organi più complessi ci vorranno ancora diversi anni».

