

Il Sole **24 ORE**
Radiocor

SustainEconomy.24 - Pmi e startup scelgono la via della sostenibilità

L'INTERVISTA ALL'AD DI DIGITAL MAGICS, MARCO GAY

“In Italia c'è una grande voglia di fare impresa. Startup e digitale per spingere la crescita”

Le imprese italiane e le startup sono molto ben posizionate in tema di sostenibilità. Marco Gay, socio e amministratore delegato di Digital Magics, incubatore di startup Made in Italy e pmi innovative che operano nell'ambito del digitale, quotato su Aim Italia, parla della grande voglia di fare impresa nel nostro Paese testimoniata da 1.500 candidature che l'incubatore riceve ogni anno. La pandemia ha reso più concreta la trasformazione digitale ma occorrono politiche industriali, spiega Gay da past presidente dei Giovani di Confindustria e attuale presidente di Confindustria Piemonte. E, forte di



↑ **Marco Gay**,
ad di Digital Magics

73 startup attive a portafoglio che, l'ultimo anno, hanno visto il fatturato aggregato superare i 62 milioni, con una crescita del 14%, guarda ai programmi di accelerazione “parte importante della nostra attività ma anche un cardine dello sviluppo dei settori industriali”.

Quanta attenzione riscontrate

nel mondo delle imprese e delle startup verso la sostenibilità?

Il tema della sostenibilità a 360 gradi ha un impatto, anche grazie al crescendo di attenzione negli ultimi anni, che sicuramente trova un grande riscontro nelle imprese e nelle startup. Le imprese italiane sono molto ben posizionate con una forte attenzione all'ambiente e all'ecosistema del territorio e per le startup - anche per una questione di attenzione generazionale e per il fatto che i progetti nascono già con forti criteri di sostenibilità - è diventata una costante. Ad

>> continua a pag. 4

L'INTERVISTA AL CEO DI LVENTURE, LUIGI CAPELLO

“Startup competitive e pronto un acceleratore green”

Il venture capital sfiora numeri record in tutto il mondo, dopo la frenata della prima parte del 2020 e con la spinta venuta da nuovi settori, complice il cambio di abitudini dovuto alla pandemia. Luigi Capello, ceo di LVenture Group, holding di partecipazioni che investe in startup digitali e ne accelera il processo di sviluppo attraverso l'acceleratore LUISS EnLabs, parla di un'Italia ora più competitiva per le startup e di una grande attenzione ai temi della sostenibilità. Ma anche dei progetti futuri della società con il lancio di un

acceleratore proprio in ambito green.

Come sta andando il mondo delle startup?

Ho guardato i numeri di marzo e siamo a livelli record in tutto il mondo, nel venture capital a livello mondo sono stati investiti 40 miliardi di dollari solo nel mese di gennaio e, a livello Italia, i primi due mesi del 2021 registrano un +50% sui primi due mesi del 2020. Quindi il venture capital è un mercato che sta andando particolarmente bene.

Come è cambiato il mercato e cosa sta spingendo la ripresa?



↑ **Luigi Capello**,
ceo di LVenture Group

Abbiamo vissuto un 2020 in cui il venture capital ha avuto una frenata improvvisa e non ci sono stati round nei mesi di marzo ed aprile ma, poi, la pandemia ha

>> continua a pag. 3

NANO-TECH

“Il futuro è nei biomateriali”



↑ **Giuseppe Galimberti**,
ad di Nano-Tech

Dalla Carbon Valley, nelle Marche, materiali bio e multifunzionali innovativi per l'industria, soprattutto nei settori automotive e aerospazio. Giuseppe Galimberti, amministratore delegato di Nano-Tech racconta l'esperienza e i progetti della pmi in un mercato che offre tassi di crescita a doppia cifra.

Un distributore di materiali innovativi per l'industria: parliamo di Nano-Tech e del vostro progetto. Come è nato e quali sono i vostri obiettivi?

È nato dalla passione di giovani ingegneri e dalla visione di un business angel. Entrambi hanno da subito intravisto le enormi possibilità che i nuovi materiali e l'uso di nanotecnologie avrebbero avuto già nel futuro più prossimo. La scelta di produrre materiali nella Car-

>> continua a pag. 2

“Eccellenze italiane per i consumatori antispreco”

L'idea è nata durante il lockdown, Babaco Market è la startup che porta a casa dei consumatori box di frutta e verdura a rischio spreco. Eccellenze italiane, spiega il ceo e founder Francesco Giberti, che vede crescere la sensibilità degli italiani per i consumi sostenibili.

Babaco Market è nato durante il lockdown. A circa un anno qual è il bilancio e qual è la risposta dei consumatori?

Babaco Market è nato a maggio 2020, nel periodo di pieno lockdown, quando abbiamo riscontrato un grande cambiamento da parte dei consumatori nel rapporto col cibo. A quasi un anno dalla nostra nascita, possiamo dire di aver raggiunto un bilancio molto positivo. A oggi, gli utenti iscritti al servizio sono circa 1.800. I consumatori rispondono molto bene alla nostra mission e sono molto soddisfatti del servizio che mette loro a disposizione frutta e verdura 100% made in Italy, sempre fresca e di stagione. Piace molto quello che chiamiamo “l'effetto Baba-

co”, ovvero la sorpresa che ogni box porta con sé: il contenuto è frutto di quanto viene recuperato direttamente dal campo e i consumatori scoprono solo al momento dell'apertura della box i prodotti da loro acquistati. Sono tutti prodotti eccellenti, mettiamo a disposizione dei nostri iscritti eccellenze italiane, presidi Slow Food e prodotti con una alta specificità geografica ma alcuni sono delle vere chicche che difficilmente si possono acquistare nei supermercati, come le carote di Polignano o le arance bionde del Gargano.

C'è richiesta per consumi sostenibili? E sensibilità contro lo spreco?

La consapevolezza verso l'importanza di ridurre gli sprechi nel nostro Paese è in costante crescita: nel corso del 2020 il 54% degli italiani ha, infatti, diminuito o, addirittura, annullato gli sprechi alimentari, ricorrendo a strategie che vanno dalla riscoperta degli avanzi in cucina a una maggiore attenzione alla data di scadenza. Il nostro modello di business ruota proprio



↑ Francesco Giberti, ceo e founder di Babaco Market

intorno alla riduzione degli sprechi andando ad agire a monte della filiera per recuperare frutta e verdura che per ragioni estetiche rischiano di essere sprecate. Al momento collaboriamo con circa 80 realtà agricole distribuite su tutto il territorio nazionale. L'interesse dei consumatori per il nostro servizio è dimostrato da una crescita costante della base utenti del 30% mese su mese. E cerchiamo di fornire ai nostri utenti anche consigli per contribuire in maniera attiva alla salvaguardia del pianeta.

Avete iniziato a Milano e in Lombardia pensate di estendere la vostra iniziativa anche in altre parti d'Italia?

Attualmente distribuiamo in abbonamento a 32 comuni tra Mi-

lano, hinterland, Monza e Brianza. Dalla partenza ad oggi, in meno di un anno, abbiamo già consegnato 14.000 box. Sicuramente tra i nostri obiettivi di quest'anno ci sono l'estensione del bacino di copertura su Torino e altre città come Varese, Bergamo e Brescia con circa 60mila box e l'aggiunta di nuovi prodotti.

Che margini di crescita ha il settore in Italia? E quali sono i vostri target?

Nel 2020 gli acquisti online nel comparto food & grocery sono cresciuti del 55% rispetto al 2019 per un valore assoluto di quasi un miliardo di euro e dopo l'accelerazione data dalla pandemia la crescita è destinata a proseguire, dato confermato dalla crescita costante delle nostre metriche. Il nostro target attuale è prevalentemente femminile, green, attento alla forma fisica e all'alimentazione, ma trasversale a più fasce d'età, includendo millennial, generazione Z e mamme che prediligono un consumo familiare sano, etico ed ecologico. ■

>>> DALLA PRIMA PAGINA - L'INTERVISTA ALL'AD DI NANO-TECH, GIUSEPPE GALIMBERTI

bon Valley è stata in parte casuale e in parte favorita dall'esistenza di un vero e proprio distretto della lavorazione del carbonio e dei materiali compositi.

Che opportunità offre il mercato delle nanotecnologie e quali sono i settori cui vi rivolgete?

Le possibilità sono enormi, perché le nanotecnologie si possono applicare a qualsiasi settore. Il futuro è dei materiali multifunzionali, ovvero in grado di assolvere più funzioni contemporaneamente e questo con le nanotecnologie è diventato possibile. Le previsioni per i prossimi cinque anni parlano di mercati miliardari e con tassi di crescita a doppia cifra: è previsto che i cinque settori di riferimento per lo sviluppo degli attuali prodotti di Nano-Tech raggiungano un turnover di 71 miliardi quest'anno e per il mercato dei nano compositi è prevista una crescita del 16% all'anno. Nano-Tech si rivolge in particolare al settore automotive, dove abbiamo già consolidate collaborazioni con la F1 e produttori di veicoli di alta gamma, anche elettrici e al settore aerospaziale.

2 Avete messo a punto anche progetti per la re-

alizzazione di bio-materiali. Ce ne parla?

Fin dall'inizio Nano-Tech ha avuto particolare attenzione ai temi della sostenibilità. Molti dei materiali prodotti hanno come caratteristica la leggerezza, per consentire la realizzazione di veicoli o aerei meno inquinanti. I bio materiali sono però la grande sfida del futuro e quella sulla quale Nano-Tech sta puntando. A partire dall'utilizzo di fibre naturali come rinforzante di materiali compositi fino alla realizzazione di polimeri bio.

Guardando al futuro, qual è il vostro piano di sviluppo in numeri? E nel futuro potrà esserci anche la quotazione?

Il completamento di un impianto di produzione all'avanguardia nell'ultimo quarto del 2020 ha consentito, oltre che di internalizzare molti processi produttivi, di completare lo sviluppo di nuovi prodotti e di aggredire il mercato con più efficacia. In pochi mesi abbiamo acquisito commesse e programmi di produzione in un percorso che siamo soliti definire “Fast Track to Profitability”, cioè la veloce adozione dei nostri materiali grazie alle migliori performance. Lo sviluppo è continuo e il piano quinquennale

di Nano-Tech, grazie ad una marginalità elevata, prevede di raggiungere un ebitda di 5 milioni al 2025 e non esclude una eventuale quotazione.

Nano-Tech ha anche partecipato al progetto della Regione Marche con l'obiettivo di creare un hub tecnologico in grado di sviluppare nuove tecnologie applicate al settore della manifattura sostenibile. A che punto siamo?

Il progetto MARLIC prevede lo sviluppo di una piattaforma tecnologica di ricerca collaborativa nell'ambito della manifattura sostenibile con la creazione di un laboratorio, due progetti di ricerca, un progetto di trasferimento tecnologico e un'azione di diffusione dei risultati individuati e permetterà di realizzare iniziative strategiche per l'acquisizione e la sperimentazione di nuove conoscenze in un settore chiave come quello dei compositi di derivazione Bio. Il primo progetto consiste nella messa a punto di biomateriali e materiali avanzati misti attraverso lo studio e la creazione di nuove materie prime e/o seconde di derivazione naturale o di riuso. Nel secondo progetto si svilupperà un approccio di de-manufacturing in ottica di economia circolare. ■

Venture capital da record, spinta nel 2021

fatto cambiare le abitudini ad ognuno di noi. Innanzitutto, del consumatore che è stato forzato ad un cambiamento quantico: con il food delivery abbiamo ordinato la cena a domicilio, la spesa ci è arrivata a casa, abbiamo scelto l'e-commerce e le app per i pagamenti. Secondo, le corporate che si sono rese conto che se non avessero cavalcato l'innovazione probabilmente non avrebbero retto all'impatto; di qui un grande interesse all'innovazione e alla ricerca di nuovi modelli di business, anche da parte della piccola azienda online che all'improvviso doveva sviluppare l'e-commerce. E, infine, il mercato venture capital e le risorse finanziarie del programma da 1,6 miliardi di Cdp, avviato a inizio 2020 ed entrato nel vivo. Queste tre novità hanno spinto nel secondo semestre del 2020 il venture capital che ha potuto recuperare i livelli del 2019. Una spinta che continua nel 2021 ed anzi è in fase di accelerazione.

Dal punto di vista di Lventure ravvisa interesse per i temi della sostenibilità?

La sostenibilità è una mission per noi fondamentale cui diamo molta attenzione, ma abbiamo anche una serie di startup che

hanno impatto sul tema. Ricordo, tra le altre MyFoody, una startup che fa promozione nei supermercati per i cibi in scadenza, con sistemi per comunicare al pubblico come comprarli a sconto, oppure Deesup, il marketplace del design e arredi di seconda mano che ha creato un mercato di sostenibilità e recupero oppure Shampora che permette di creare prodotti per capelli su misura just in time, senza magazzino e utilizza packaging riciclato.

Quali sono i vantaggi per una startup ora in Italia e cosa, invece, dovrebbe cambiare?

Prima eravamo un po' penalizzati, se pensiamo a quante volte si leggeva di ragazzi che andavano a Londra a creare una startup. Oggi quantomeno siamo competitivi, si è creato un humus positivo per cui non partiamo con handicap, siamo competitivi nei round iniziali e i soldi si trovano. Certo se mi dici che deve essere fatto un round da 300 milioni non so se in Italia è stato fatto negli ultimi anni. Per partire siamo competitivi. Cosa si deve fare? Le richieste sono sempre le stesse: rendere più fluente le operazioni e sburocratizzare al massimo la filiera delle norme che si sono ossidate anno su



↑ Open Space Hub LVG

anno. Quelle sulle startup sono nate nel 2012 e poi se ne sono susseguite tante altre, servirebbe una sintesi di queste norme fatta in modo pratico-operativo.

Parliamo della società. Dopo il 2020 cosa vede nel 2021 di Lventure?

Il 2020 ha avuto un primo semestre difficile ma nel secondo abbiamo visto un recupero e abbiamo chiuso in termini di ricavi come l'anno precedente, a livello di ebitda e risultato netto rettificato siamo stati positivi e quindi direi siamo andati molto

bene. Per il 2021 ci aspettiamo grandi cose, è passato già un trimestre e vediamo segni positivi: c'è un flusso di capitali che sta arrivando in maniera importante e ci aspettiamo importanti operazioni nelle nostre startup e, nella seconda parte dell'anno, interessanti opportunità di exit. I progetti principali del 2021 sono il lancio di un acceleratore proprio in ambito green e il lancio del nostro parallel fund: progetti che puntano a posizionare Lventure tra i campioni europei. ■

LUISS Enlabs: Trasformare talenti in realtà d'impresa

Oltre 100 startup per una raccolta che sfiora i 100 milioni e l'obiettivo di trasformare i talenti in realtà d'impresa in grado di crescere e fatturare. LUISS EnLabs è l'acceleratore di startup di Lventure Group, nato nel 2013 da una joint venture con l'Università Luiss, che due volte l'anno, seleziona le startup digitali early-stage più promettenti per il suo Programma di Accelerazione. Dalla combinazione tra le risorse finanziarie fornite da Lventure e il supporto dell'ecosistema rappresentato da un network di investitori, corporate e istituzioni tra cui l'Università Luiss e i partner Bnl Gruppo Bnp Paribas, Accenture e Sara Assicurazioni, le startup che partecipano al Programma di Accelerazione hanno ottenuto importanti risultati: l'80% ha ottenuto investimenti da parte di terzi alla conclusione del percorso. Ad oggi le startup del portafoglio di Lventure Group hanno raccolto complessivamente 99 milioni di euro, 19 milioni di euro investiti direttamente dalla società e 80 milioni di euro investiti da terzi investitori, tra cui Fondi internazionali di venture capital e business angel. I progetti innovativi trovano una "casa" in un ampio open space alla stazione di Roma Termini, oltre a uno spazio dedicato per gli innovatori digitali nell'Hub Luiss di Milano. La Call per il Programma di Accelerazione di LUISS EnLabs è aperta due volte l'anno e le startup sono selezionate sulla base di team, prototipo funzionante, tecnologia innovativa, scalabilità a livello internazionale. Lventure Group supporta le startup che partecipano al Programma con un investimento -fino a 160 mila euro attraverso SFP (Strumenti Finanziari Partecipativi) emessi dalle stesse startup. Durante i 5 mesi del Programma, gli advisor e il team di esperti di Lventure Group e LUISS EnLabs supportano le startup nello sviluppo tecnologico e del modello di business, generando occasioni di networking con gli investitori fino alla Demo Day, quando le startup che già fatturano sul mercato presentano i propri risultati agli investitori, alle corporate per farsi conoscere e ottenere un successivo round di investimento. ■

“I programmi di accelerazione sono il futuro”

esempio abbiamo una delle nostre startup, che si chiama AWorld che proprio della sostenibilità ha fatto il suo core business ed è stata scelta dall'Onu come piattaforma di supporto per la campagna Act Now. Oppure Macingo, una delle principali piattaforme italiane di sharing delivery di trasporti ingombranti che ha permesso di abbattere le emissioni di CO2. Sono solo due esempi per spiegare che non solo riscontro una attenzione sul tema ma anche che per l'ecosistema delle startup la sostenibilità è un tema industriale. E, soprattutto, danno l'idea di una sensibilità assai concreta.

Voi supportate la crescita di una nuova generazione di imprenditori. C'è voglia di fare impresa?

C'è una grandissima voglia di fare impresa: mediamente ogni anno noi riceviamo oltre 1.500 candidature di progetti, già confermati da team, di imprenditori che vogliono essere supportati da Digital Magics. Lo ritengo un dato interessantissimo se pensiamo che le startup sono poco più di 11mila al registro delle imprese, e quindi, 1.500 tutti gli anni denotano una grande voglia di fare impresa e di crescita. Quindi la voglia c'è, ed è anche solida, ed è anche vista in maniera corretta con idee innovative che vedono il concorso di team che all'inizio cercano di essere complementari per poi crescere ed accelerare.

Dal vostro punto di vista quali sono i settori, in questa fase, più dinamici?

Vediamo dinamismo nei settori Fintech e Insurtech, nel mondo del software e service al servizio del 4.0 e della trasformazione digitale delle imprese e nel mondo del marketplace ed e-commerce che nell'ultimo anno hanno avuto una forte accelerazione. Sono i settori in cui noi, come azienda, stiamo facendo e abbiamo fatto i maggiori investimenti e stiamo vedendo grande vivacità. Accanto a questi non bisogna dimenticare i settori del food, dell'health dove, soprattutto negli ultimi mesi, c'è stata

una propensione maggiore a fare impresa. E poi c'è il mondo delle smart city e di tutto quello che riguarda anche i cosiddetti abilitatori di innovazione che sono IoT, Cloud, 5G, Intelligenza artificiale. E che noi però, come azienda, giudichiamo come componenti molto trasversali a tutti i progetti che andiamo a individuare. Sono ambiti in cui c'è anche una grande crescita che segue la crescita del mercato per tutto quello che è trasformazione tecnologica e digitale.

Cosa è cambiato nell'ultimo anno?

Quello che abbiamo visto tanto cambiare nell'ultimo anno è una maggiore concretezza nei confronti della trasformazione digitale; prima c'era l'idea di doverla fare o le aziende che dovevano cimentarsi, oggi l'industria dell'innovazione e delle startup è un'industria a tutti gli effetti del nostro Paese. Si è trovata di fronte ad una opportunità di maturazione accelerata e, quindi, ha fatto quel passo avanti cui tutto l'ecosistema lavora alacremente perché diventi strutturale e continuativo nel tempo.

Soffermiamoci ora sull'attività di Digital Magics. Quanto avete investito finora e quali sono i vostri target?

Noi oggi abbiamo 73 startup attive a portafoglio e per noi attive vuol dire che sono all'inizio della fase di mercato e non sono nella fase finale della nostra collaborazione che è quella verso la exit dalla partecipazione o della cancellazione della partecipazione che, ahimè, fa parte dell'ecosistema delle startup. Quest'anno abbiamo avuto una raccolta importante delle nostre società in portafoglio che hanno raccolto, come capitali di rischio, oltre 27 milioni di euro e di questi circa il 10% lo abbiamo investito noi come Digital Magics. Il fatturato aggregato delle nostre startup a portafoglio ha superato i 62 milioni di euro con una crescita del 14%, tra il 2019 e il 2020 a parità di perimetro. Un dato molto importante perché, con un portafoglio di partecipazioni



in cui la maggioranza ha una vita inferiore ai 4 anni, avere una crescita del 14% vuol dire che l'ecosistema sta crescendo e sta iniziando a diventare importante. Ma guardando al futuro ci sono, soprattutto, i programmi di accelerazione che diventano una parte importante della nostra attività ma anche un cardine dello sviluppo dei settori industriali. È il caso della sostenibilità - e stiamo concludendo in questi giorni un programma di accelerazione proprio sulla crescita e la sostenibilità insieme a Lazio Innova, il fondo della Regione Lazio - o nel Fintech e Insurtech che per noi sono settori importanti e strategici: siamo e saremo non solo protagonisti ma anche partner, e ciò ci inorgoglisce, del programma di accelerazione Fintech e Insurtech della rete dei programmi nazionali di accelerazione di Cdp Venture Capital. Poi abbiamo una grande attenzione per il mondo delle nuove tecnologie, il 5G e l'Intelligenza Artificiale, tutti settori che possono e potranno dare, partendo da un settore come quello italiano che è soprattutto business to business, un grande impulso alla crescita industriale.

Mettendo il cappello di chi ha rappresentato e continua a rappresentare le imprese quali sono le necessità, cosa servirebbe?

Innanzitutto fare i vaccini potrebbe dare un impulso a voltare pagina e non solo per la serenità dei cittadini

ma per una vera ripartenza economica. Abbiamo bisogno di una politica industriale che vada ad agire su settori strategici ma anche su dei fattori di sviluppo che sono la connettività e anche le infrastrutture immateriali come la banda ultra larga e il 5G. C'è bisogno di una politica industriale che vada in questo senso, c'è bisogno di riforme strutturali concrete, da quella del fisco alla Pa, di cui questo Paese ha bisogno e di cui hanno bisogno le aziende che nascono, operano e devono crescere in questo Paese per poi espandersi anche all'estero. Di un ecosistema che deve essere non senza regole, perché le regole servono a competere meglio sul mercato, ma che deve aiutare a crescere. Mi ha sempre molto stupito come aziende eccellenti sul nostro Paese diventino straordinarie quando vanno all'estero. Quindi, sintetizzando: una politica industriale, riforme e tutto il mondo delle competenze, della riqualificazione professionale e della scuola con grande attenzione agli Istituti. Sono tre pilastri che probabilmente si possono davvero racchiudere tutti sotto le politiche industriali. Ma se noi vogliamo vedere l'innovazione, la trasformazione digitale, il Made in Italy del futuro, si deve passare tramite la sua grande storia ma anche tramite la possibilità di avere uno stupendo cammino davanti a noi. ■