

L'EDITORIALE di Francesco Chiappetta

## Le startup innovative, una nuova forma di sviluppo economico

Le recenti misure economiche di supporto alle startup innovative indicano la direzione verso cui sono indirizzate le energie produttive e i capitali di investimento. Ci riferiamo in particolare al Decreto che ha istituito le start up innovative (DL 179/2012) e il DM 30 gennaio 2014 (G.U. del 20 marzo) che ha reso operative le agevolazioni fiscali, in seguito al via libera della UE.

Il futuro dell'Italia, nei progetti della classe politica, è nella creatività e nella fantasia delle nuove generazioni, ovvero dei "nativi digitali" che possono sviluppare le loro idee senza porsi i problemi dei finanziamenti e della gestione aziendale, poiché per i primi provvede il Venture Capital, mentre per i secondi i giovani ideatori possono usufruire dei servizi offerti dai numerosi Incubatori di Impresa, per la maggior parte gestiti o promossi dalle Università, e ampiamente diffusi sul territorio.

Da un punto di vista strategico di lungo periodo, la decisione di aiutare i giovani imprenditori innovativi è eccellente: l'Italia ha da tempo rinunciato alla leadership in settori in cui un decennio



fa era ai primi posti nel mondo (la chimica, per esempio, nella quale abbiamo avuto il Premio Nobel Natta), e si teme la concorrenza delle nuove potenze economiche nel tessile e nell'arredamento. Il made in Italy agroalimentare è un punto di forza esemplare, ma non si può accettare che un Paese di grandi tradizioni culturali possa basare la sua economia su agricoltura e turismo. E' quindi benvenuto un aiuto concreto ai giovani che propongono idee innovative e si impegnano a realizzarle.

### INDICE

**EVENTI** - Innovation Week e Maker Faire a Roma dal 27 settembre al 5 ottobre

**PROPOSTE** - Una analisi macroeconomica ... semiseria

**NEWS FROM AON** - Contaminazione alimentare: i rischi e le soluzioni per le aziende del settore agroalimentare

**SISTEMI ICT** - Vending machine, la tecnologia per i distributori automatici di beni di consumo

## EVENTI

## Innovation Week e Maker Faire a Roma dal 27 settembre al 5 ottobre

di Marilena Giordano

L'Auditorium Parco della Musica è la sede prescelta dagli organizzatori per la seconda Maker Faire, la più grande fiera dedicata al digital manufacturing, che si tiene a Roma, nell'ambito della Innovation Week (27 settembre- 5 ottobre, <http://innovationweek.makerfairerome.eu/>).

**L'Innovation Week, che si svolge dal 27 al 5 ottobre**, è dedicata ai temi dell'Innovazione, a tutto campo: la casa del futuro, con la partecipazione delle più importanti aziende dell'arredamento; il Personal Democracy Forum, iniziativa nata a New York nel 2004 e che per la prima volta si svolge a Roma, dedicata all'analisi dell'impatto dei nuovi media e della tecnologia sull'evoluzione della democrazia, con particolare riferimento alla trasparenza amministrativa sulla spesa pubblica; la conferenza sull'hardware aperto, per la prima volta in Europa, in cui si tratteranno argomenti che spaziano dall'elettronica alla meccanica, ai campi correlati, come la fabbricazione digitale, la tecnologia indossabile, i dispositivi di quantified self, l'arte e il biohacking.

E, ancora, l'Internet delle Cose (IOT): domotica, città intelligenti, la tracciabilità alimentare e il wellness; la Social Innovation nelle città, dedicata agli eco sistemi di innovazione ad impatto sociale nelle metropoli, in cui si discuterà di Making resilient cities and communities, Co-design methods, Open Data Management, Accessibility, Scaling Impact, Education Welfare & Youth Engagement, Cultural Heritage & Tourism, Impact Finance, Environment & Mobility, Food & Agriculture.



■ ROME ■ 2014 ■ OCTOBER 3-5

Ma non solo: nell'evento **Smart Money** (1 ottobre) si tratterà il futuro dei soldi, analizzando le migliori startup fin-tech italiane, che portano l'innovazione nel settore economico finanziario.

La Maker Faire (<http://www.makerfairerome.eu/>) si svolge dal 2 al 5 ottobre, dedicate al mondo dei Makers, gli artigiani digitali che sono stati definiti i "Leonardo del XXI secolo). L'evento costituisce un laboratorio di idee sull'Innovazione in cui opinion leader, decision makers, studenti, imprenditori e aspiranti tali, insieme all'intero sistema del venture capital, potranno confrontarsi su progetti concreti d'innovazione.

Le Istituzioni saranno presenti con gli eventi **'Boosting' a creative start-up ecosystem**, organizzato dalla Regione Lazio (2-3 ottobre), e **SEP Matching Event** (3 ottobre) organizzato da Startup Europe Partnership, la piattaforma pan-europea promossa dalla Commissione Europea con l'obiettivo di connettere le migliori startup UE con le aziende facenti parte della partnership.



## PROPOSTE

## Una analisi macroeconomica ... semiseria

di Francesco Albano

Si può intervenire sul malato durante un infarto in atto con una aspirina?

Può un signore molto ricco, ad esempio, un latifondista, andare fallito?

E ancora: si può parlare di crescita in altezza quando un paziente ha l'osteoporosi diffusa a tutto il corpo?

La risposta è: **SI**. Che ci piaccia o meno, di questo si parla quando si parla di politica economica italiana.

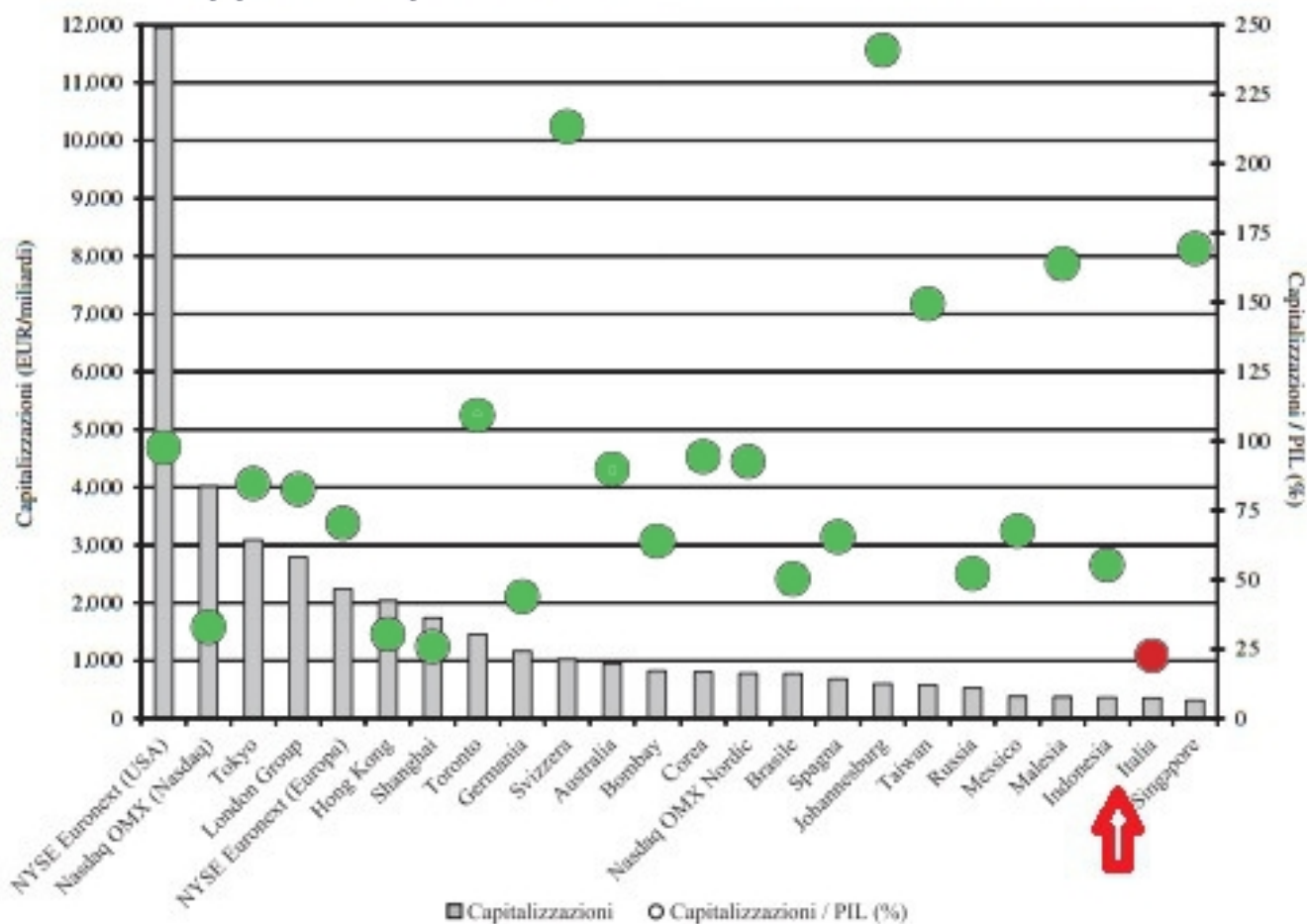
Leggiamo alcuni dati significativi (cioè facciamo la diagnosi al malato): rapporto tra prodotto in-

terno lordo e debito finanziario in Italia per il 2013: 121,3%; ovviamente al netto del debito commerciale. Ancora: rapporto tra prodotto interno lordo e capitalizzazione di borsa per il 2013: 28,1%.

Quali sono le informazioni che sono contenute in questi due semplici indici? Il primo indice ci avvisa che lo Stato italiano si è già speso tutti i soldi (e qualcosa di più) di quello che produrranno i suoi cittadini il prossimo anno. Non le tasse che escuterà, ma TUTTO il reddito corrente dei suoi cittadini. Una quantità enorme di debito. Il secondo indice ci informa che la Borsa italiana è

(Continua a pagina 4)

## Rapporto capitalizzazione Borsa / Pil al 30/6/2013



## PROPOSTE

## Una analisi macroeconomica ... semiseria

*(Continua da pagina 3)*

inesistente nei fatti. A semplice titolo di comparazione la borsa francese capitalizza il 69.8% (anno 2012) rispetto al prodotto interno lordo. Quella del Regno Unito il 122.7%.

A che serve questo noioso indicatore? Cosa succederebbe se questo indicatore fosse a ZERO per l'Italia, cioè la Borsa italiana fosse definitivamente chiusa? Significherebbe che i grandi investitori istituzionali, fondi pensione e assicuratori, andrebbero sulle Borse estere a investire il loro attivo di bilancio, dando risorse economiche (il capitale di rischio) ad aziende estere.

La conclusione di questi semplici indicatori statistici è che il nostro malato, lo chiameremo ironicamente Sansone, ricco signore latifondista, con un infarto in corso e che per di più desidera grottescamente "crescere" pur avendo l'osteoporosi, o subisce una cura choc, o lo possiamo pure dare per spacciato, per di più tra le risate della comunità internazionale. Il brutto della storia è che non muore solo lui. Muore Sansone e tutti i filistei, noi cittadini italiani.

Fuori di metafora: esiste una cura salvifica per questo nostro Stato moribondo? Direi di sì e pure di facile attuazione e senza troppo intaccare i famosi interessi di casta e poteri forti, delle cronache. Entreremo un po' più nel tecnico.

Lo Stato italiano è riccamente patrimonializzato: possiede per lo meno tanti beni al sole (immobili e partecipazioni azionarie) di quanti debiti ha contratto.

Prima operazione: costituzione di una "good company" (in linguaggio tecnico si direbbe "funding vehicle"). Alla good company si apporcano tutti quei beni al sole necessari a renderla un veicolo dotato di valutazione creditizia massima: la famosa AAA, come era la Repubblica Italiana prima del suo crollo nel 1992, durante la "tempesta valutaria" come venne chiamata (io la

chiamerei piuttosto "la resa dei conti" ... in tutti i sensi). Questa prima operazione dovrebbe essere lanciata con un annuncio del Presidente del Consiglio: "tutto il debito a lungo termine (sopra ai 7 anni) in scadenza futura sarà rinnovato per il tramite della good company".

Il risultato? Immediato. I prezzi sui titoli italiani correnti al momento stesso dell'annuncio, schizzerebbero in alto per la rinnovata credibilità finanziaria dovuto al novello "asset-based lending" della Repubblica Italiana, con pari discesa del costo della provvista finanziaria. Le banche si troverebbero immediatamente con delle plusvalenze su titoli in bilancio che le invoglierebbe immediatamente ad aprire la borsa dei loro finanziamenti alle imprese. Le agenzie di rating metterebbero sotto osservazione lo Stato italiano finalmente per riportarlo "nel salotto buono" della finanza, con tutti i benefici che ne conseguono.

Seconda operazione: detassazione delle aziende che si quotino in Borsa e benefici per gli investitori istituzionali che ci investano; ma soprattutto forte impulso alle attività di "angel investing" e crowdfunding e crowdfinancing (dove soldi e idee imprenditoriali si incontrano); venture capital, private equity anche attraverso forte impulso allo sviluppo di boutique di investimento. In poche parole: facilitare l'incontro tra capitali e idee. Terza operazione: ridimensionamento dell'apparato statale e para-statale, ma assorbito questa volta da un potente motore di sviluppo che si chiama "libera iniziativa privata".

In sintesi: il tempo dello "Stato pasticciere" (o "pasticcione", per chi pensa male) è tramontato. La funzione dello Stato è quella di neutro regolatore dell'attività del privato, in una ottica di economia sociale dove tutti possano godere lo splendido rinascimento economico italiano che verrà, guidato dalla creatività di questo popolo meraviglioso e geniale – o diabolico - che siamo.

## NEWS FROM AON



## Contaminazione alimentare: i rischi e le soluzioni per le aziende del settore agroalimentare

*A cura dell'Ufficio Stampa AON*

In un settore altamente competitivo come quello della produzione e del confezionamento di prodotti alimentari ed agroalimentari, gli standard in materia di qualità e igiene non ammettono compromessi. In questo specifico ambiente, qualsiasi tipo di sporcizia o contaminazione alimentare, seppur proveniente da una trascurabile attività infestante, è assolutamente inammissibile.

Nel settore food & beverage la qualità e l'integrità del prodotto finale è quindi un aspetto chiave per la continuità economico/finanziaria dell'azienda. Un prodotto nocivo o potenzialmente tale può generare danni ai consumatori, costi associati alla compagnia di ritiro e seri danni reputazionali per l'azienda, tali da comprometterne l'esistenza. Nonostante ciò i casi di contaminazione alimentare sono sempre più frequenti negli ultimi anni.

In passato la vicenda della mucca pazza aveva diffuso panico in tutta Europa e negli ultimi anni, tra i casi di carne gonfiata da ormoni e la peste porcina, gli episodi di contaminazione alimentare sono stati numerosi. Lo scandalo della carne di cavallo è solo l'ultimo dei casi di contaminazione alimentare che si sono verificati in anni recenti. L'episodio, partito in Inghilterra dalle lasagne surgelate Findus, ha coinvolto numerosi paesi Europei e grandi marche del settore alimentare, toccando anche il nostro paese con il sequestro dei tortellini Buitoni.

Se si considera l'importanza che l'industria degli alimenti e delle bevande riveste in Europa, con oltre 370 milioni di consumatori ed una produzione annuale che sfiora i 600 miliardi di euro (di cui 220 miliardi provengono dal solo settore agricolo), risulta evidente la necessità di tute-

lare consumatori e aziende. Inoltre il consumatore italiano è per natura particolarmente attento a quello che passa per la propria tavola: il 14% degli italiani dichiara di acquistare regolarmente cibi biologici ed il 29% è particolarmente attento all'acquisto dei prodotti a denominazione di origine controllata e protetta; inoltre sono in aumento gli acquisti di alimenti e vini di qualità direttamente dal produttore.

Per tutelare l'azienda dai rischi connessi al verificarsi di casi di contaminazione alimentare, Aon – leader italiano e mondiale nel brokeraggio assicurativo e riassicurativo – è in grado di offrire al cliente precisi prodotti assicurativi e ha organizzato, a Bari nel maggio 2013, un convegno dal titolo *“La Protezione dal produttore al consumatore. La gestione dei rischi da contaminazione del prodotto e le relative soluzioni assicurative”* col fine di condividere strategie e conoscenze sul tema. Le aziende possono rivolgersi al mondo assicurativo per prevenire e proteggersi dai rischi derivanti da una possibile contaminazione del prodotto, come spiegato dal dr. Riccardo Parretti – Chief broking Officer di Aon – e dalla dott.ssa Angela Rebecchi – Responsabile sales & Market Management di Allianz.

La gestione dei danni da contaminazione del prodotto richiede l'attuazione di un corretto piano di gestione della crisi. Si rende necessaria la presenza di un professionista in grado di identificare i rischi al fine di rafforzare i controlli e comunicare in maniera chiara e rapida sia all'interno che all'esterno dell'azienda. Un aspetto molto importante è quello reputazionale. Il grado di fiducia nei prodotti accresce o compromette la reputazione delle aziende. Costruire la fiducia può richiedere molti anni, mentre è sufficiente un so-

*(Continua a pagina 6)*

## NEWS FROM AON

## Contaminazione alimentare: i rischi e le soluzioni per le aziende del settore agroalimentare

*(Continua da pagina 5)*

lo anno, se il richiamo del prodotto non è gestito correttamente, per avere un effetto dannoso in borsa, sul vantaggio competitivo, sul marchio e sulla reputazione dell'azienda.

In particolare Aon è in grado di assistere le aziende fornendo loro un processo di Enterprise Risk Management che comprende l'individuazione, la valutazione e la gestione dei rischi. L'azienda aiuta il cliente a creare consapevolezza e a valorizzare i rischi, facilitando così il processo decisionale dell'azienda in materia di ritenzione o trasferimento dei rischi.

Nel caso specifico della contaminazione, Aon è in grado di offrire al cliente prodotti assicurativi che possono essere tradizionali e consolidati o innovativi e sofisticati, che tutelano l'azienda dai costi immediati (come quelli relativi allo stoccaggio temporaneo, al ritiro di prodotti, ai costi di ispezione e ai costi per analisi di laboratorio) e dai costi nel medio/lungo periodo (quali perdita di profitti, perdita di produzione, perdita di quote di mercato, le spese per la riabilitazione del marchio e le spese per riacquistare gli spazi sugli scaffali).

### **Per ulteriori informazioni**

Aon Italia S.r.l.

Head Corporate Communication  
EricaNagel

Ufficio Comunicazione  
Erica Nagel  
Via A. Ponti, 8/10 – 20143 Milano  
Tel: 02 45434644  
[erica.nagel@aon.it](mailto:erica.nagel@aon.it)  
[www.aon.it](http://www.aon.it)

### **Aon Italia**

*Aon Italia è il gruppo leader italiano nel brokering assicurativo e riassicurativo, nella consulenza nei servizi di Risk Management e nella consulenza aziendale per la gestione delle risorse umane.*

*Il Gruppo è presente in Italia con 23 uffici in tutto il territorio italiano e si avvale di oltre 1100 dipendenti per fornire alle PMI, ai grandi Gruppi industriali e finanziari e agli Enti Pubblici soluzioni su misura per una adeguata gestione dei rischi.*

*Aon Italia è la branch italiana di Aon Plc, capogruppo quotata al NYSE che ha il suo quartiere generale a Londra ed è presente in 120 paesi con più di 66.000 dipendenti.*

*Aon da sempre attenta all'innovazione nel dinamico mercato assicurativo, fornisce supporto e competenze specifiche nella definizione delle strategie che consentono di gestire e controllare i diversi rischi aziendali.*

*Nel 2013 il Gruppo ha realizzato in Italia ricavi totali per oltre 174 milioni di euro e ha intermediato premi per oltre 2,3 miliardi di euro.*



## SISTEMI ICT

## Vending machine, la tecnologia per i distributori automatici di beni di consumo

di Massimiliano De Santis

La vending automation consiste in un sistema di telemetria che attraverso la rete (mobile, Wi-Fi, Zig-bee, etc.) consente di gestire da remoto, in modo efficace ed efficiente, i distributori automatici di beni di consumo dislocati sul territorio. Per realizzare tale servizio, le vending machines sono dotate di una scheda di memoria, necessaria per l'elaborazione e la registrazione dei dati di consumo, e di un modulo dati (tipicamente 2G/3G con SIM M2M) per la comunicazione con l'applicativo gestionale di norma residente su un server centralizzato.

Grazie al sistema di telemetria così ingegnerizzato è possibile:

- raccogliere in real time o near-real time delle informazioni sulle consumazioni effettuate
- monitorare lo stato di funzionamento del dispositivo rilevando tempestivamente eventuali malfunzionamenti
- controllare le necessità di refilling delle vending machines
- contrastare l'occorrenza di possibili azioni fraudolente da parte di terzi
- localizzare le vending machines in ogni momento.

La soluzione di Vending Automation porta per l'azienda cliente una serie di benefici tangibili che possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

- Ottimizzazione dei costi di gestione (aggiornamento firmware da remoto, refilling mirato, fault alerting)
- Miglioramento del marketing intelligente (disponibilità dei dati di consumo in tempo reale)
- Evoluzione verso modelli Pay per Use (monitoraggio in tempo reale delle consu-

mazioni)

- Contrasto alle frodi a garanzia della bontà del prodotto fornito (garanzia per il cliente che il prodotto fornito dalla vending machine è uno dei prodotti effettivamente erogabili dal dispositivo)
- Ottimizzazione della pianificazione dei rifornimenti
- Confezionamento in base alle esigenze per gli addetti al ripristino,
- Possibilità di controllare in qualsiasi momento le scorte nel magazzino centrale e nel magazzino a rotazione
- Supervisione più facile dei contratti,
- Fatturazione a prova di revisione,
- Predisposizione per il calcolo della piccola cassa.

I risultati ottenuti dimostrano che il *vending* sta diventando a tutti gli effetti uno dei canali più interessanti dei consumi fuori casa.

Nel 2013, oltre 2 miliardi e 600 milioni di euro di fatturato, con una crescita dell'1% rispetto al 2012, e 30 mila addetti. Sono questi i numeri salienti del canale *vending* in Italia. Il miglioramento della qualità dei prodotti e dei servizi erogati, con un conseguente miglior posizionamento di prezzo, ha permesso di compensare il calo dei consumi avvenuto nel 2013: -1,14% rispetto al 2012.

Il caffè rimane il prodotto più consumato e, insieme alle altre bevande calde, ha visto una crescita delle vendite del 2,19 per cento. Nelle bevande fredde l'acqua minerale sbaraglia la concorrenza, mentre nel segmento snack si è assistito a un graduale spostamento delle preferenze dei consumatori dal dolce al salato.

Nel settore dei distributori automatici interessante è l'attuale svolta verso il digitale, con un pro-

(Continua a pagina 8)

## SISTEMI ICT

## Vending machine, la tecnologia per i distributori automatici ...

(Continua da pagina 7)

gressivo aumento del numero delle apparecchiature che vengono connesse a Internet per coinvolgere e attrarre sempre più clienti. Con l'aggiunta di questa "intelligenza" ai distributori automatici, è possibile personalizzare ulteriormente l'esperienza di vendita, aumentando l'interazione e il divertimento per i consumatori e consentendo allo stesso tempo ad aziende e operatori di settore di sfruttare nuove opportunità e modelli di business, servizi cloud e di data analytics per realizzare un altro passo in avanti ed aprire nuovi canali

commerciali ed informativi.

Protagonista dell'innovazione nel settore è Intel, che da tempo lavora alla svolta verso il digitale nei distributori automatici; già in occasione del IDF 2012 Intel aveva mostrato il prototipo di un distributore di Coca Cola provvisto di un processore Core I7. Nel maggio scorso, Intel ha invece annunciato la piattaforma "*Intel Reference Design for Intelligent Vending*", con la quale i distributori automatici tradizionali possono essere trasformati in sistemi dotati di elevate capacità di elaborazione e connessi al web.



### SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 - Roma  
Tel. 06 5195 6778  
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma  
n. 538 del 4 dicembre 2007

**ISSN 2282-1139**

#### Direttore responsabile

Francesco Chiappetta  
f.chiappetta@sentieridigitali.it

#### Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano  
m.giordano@sentieridigitali.it

#### Redazione

Andrea Chiappetta  
a.chiappetta@sentieridigitali.it  
Marianna Stillitani

Hanno collaborato  
a questo numero:  
Francesco Albano  
Massimiliano De Santis

Per la pubblicità, scrivere a:  
promo@sentieridigitali.it

#### Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl  
Via Elio Lampridio Cerva 87/A  
00143 Roma

