

1



Epoché Il fondatore Alessandro Felaco

Alessandro

«Moda e hi-tech, il mio orologio ibrido»

«Vogliamo unire il mondo della tecnologia al gusto italiano del fashion», spiega Alessandro Felaco, napoletano, fondatore di Epoché, la startup nata due anni fa attorno alla tecnologia «Invisible Smart Connect», che gli ha permesso di lanciare sul mercato lo Epoché Watch, un orologio ibrido: in pratica si tratta di un orologio analogico che funziona come uno smartwatch, connettendosi tramite bluetooth a uno smartphone. «Il mondo della tecnologia indos-

sabile si stava sviluppando rapidamente, ma senza tenere conto dell'aspetto moda — spiega Felaco —. Noi, da buoni italiani, abbiamo voluto unire questi due elementi: ecco dunque l'idea di un oggetto fashion ma dal contenuto tecnologico, come il nostro orologio ibrido». Epoché ha già vinto il premio «Startup panorama d'Italia» per la regione Campania e si è presentata allo Smau milanese dell'anno scorso, prima del rilancio londinese.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alekos, Joyce, Carmine, Mario, Luca

«Il biglietto da visita oggi è digitale»

2

Kard, ideata da un gruppo di cinque ragazzi campani, esperti di sviluppo web, comunicazione visiva e marketing digitale, si presenta come «la rivoluzione del biglietto da visita»: Alekos, Joyce, Carmine, Mario e Luca sognano di «cambiare il modo in cui le persone si relazionano nel mondo del business: un mondo in cui tutti possano avere un'identità digitale unica, un mondo dove sia possibile con estrema facilità scambiare e gestire i propri contatti». In pratica è una

piattaforma dove, una volta registrati, si può accedere a un network di contatti: non un social, ma un'agenda virtuale. Una soluzione pensata per i professionisti, ma soprattutto per le aziende, che spesso spendono cifre ragguardevoli per i biglietti da visita cartacei: invece, pagando una quota annua più contenuta, si può digitalizzare tutta la rete di contatti. E si contribuisce anche alla sostenibilità ambientale, con meno carta in giro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Kard Joyce e Alekos Scognamiglio, Mario F. di Martino, Luca Russo, Carmine Borriello

Le startup italiane alla sfida di Londra

Quaranta innovatori si presentano (in 2 minuti) agli investitori britannici «Così le nostre imprese diventano internazionali»

testi del nostro corrispondente **Luigi Ippolito**

LONDRA L'Italia che sa innovare ha presentato ieri i suoi volti migliori nella capitale britannica. A Brick Lane, nell'East End, una delle aree londinesi più dinamiche, si è svolta la prima edizione di Smau London/Italy RestartsUp: 40 startup italiane hanno presentato prodotti e soluzioni agli investitori britannici. Ad avvicinarsi nella Old Truman Brewery,

soprattutto giovani imprenditori della new economy, molti venuti dal Sud, desiderosi di crescere e dare una dimensione internazionale alla loro attività. Presenti anche i maggiori protagonisti dell'ecosistema italiano dell'innovazione, dalla Apple Developer Academy a Intesa San Paolo, la prima banca a partecipare all'iniziativa con 5 startup. A sostenere la sfida, promossa dal ministero dello Sviluppo economico, ci sono lo Smau, il salone della tecnologia, e l'Ice, l'Istituto per il Commercio Estero:

«Un'iniziativa che rafforza la nostra strategia a sostegno dell'innovazione, dell'internazionalizzazione e della crescita delle startup italiane, alimentando anche i rapporti fra gli ecosistemi italiano e britannico», ha spiegato Roberto Luongo, direttore dell'Ice di Londra. Ogni startup ha avuto due minuti a disposizione per una presentazione-flash della propria idea: qui in pagina una selezione, non certo esaustiva, di alcune delle proposte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

3



Flick on Food I co-fondatori Leo Mauriello e Michela Di Nuzzo

Michela e Leo

«Video a 360 gradi del cibo di qualità»

Michela Di Nuzzo e Leo Mauriello sono due «cervelli di ritorno»: dopo aver lavorato a Londra a una startup digital, che hanno poi venduto a Samsung, hanno pensato di creare un prodotto dedicato al mondo del cibo. Ma per occuparsi di gastronomia occorre stare in Italia: e allora hanno scelto Milano come base per Flick on Food, una piattaforma virtuale al servizio dei «millennial farmers», i nuovi produttori locali che guardano alla tecnologia, ma soprattutto

dei «millennial foodies», i giovani appassionati di cibo. I consumatori, grazie alla app, possono scoprire varietà locali uniche e acquistare «food experience» immersive; i produttori avranno l'opportunità di realizzare in autonomia video a 360 gradi che mostrano la qualità e l'unicità della loro coltivazione. Le esperienze gastronomiche si possono anche vivere sul territorio e acquistare attraverso un servizio di e-commerce.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Benedetta

«Da Uber al salvadanaio elettronico»

4

Benedetta Arese Lucini è un po' una «veterana» della new economy: è stata la manager di Uber Italia, prima di lanciare Oval Money, il «salvadanaio elettronico» che permette di monitorare le proprie spese, collegandosi con conti bancari e carte di credito, accumulare risparmi e trovare suggerimenti di investimento. La startup è basata a Torino, ma da poco Benedetta si è trasferita a Londra per avviare la sede britannica: lanciata sulla piattaforma inglese di

crowdfunding Crowdcube, la startup, con un target di 500mila sterline raggiunto in 72 ore, ha raccolto un totale di quasi 800 mila sterline. Ma Oval Money funziona in qualche modo anche da «canale» per il ritorno dei cervelli: Benedetta ha assunto diversi giovani italiani a Londra che si sono poi trasferiti a Torino e per la sede inglese continua a «pescare» nel bacino di giovani connazionali espatriati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Oval Money Simone Marzola, Benedetta Arese L., Edoardo Benedetto, Claudio Bedino

La guida

I borghi d'Italia: 279 gioielli tutti da scoprire

Bisogna camminare tra vicoli stretti e in salita, che odorano di pasta fatta in casa ed agrumi, per raggiungere vicolo del Bacio di Vico del Gargano, (Foggia). Le case di pietra antica abbandonate da centinaia d'anni fanno da cornice a un luogo dove gli innamorati scelgono di farsi promesse per la vita. Disturbati solo dal vento che arriva dalla Foresta Umbra e dai gatti neri che si rincorrono tra il castello e la cantina del Macchiatello, veri

padroni del centro medievale più affascinante del Gargano. Oppure ci si può immergere tra i profumi dei limoni dall'odore unico di Rocca Imperiale (Cosenza). O passeggiare tra le stradine strette di Castel San Pietro Romano, (Roma) dove nel 1953 Luigi Comencini ambientò il suo «Pane, amore e fantasia». Sono questi alcuni dei 279 borghi disseminati da Nord a Sud nel nostro Paese che si sono guadagnati il titolo e sono raccontati dalla guida ufficiale «I

I turisti

● Per i dati provvisori Istat le presenze nei borghi nel 2017 sono cresciute di 24 milioni

● L'offerta ricettiva è salita a 191 mila posti letto

borghi più belli d'Italia», edita da Ser (società editrice romana). Giunta alla sua XIII edizione racconta lo stile di vita italiano, attraverso luoghi unici che custodiscono bellezze meno conosciute. In 673 pagine con oltre 2.000 fotografie si illustra un'Italia minore (apparentemente), lontana dai circuiti del turismo di massa, ma che sta avendo un enorme successo. Secondo i dati Istat le presenze turistiche del 2017 in questi centri sono cresciute di 24

milioni di unità (+6%) rispetto all'anno precedente. «I borghi rappresentano un'Italia diversa da quella più conosciuta. A noi piace considerare i turisti che li visitano come dei veri investitori nella bellezza italiana, perché con la loro presenza contribuiscono a mantenere vive le attività dei borghi», commenta Fiorello Primi, presidente dell'associazione «I borghi più belli d'Italia».

Maria Rosaria Spadaccino

© RIPRODUZIONE RISERVATA