



il caso

MAURIZIO TROPEANO

«**S**e bloccare la fuga dei cervelli dall'Italia possiamo sempre provare ad usare, se sono d'accordo, le loro competenze per aiutare le nostre imprese ad entrare o a consolidare la loro presenza nei mercati esteri». Vincenzo Ilotte, presidente della Camera di commercio di Torino, illustra così la filosofia di un progetto sperimentale di internazionalizzazione, unico in Italia. Si chiama Meet@Torino e «fa lavorare insieme imprenditori del territorio e professionisti in qualche modo legati al Piemonte (per origini, studio, lavoro) che però hanno fatto carriera all'estero». Un analogo progetto, sperimentato in Lussemburgo tra il 2010 e 2011 e che ha coinvolto 40 mentori e 50 aziende nel giro di due anni ha portato ad un aumento del fatturato del 29%. La speranza di Ilotte è che il progetto che sarà replicato l'anno prossimo possa contribuire a far crescere l'export.

L'inizio è promettente: ieri, ad esempio, i soci di Enerbrain, una start up che si occupa di gestione energetica per edifici erano ad Hong Kong per partecipare al principale evento tecnologico del mercato asiatico. Il loro mentore, Fabrizio Caso, invece, era a Torino. È tornato in città da San Francisco dove guida una società, la Rokivo Us, e ha messo a disposizione i suoi saperi: «Fare il mentore - spiega - non significa avere le risposte a tutto, ma condividere i pensieri del team e dare suggerimenti col senno di una persona che ha già affrontato esperienze e problematiche simili».

Le motivazioni

Caso, e con lui altri venti manager hanno messo volontariamente a disposizione le loro competenze secondo il principio del «giving back», cioè restituire qualcosa alla città o alla regione dove si sono formati. Alcuni di loro lavorano per grandi multinazionali come E-Bay, Qualcomm, National Instruments». Massimiliano Mancosu, è business development manager del gruppo Carpiagnani e lavora a Singapore e ha seguito in questi mesi Enius Co,

Candidature per il 2016

La Camera di Commercio di Torino ha aperto la selezione per il nuovo progetto di mentoring che partirà nel 2016. Le imprese interessate possono presentare la domanda entro il 23 ottobre



REPORTERS

Il progetto della Camera di Commercio

I cervelli fuggiti all'estero ora aiutano le imprese locali

Dispensano (gratis) strategie per entrare nei mercati internazionali



Si è trattato di uno scambio equilibrato e di un modo per restituire la mia esperienza a Torino

M. Mancosu
Business manager gruppo Carpiagnani

un'azienda che si occupa di certificazione del made in Italy: «Il nostro - spiega - è stato uno scambio equilibrato e io ho cercato di condividere con loro l'approccio concreto e orienta-



Mi sono divertito in questo ruolo perché ho condiviso i pensieri del team e dato suggerimenti

Fabrizio Caso
Ceo di Rokivo Us

to al risultato che i mercati esteri e in particolare Asiatici richiedono».

Che cosa fanno
Il mentore non è né un consu-

lente, né un procacciatore d'affari «ma un dispensatore di informazioni utili per approcciare nuovi mercati o nuovi settori all'estero», spiega Ilotte. Può insegnare un metodo di lavoro ma non «è un buyer o un partner commerciale, e agisce in modo confidenziale, evitando qualsiasi conflitto di interesse con la sua azienda di provenienza».

Le imprese locali

Al progetto hanno partecipato una gioielleria artigiana che «attraverso il web vorrebbe raggiungere le più esigenti e raffinate clienti nei Paesi arabi; c'è l'industria tradizionale di stampaggio acciaio che da Corio Ca-

nave prova ad espandersi verso nuovi mercati. Oppure c'è l'inventore di un'applicazione rivoluzionaria che compone palinsesti educativi e selezionati per i bambini che guardano la Tv. E poi il produttore di vini, il designer 3D. Che cosa ci guadagnano gli imprenditori locali? Secondo Ilotte «gli imprenditori locali, grazie alla Camera di commercio, hanno accelerato i tempi di internazionalizzazione, riducendone i costi, e nello stesso tempo vedono alleviarsi la cosiddetta "solitudine dell'imprenditore" nel momento della pianificazione strategica della propria azienda».

+ 29 per cento
È l'incremento del fatturato per le aziende del Lussemburgo che hanno sperimentato i mentori

Italcheck, autenticità italiana

Il sistema di garanzia per portare sulla tavola prodotti di qualità, scelto dalle alici Rizzoli Emanuelli



Alici

RIZZOLIEMANUELLI.IT

ARIANNA CURCIO (NEXTA)

23/12/2014

Da dove provengono le materie prime che consumiamo? E come vengono lavorate? Domande che richiedono risposte sulla qualità del prodotto, ma anche sulle scelte d'acquisto. Sono queste le premesse che hanno portato **Rizzoli Emanuelli** a scegliere **Italcheck** per garantire una totale trasparenza verso i propri consumatori.

Leggi anche: [CIBI DEL FUTURO? E' QUESTIONE DI INSETTI \(Stile.it\)](#)

Italcheck è un sistema brevettato che certifica l'autenticità di prodotto italiano tramite l'utilizzo di una piattaforma digitale dove il consumatore può accedere il modo semplice ed intuitivo ottenendo tutte le informazioni sul prodotto acquistato.

Grazie a questo metodo innovativo, si può tracciare l'intera storia del prodotto che si porta in tavola, partendo dalla pesca rigorosamente "al cerchio" con l'utilizzo di lampare, passando per le fasi di lavorazione quali la salagione, la stagionatura, la pulizia e il confezionamento.

La stagionatura è la fase fondamentale che determina il giusto grado di maturazione dei filetti, che assumono così il caratteristico colore rosato e il tipico profumo di un prodotto di alta qualità. La stagionatura avviene in condizioni di temperatura controllata, con periodici rabbocchi di salamoia e verifica dello stato di maturazione del pesce.

Infine, la fase di confezionamento in imballi flessibili mediante l'impiego di macchine ad elevata tecnologia che utilizzano impianti sottovuoto in compensazione di azoto. Queste fasi produttive, cruciali per il prodotto, avvengono rigorosamente nello stabilimento di Parma.

Leggi anche: [LE ALICI DI CETARA](#)

“Investire nel Made in Italy è un grande valore per le aziende del nostro paese che credono nella qualità e nell'eccellenza italiana – dichiara Marco Masselli di Italcheck. Abbiamo pensato Italcheck per tutelare l'autentico Made in Italy, ma non basta. E' necessario promuoverlo, valorizzarlo e commercializzarlo e proprio pensando a questi obiettivi, in collaborazione con ItalExcellence, abbiamo realizzato un progetto per portare i nostri prodotti all'estero. Prima tappa il Fancy Food di New York (11-13 gennaio 2015).



16 Dicembre 2014 - 141216

La difesa del «made in Italy»

I detective delle griffe false

Le soluzioni di due start-up torinesi: l'Italcheck e l'Identyclick

A pesare sui conti dei commercianti non c'è solo la crisi che svuota le tasche e fa precipitare i consumi: anche l'illegalità ha un costo, e pure salato. Secondo l'ultima ricerca di Confcommercio presentata in occasione della giornata nazionale di mobilitazione sulla legalità, la contraffazione è una zavorra da 3,3 miliardi.

La voglia di tutelarsi c'è, ma come? Sono sempre di più le iniziative imprenditoriali nate per aiutare aziende e consumatori a distinguere un prodotto originale da un'imitazione ben riuscita. Apripista fu nel 2006 la milanese Certilogo, oggi operativa in 36 Paesi nel mondo: le aziende aderenti marchiano i prodotti con un codice di dodici cifre per ciascun pezzo. Chi li acquista, può verificarne online l'autenticità: tra i suoi clienti ci sono Blumarine, Colmar, Lanvin, Moschino, Versace.

Non è solo il settore dell'abbigliamento a voler garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei prodotti: dagli alimentari all'industria manifatturiera, tutto può essere contraffatto. Due le start up made in Torino che



**Copie
La caccia
ai produttori
di borse
e abiti
con i marchi
falsificati
viene attuata
con sistemi
sempre più
sostanziosi**

hanno ideato una piattaforma dedicata: Italcheck e Identyclick. «L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega l'ideatore di Italcheck Marco Masseli, 33 anni, di Pinerolo -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità: ora copriamo le aziende di sedici diversi settori, tra cui tessile, orafa e manifatturiero».

Dopo aver certificato che un prodotto è made in Italy, Italcheck assegna un'etichetta interattiva: oltre alla certificazione della provenienza, si possono vedere anche il profilo dell'azienda e risalire la filiera fino al lotto di produzione. «Abbiamo messo a punto

un codice immateriale che possa collegare il prodotto all'azienda, da rigenerare quando l'oggetto viene regalato o ceduto - spiega il fondatore Marco Corrini, 59 anni, di Gaveno -. Così si può risalire al produttore, l'unico in grado di garantire l'autenticità».

La start up torinese sarà operativa da gennaio, per ora è disponibile una piattaforma capace di "interpretare" i codici a barre. «Sul nostro sito si può sperimentare quel che abbiamo intenzione di offrire alle aziende - continua Corrini -. Inserendo il codice a barre si può vedere non solo se un oggetto è italiano oppure no, ma anche da quale Paese arriva».



16 Dicembre 2014 - 141216

La difesa del «made in Italy»

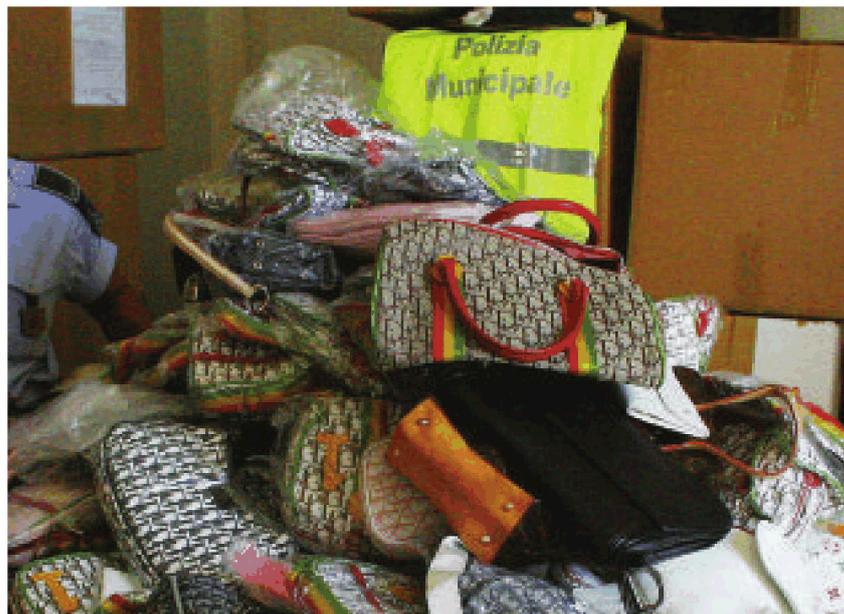
I detective delle griffe false

Le soluzioni di due start-up torinesi: l'Italcheck e l'Identyclick

A pesare sui conti dei commercianti non c'è solo la crisi che svuota le tasche e fa precipitare i consumi: anche l'illegalità ha un costo, e pure salato. Secondo l'ultima ricerca di Confcommercio presentata in occasione della giornata nazionale di mobilitazione sulla legalità, la contraffazione è una zavorra da 3,3 miliardi.

La voglia di tutelarsi c'è, ma come? Sono sempre di più le iniziative imprenditoriali nate per aiutare aziende e consumatori a distinguere un prodotto originale da un'imitazione ben riuscita. Apripista fu nel 2006 la milanese Certilogo, oggi operativa in 36 Paesi nel mondo: le aziende aderenti marchiano i prodotti con un codice di dodici cifre per ciascun pezzo. Chi li acquista, può verificarne online l'autenticità: tra i suoi clienti ci sono Blumarine, Colmar, Lanvin, Moschino, Versace.

Non è solo il settore dell'abbigliamento a voler garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei prodotti: dagli alimentari all'industria manifatturiera, tutto può essere contraffatto. Due le start up made in Torino che



**Copie
La caccia
ai produttori
di borse
e abiti
con i marchi
falsificati
viene attuata
con sistemi
sempre più
sostanziosi**

hanno ideato una piattaforma dedicata: Italcheck e Identyclick. «L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega l'ideatore di Italcheck Marco Masseli, 33 anni, di Pinerolo -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità: ora copriamo le aziende di sedici diversi settori, tra cui tessile, orafa e manifatturiero».

Dopo aver certificato che un prodotto è made in Italy, Italcheck assegna un'etichetta interattiva: oltre alla certificazione della provenienza, si possono vedere anche il profilo dell'azienda e risalire la filiera fino al lotto di produzione. «Abbiamo messo a punto

un codice immateriale che possa collegare il prodotto all'azienda, da rigenerare quando l'oggetto viene regalato o ceduto - spiega il fondatore Marco Corrini, 59 anni, di Gaveno -. Così si può risalire al produttore, l'unico in grado di garantire l'autenticità».

La start up torinese sarà operativa da gennaio, per ora è disponibile una piattaforma capace di "interpretare" i codici a barre. «Sul nostro sito si può sperimentare quel che abbiamo intenzione di offrire alle aziende - continua Corrini -. Inserendo il codice a barre si può vedere non solo se un oggetto è italiano oppure no, ma anche da quale Paese arriva».



16 Dicembre 2014 - 141216

La difesa del «made in Italy»

I detective delle griffe false

Le soluzioni di due start-up torinesi: l'Italcheck e l'Identvclick

A pesare sui conti dei commercianti non c'è solo la crisi che svuota le tasche e fa precipitare i consumi: anche l'illegalità ha un costo, e pure salato. Secondo l'ultima ricerca di Confcommercio presentata in occasione della giornata nazionale di mobilitazione sulla legalità, la contraffazione è una zavorra da 3,3 miliardi.

La voglia di tutelarsi c'è, ma come? Sono sempre di più le iniziative imprenditoriali nate per aiutare aziende e consumatori a distinguere un prodotto originale da un'imitazione ben riuscita. Apripista fu nel 2006 la milanese Certilogo, oggi operativa in 36 Paesi nel mondo: le aziende aderenti marchiano i prodotti con un codice di dodici cifre per ciascun pezzo. Chi li acquista, può verificarne online l'autenticità: tra i suoi clienti ci sono Blumarine, Colmar, Lanvin, Moschino, Versace.

Non è solo il settore dell'abbigliamento a voler garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei prodotti: dagli alimentari all'industria manifatturiera, tutto può essere contraffatto. Due le start up made in Torino che



**Copie
La caccia
ai produttori
di borse
e abiti
con i marchi
falsificati
viene attuata
con sistemi
sempre più
sostanziosi**

hanno ideato una piattaforma dedicata: Italcheck e Identvclick. «L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega l'ideatore di Italcheck Marco Masseli, 33 anni, di Pinerolo -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità: ora copriamo le aziende di sedici diversi settori, tra cui tessile, orafa e manifatturiero».

Dopo aver certificato che un prodotto è made in Italy, Italcheck assegna un'etichetta interattiva: oltre alla certificazione della provenienza, si possono vedere anche il profilo dell'azienda e risalire la filiera fino al lotto di produzione. «Abbiamo messo a punto

un codice immateriale che possa collegare il prodotto all'azienda, da rigenerare quando l'oggetto viene regalato o ceduto - spiega il fondatore Marco Corrini, 59 anni, di Gaveno -. Così si può risalire al produttore, l'unico in grado di garantire l'autenticità».

La start up torinese sarà operativa da gennaio, per ora è disponibile una piattaforma capace di "interpretare" i codici a barre. «Sul nostro sito si può sperimentare quel che abbiamo intenzione di offrire alle aziende - continua Corrini -. Inserendo il codice a barre si può vedere non solo se un oggetto è italiano oppure no, ma anche da quale Paese arriva».



16 Dicembre 2014 - 141216

La difesa del «made in Italy»

I detective delle griffe false

Le soluzioni di due start-up torinesi: l'Italcheck e l'Identyclick

A pesare sui conti dei commercianti non c'è solo la crisi che svuota le tasche e fa precipitare i consumi: anche l'illegalità ha un costo, e pure salato. Secondo l'ultima ricerca di Confcommercio presentata in occasione della giornata nazionale di mobilitazione sulla legalità, la contraffazione è una zavorra da 3,3 miliardi.

La voglia di tutelarsi c'è, ma come? Sono sempre di più le iniziative imprenditoriali nate per aiutare aziende e consumatori a distinguere un prodotto originale da un'imitazione ben riuscita. Apripista fu nel 2006 la milanese Certilogo, oggi operativa in 36 Paesi nel mondo: le aziende aderenti marchiano i prodotti con un codice di dodici cifre per ciascun pezzo. Chi li acquista, può verificarne online l'autenticità: tra i suoi clienti ci sono Blumarine, Colmar, Lanvin, Moschino, Versace.

Non è solo il settore dell'abbigliamento a voler garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei prodotti: dagli alimentari all'industria manifatturiera, tutto può essere contraffatto. Due le start up made in Torino che



**Copie
La caccia
ai produttori
di borse
e abiti
con i marchi
falsificati
viene attuata
con sistemi
sempre più
sostanziosi**

hanno ideato una piattaforma dedicata: Italcheck e Identyclick. «L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega l'ideatore di Italcheck Marco Masseli, 33 anni, di Pinerolo -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità: ora copriamo le aziende di sedici diversi settori, tra cui tessile, orafa e manifatturiero».

Dopo aver certificato che un prodotto è made in Italy, Italcheck assegna un'etichetta interattiva: oltre alla certificazione della provenienza, si possono vedere anche il profilo dell'azienda e risalire la filiera fino al lotto di produzione. «Abbiamo messo a punto

un codice immateriale che possa collegare il prodotto all'azienda, da rigenerare quando l'oggetto viene regalato o ceduto - spiega il fondatore Marco Corrini, 59 anni, di Gaveno -. Così si può risalire al produttore, l'unico in grado di garantire l'autenticità».

La start up torinese sarà operativa da gennaio, per ora è disponibile una piattaforma capace di "interpretare" i codici a barre. «Sul nostro sito si può sperimentare quel che abbiamo intenzione di offrire alle aziende - continua Corrini -. Inserendo il codice a barre si può vedere non solo se un oggetto è italiano oppure no, ma anche da quale Paese arriva».



La difesa del «made in Italy»

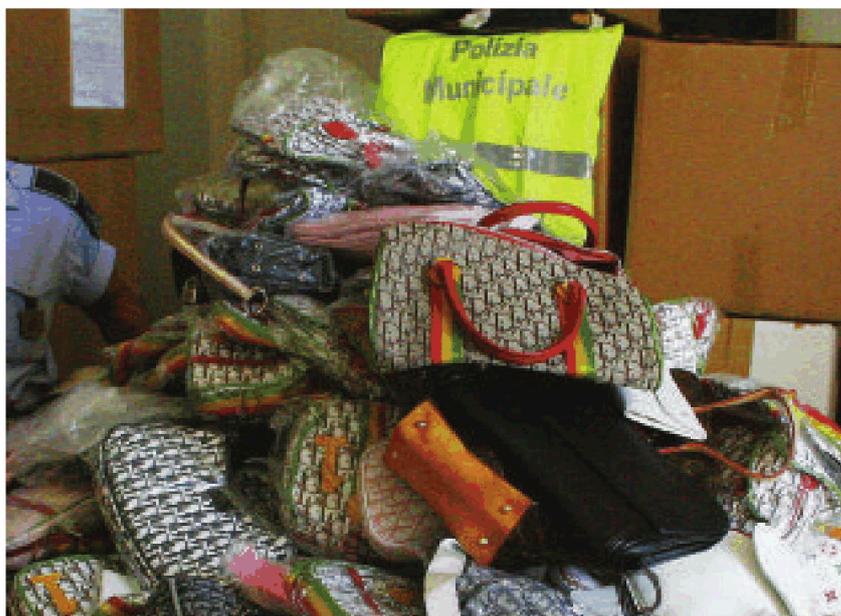
I detective delle griffe false

Le soluzioni di due start-up torinesi: l'Italcheck e l'Identyclick

A pesare sui conti dei commercianti non c'è solo la crisi che svuota le tasche e fa precipitare i consumi: anche l'illegalità ha un costo, e pure salato. Secondo l'ultima ricerca di Confcommercio presentata in occasione della giornata nazionale di mobilitazione sulla legalità, la contraffazione è una zavorra da 3,3 miliardi.

La voglia di tutelarsi c'è, ma come? Sono sempre di più le iniziative imprenditoriali nate per aiutare aziende e consumatori a distinguere un prodotto originale da un'imitazione ben riuscita. Apripista fu nel 2006 la milanese Certilogo, oggi operativa in 36 Paesi nel mondo: le aziende aderenti marchiano i prodotti con un codice di dodici cifre per ciascun pezzo. Chi li acquista, può verificarne online l'autenticità: tra i suoi clienti ci sono Blumarine, Colmar, Lanvin, Moschino, Versace.

Non è solo il settore dell'abbigliamento a voler garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei prodotti: dagli alimentari all'industria manifatturiera, tutto può essere contraffatto. Due le start up made in Torino che



Copie
La caccia ai produttori di borse e abiti con i marchi falsificati viene attuata con sistemi sempre più sofisticati

hanno ideato una piattaforma dedicata: Italcheck e Identyclick. «L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega l'ideatore di Italcheck Marco Maseli, 33 anni, di Pinerolo -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità: ora copriamo le aziende di sedici diversi settori, tra cui tessile, orafa e manifatturiero».

Dopo aver certificato che un prodotto è made in Italy, Italcheck assegna un'etichetta interattiva: oltre alla certificazione della provenienza, si possono vedere anche il profilo dell'azienda e risalire la filiera fino al lotto di produzione. «Abbiamo messo a punto

un codice immateriale che possa collegare il prodotto all'azienda, da rigenerare quando l'oggetto viene regalato o ceduto - spiega il fondatore Marco Corrini, 59 anni, di Giaveno -. Così si può risalire al produttore, l'unico in grado di garantire l'autenticità».

La start up torinese sarà operativa da gennaio, per ora è disponibile una piattaforma capace di "interpretare" i codici a barre. «Sul nostro sito si può sperimentare quel che abbiamo intenzione di offrire alle aziende - continua Corrini -. Inserendo il codice a barre si può vedere non solo se un oggetto è italiano oppure no, ma anche da quale Paese arriva».

TECNOLOGIA
18/07/2014

Nuove agevolazioni per le startup innovative annunciate dal MiSE

In occasione del Pitch on the Beach dell'I3P, presentati i progetti TreataBit, programma di supporto alle startup ICT/social innovation

LUCA INDEMINI

Il Governo Renzi crede nel digitale e nelle startup. Ulteriore dimostrazione è stata data ieri sera sul roof garden dell'I3P, in occasione del Pitch on the Beach, organizzato da TreataBit, percorso di incubazione dedicato ai progetti digitali rivolti al mercato consumer. La serata dedicata a presentare alcune delle eccellenze digitali incubate dal Politecnico, è stata aperta dall'intervento di Stefano Firpo,



Stefano Firpo sul palco

capo della segreteria tecnica del Ministero dello Sviluppo Economico e uno degli autori della normativa che regola le **Startup Innovative**. Dopo aver indicato i risultati si qui raggiunti dal Governo, Firpo ha anticipato due provvedimenti, che saranno operativi nell'arco di una settimana e vengono incontro alle esigenze delle startup: l'estensione da 4 a 5 anni del regime agevolato loro riservato e l'accesso alle piattaforme di crowdfunding anche per i fondi.

La legge pubblicata a fine 2012 e diventata completamente operativa nella seconda metà del 2013, dopo i necessari decreti attuativi, prevede significativi tagli alla burocrazia, semplificando e abbattendo i costi dell'iscrizione delle Startup innovative a un **registro dedicato**, inoltre concede un regime speciale, con i costi contenuti delle s.r.l. e la flessibilità tipica delle s.p.a., e ha introdotto modifiche al diritto del lavoro, agevolando il ricorso ai contratti a termine. Per quanto riguarda i finanziamenti sono previsti significativi sgravi fiscali per gli investitori, è stato introdotto l'**equity crowdfunding** attraverso tre piattaforme autorizzate ed è prevista una garanzia pubblica sull'80% dei finanziamenti ottenuti dagli istituti bancari; "Quest'ultimo punto ha permesso alle startup innovative, nell'anno o poco più di attività della legge, di raccogliere circa 60 milioni di euro", ha sottolineato Firpo.

Come annunciato dal capo della segreteria tecnica del MiSE: "Nel corso della conversione del Decreto Competitività in Senato, è stata presentata una serie di emendamenti che interessano le startup innovative che il Governo sta valutando in senso favorevole, e che spero possano essere accolti e approvati nel corso della prossima settimana. Quelli più rilevanti riguardano l'estensione della disciplina sull'equity crowdfunding, che dà accesso alle piattaforme che raccolgono capitale di rischio on line, oltre che alle start up innovative, anche ai fondi d'investimento che investono prevalentemente in startup. Un secondo emendamento estende da 4 a 5 anni il regime di favore sulle start up innovative".

Riforme a sostegno dell'ecosistema delle startup che sono un conseguenza naturale dei risultati fin qui registrati dal fenomeno. "Nei paesi membri dell'OCSE, negli ultimi 10 anni, le imprese con meno di quattro anni sono quelle che hanno generato il maggior numero di posti di lavoro - ha sottolineato Firpo -. In Italia, dall'operatività della legge, nel 2013, si sono iscritte al registro 2315 startup innovative, e crescono al ritmo di 30 - 40 a settimana, sono stati creati 9 mila posti di lavoro, per un fatturato complessivo di circa 500 milioni di euro. In pratica, in un anno, abbiamo creato una 'grande impresa', con un costo per lo Stato che si aggira intorno ai 10 milioni". Parallelamente si è deciso di razionalizzare il sistema degli incubatori: tra i 126 esistenti, sono stati selezionati e certificati i 26 migliori, equamente distribuiti sul territorio nazionale, in modo da poter adottare misure di sostegno adeguate.

Uno dei 26, il migliore italiano secondo la classifica mondiale stilata dall'ente di ricerca svedese Ubi Index, è l'I3P del Politecnico, che in occasione del Pitch on the Beach ha messo in mostra i suoi gioielli: interventi dal palco di 30 secondi e banchetti per mostrare il prodotto.

Enogastronomia

In ambito enogastronomico si muovono **Gnammo**, primo portale italiano di social eating; **Goodmakers**, marketplace che mette in relazione i buoni produttori di vini con chi cerca i loro prodotti, e **Mister Forchetta**, sito di couponing per la ristorazione, che permette di scoprire nuovi ristoranti e apprezzare nuovi piatti a prezzi speciali. Collegato al tema della somministrazione, **Cloubs** è l'app per ordinare e pagare i drink nei locali attraverso lo smartphone, evitando code e attese al bancone. Correlato al tema ristorazione, **Scloby** si presenta come il migliore amico di ristorato e commercianti in generale e permette attraverso tablet e smartphone di sostituire registratori di cassa e software gestionali.

Trasporti

Non mancano le startup legate ai trasporti: **Bring Me** è una piattaforma di carpooling aziendale e **Veicoli** è un'app che permette di gestire scadenze, costi e manutenzione dei veicoli.

Casa

Passando dall'auto alla casa, **Materest** è un portale di annunci per trovare il coinquilino ideale, mentre **Reopla** è una piattaforma di collaborazione social per gli agenti immobiliari.

Giochi e sport

È pensata per gli sportivi **Ski-ten-go**, servizio di prenotazione comodo e veloce per lo sci, il tennis e il golf; mentre chi preferisce lo sport virtuale potrà divertirsi con **SoccerSquare**, il social game di calcio manageriale. Tra le società incubate da TreataBit c'è anche **TinyBullStudios**, che si occupa dello sviluppo di videogiochi per dispositivi mobile e social network.

Commercio e finanziamenti

Si spazia ancora dalla piattaforma di social commerce **Citybuyers** a quella di crowdfunding culturale Innamorati della **Cultura**; dalla colletta online in 3 click proposta da **Squeezol** a **YouDroop**, piattaforma per il **dropshipping**, che mette in collegamento fornitori e rivenditori online.

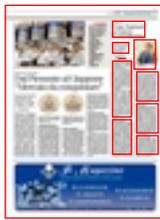
Servizi imprenditoriali

RecTv offre uno strumento di promozione video a freelance e startupper e sempre ai freelance in ambito digitale, ma non solo, pensa **Actions**, app che migliora la qualità dell'interazione uomo - macchina, trasformando tablet e smartphone in controller per ogni tipo di computer. **Bizanami** fornisce supporto nella gestione di un progetto imprenditoriale; **HardMesh** semplifica la vita a chi si occupa di modellazione 3D e **Intoino** è un kit che semplifica la programmazione elettronica: "facile come un Lego", promette nella presentazione.

Agevolazioni e servizi per i consumatori

Con **Passaprima**, il portale per la prenotazione degli esami medici, sarà più semplice l'incontro tra domanda e offerta nel settore dell'healthcare; **MisterMario**, citando il celebre Mario Bros, permette di risolvere in pochi click i problemi legati a riparazioni e lavori domestici; **MenoPercento** è un'app che aiuta gli utenti a gestire il complesso sistema delle tessere fedeltà. Infine **Italcheck** è un sistema che permette di verificare l'autenticità e l'identità italiana di un prodotto.

I pitch sono stati preceduti dall'intervento di Loris Degioanni, laureato al Politecnico di Torino, che ha presentato il suo libro "Ho conquistato l'America", in cui racconta la sua avventura di startupper in Silicon Valley. "Mi auguro che tutti voi possiate a breve scrivere la stessa storia - ha concluso Marco Cantamessa, presidente dell'I3P -. Magari raccontando come avete raggiunto il successo non in America, ma in provincia di Torino".



Progetto

È nato "Italcheck" per battere la contraffazione

Il sistema ideato
da un giovane
imprenditore
pinerolese

**NADIA FERRIGO
PINEROLO**

Il made in Italy è da sempre una garanzia di qualità, con un pericoloso nemico da combattere e sconfiggere: la contraffazione.

Per dare una mano ad aziende e consumatori a capire se un prodotto è originale o solo un'imitazione ben riuscita, Marco Masselli, 30 anni, di Pinerolo, imprenditore laureato in Economia e disegno industriale, ha creato Italcheck, un sistema internazionale capace di verificare l'autenticità degli oggetti.

«L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega Masselli -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità. Prendiamo il più classico dei nostri prodotti alimentari, la pasta. Non è facile per chi vive dall'altra parte del mondo decifrare le nostre marche: per un cinese, suona più familiare la pasta Da Vinci che la De Cecco, così le contraffazioni sono moltissime».

Basta un codice

Il meccanismo è molto semplice: alle aziende che vogliono garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei loro prodotti viene assegnato un codice identificativo, che il cliente potrà verificare con l'applicazione Italcheck, già disponibile in nove lingue: inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo, giapponese, portoghese, arabo e cinese. «Abbiamo realizzato un sistema utile sia ai consumatori stranieri che alle aziende italiane - spiega Masselli -. Da un anno collaboriamo con Agroqualità, società nazionale di certificazione della qualità della filiera nel settore alimentare, tessile e della

ristorazione». Prima di includere le aziende nel circuito Italcheck, Agroqualità controlla che l'intera filiera produttiva rispetti tutti i canoni del made in Italy. «Già una ventina di aziende hanno completato la procedura di accreditamento. Abbiamo ricevuto molte altre richieste, che ora stiamo valutando con attenzione - continua -. Il processo di accreditamento richiede un po' di tempo, in particolare per le aziende che lavorano molto all'estero, ma è un passaggio fondamentale per garantire la qualità del servizio».

I primi clienti

Tra le imprese che hanno scelto l'applicazione torinese per rendere identificabili i loro prodotti in tutto il mondo, molte vengono dall'industria manifatturiera: dai ricambi per l'auto alle valvole di un impianto idraulico, tutto può essere contraffatto, con un danno sia economico che d'immagine per i produttori italiani. Italcheck nasce dalla collaborazione di un team di una ventina di persone, con competenze molto diverse: informatici, traduttori ed esperti di diritto e controllo della qualità.

Settore del mobile

«Non siamo ancora al completo - conclude Masselli -. Stiamo cercando un web designer specializzato nel settore mobile e in questi mesi stiamo completando la rete commerciale: non basta trovare nuove aziende che possono aver bisogno di tracciare i loro prodotti, ma dobbiamo capire qual è il modo migliore per assisterle».



Marco Masselli



Progetto

È nato "Italcheck" per battere la contraffazione

Il sistema ideato da un giovane imprenditore pinerolese

NADIA FERRIGO
PINEROLO

Il made in Italy è da sempre una garanzia di qualità, con un pericoloso nemico da combattere e sconfiggere: la contraffazione.

Per dare una mano ad aziende e consumatori a capire se un prodotto è originale o solo un'imitazione ben riuscita, Marco Masselli, 30 anni, di Pinerolo, imprenditore laureato in Economia e disegno industriale, ha creato Italcheck, un sistema internazionale capace di verificare l'autenticità degli oggetti.

«L'idea è nata un paio d'anni fa durante un viaggio di lavoro in Asia - spiega Masselli -. All'estero tutti amano i prodotti italiani, ma spesso è difficile riconoscerne l'autenticità. Prendiamo il più classico dei nostri prodotti alimentari, la pasta. Non è facile per chi vive dall'altra parte del mondo decifrare le nostre marche: per un cinese, suona più familiare la pasta Da Vinci che la De Cecco, così le contraffazioni sono moltissime».

Basta un codice

Il meccanismo è molto semplice: alle aziende che vogliono garantire la riconoscibilità e la tracciabilità dei loro prodotti viene assegnato un codice identificativo, che il cliente potrà verificare con l'applicazione Italcheck, già disponibile in nove lingue: inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo, giapponese, portoghese, arabo e cinese. «Abbiamo realizzato un sistema utile sia ai consumatori stranieri che alle aziende italiane - spiega Masselli -. Da un anno collaboriamo con Agroqualità, società nazionale di certificazione della qualità della filiera nel settore alimentare, tessile e della

ristorazione». Prima di includere le aziende nel circuito Italcheck, Agroqualità controlla che l'intera filiera produttiva rispetti tutti i canoni del made in Italy. «Già una ventina di aziende hanno completato la procedura di accreditamento. Abbiamo ricevuto molte altre richieste, che ora stiamo valutando con attenzione - continua -. Il processo di accreditamento richiede un po' di tempo, in particolare per le aziende che lavorano molto all'estero, ma è un passaggio fondamentale per garantire la qualità del servizio».

I primi clienti

Tra le imprese che hanno scelto l'applicazione torinese per rendere identificabili i loro prodotti in tutto il mondo, mol-

te vengono dall'industria manifatturiera: dai ricambi per l'auto alle valvole di un impianto idraulico, tutto può essere contraffatto, con un danno sia economico che d'immagine per i produttori italiani. Italcheck nasce dalla collaborazione di un team di una ventina di persone, con competenze molto diverse: informatici, traduttori ed esperti di diritto e controllo della qualità.

Settore del mobile

«Non siamo ancora al completo - conclude Masselli -. Stiamo cercando un web designer specializzato nel settore mobile e in questi mesi stiamo completando la rete commerciale: non basta trovare nuove aziende che possono aver bisogno di tracciare i loro prodotti, ma dobbiamo capire qual è il modo migliore per assisterle».



Marco Masselli