

Non solo business

XI

LE NOVITÀ

L'Economia

Innovazione a portata di pomodoro pachino

A Palermo si è tenuta la seconda edizione siciliana dello Smau

Il presidente: «Ci sentiamo un po' un'agenzia matrimoniale delle nuove realtà»

di Paola Cacace

Innovazione a misura di pomodoro pachino. Servizi dedicati alla salute quanto mai attuali ai tempi del Coronavirus e tanto altro. Il 27 febbraio, a Sanlorenzo Mercato, a Palermo si è tenuta la seconda edizione siciliana dello Smau. «Ci sentiamo un po' un'agenzia matrimoniale dell'innovazione — commenta Pierantonio Macola, presidente di Smau — Tra le imprese che oggi devono fare innovazione e i nuovi attori come startup innovative, acceleratori, incubatori e quant'altro. Realtà che si incontrano per far nascere una nuova economia che raggiunge tutti i settori. Dall'agrifood all'export fino alla sanità. Ecco in questi ambiti la Sicilia gioca un ruolo formidabile con casi eccellenti di soluzioni ad hoc per le attuali esigenze di mercato. Soluzioni che sono già pronte a conquistare l'Europa percorrendo la strada dell'innovazione».

Una strada che per quelli di Resco Group non ha segreti. Nel senso più letterale del termine visto che l'azienda di Termini Imerese, recupera pneumatici fuori uso e, dopo averne separato le diverse componenti, dà loro nuova vita per realizzare ruote per carrelli, pavimenti anti-shock, dossi artificiali e persino asfalto. «Un asfalto più green, perfettamente fonoassorbente e più durevole — spiega l'amministratore Giuseppe Di Martino che ha fondato la realtà con Federico Rizzo e Antonio Milazzo — Il tutto in un perfetto esempio di Circular Economy». Tra le altre startup siciliane in fiera a presentare il proprio progetto ha riscosso molta curiosità Pharmap, l'home-delivery della farmaceutica, fondato da Giuseppe Mineo e Giulio Lo Nardo. «Siamo già in 120 città e rispondiamo alle esigenze di anziani — spiega Giorgia Li Greci, digital marketing manager della realtà palermitana — di coloro che hanno una malattia cronica, ma anche di mamme che magari con i bambini piccoli non hanno tempo di andare in farmacia quando necessario, o lavoratori con orari di ufficio pazzeschi». L'utilizzo è molto semplice. Dopo aver fatto il proprio account si



Smau Si è tenuta a Palermo la II edizione di Smau Sicilia

scelgono i farmaci e il corriere di Pharmap va nella farmacia più vicina e porta l'ordine a casa. «Pagando la consegna a seconda del tipo di servizio scelto. Tranne in questo periodo. Infatti, vista la paura per il Coronavirus abbiamo pensato di offrire ai nostri clienti la delivery gratis fino al 15 marzo». Tema attualissimo tra l'altro anche per il team di Coderblock, fondato da Danilo Costa, che tra i suoi prodotti ha Workspace, un luogo online dedicato al lavoro da remoto con uno spazio condiviso in real time che annulla le distanze reali. Consegna poi i premi innovazione Smau a imprese, startup, istituzioni, che si sono distinte tra cui Scalia Group che ha creato una community reale e virtuale di migliaia di persone sul proprio store online; Netith, che ha creato alle porte di Catania un Hub dove si affiancano contact center, imprese innovative in modalità coworking; Tigle, piattaforma per consulenza e matching tra produttori ita-

liani e importatori stranieri; il Four Points by Sheraton Catania Hotel che ha puntato sull'ecosostenibilità del turismo come la Nino Castiglione, nota realtà ittico-conserviera ha fatto nel suo settore; e tanti altri come Exato; il Comune di Lentini; quello di Capaci; Interlude Hotels; Agricola Arcoria; e il Consorzio di tutela del Pomodoro di Pachino Igp che ha stretto un accordo con la Pmi innovativa Ez Lab, per combattere le contraffazioni dei propri prodotti grazie alla blockchain.

«I prodotti di eccellenza — spiega Sebastiano Barone, direttore del Consorzio di tutela del Pomodoro di Pachino Igp — come il nostro tendono a essere imitati, e non solo nella ricerca di qualità. L'innovazione può essere la chiave per preservare queste eccellenze e garantirne la sostenibilità ambientale e sociale. Il tutto per la gioia dei consumatori che grazie a un QR code potranno risalire l'intera catena della nostra filiera».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'analisi VOCE DEL VERBO POSTARE



a cura di **Fabio Filocamo**
info@filocamo.eu

Ogni settimana quanti compleanni celebri da festeggiare. Stavolta niente auguri a una persona, bensì a una delle prime piattaforme pubbliche in rete. Vive congratulazioni per i quindici anni di YouTube, applicazione che, da pioniera, ha reso popolare la creazione e condivisione di contenuti generati dagli utenti. Prima e più di ogni altra rete sociale. Soprattutto prima dell'avvento di Facebook come leader di settore, a discapito di MySpace, l'antesignano, che pure dovette cedere al desiderio dei suoi utenti di condividere i video generati su YouTube. Era solo l'inizio. Tra la messa in rete del canale video più popolare al mondo, sin dal suo avvio, e il successo, trascorse poco più di un anno. Impressionante ancora oggi. Nel 2006, la società fondata da tre compagni di università, al piano di sopra di una pizzeria (il garage arriverà dopo), viene acquisita da Google per 1,65 miliardi di dollari in azioni. Numeri che parvero un'enormità a tutti, per un'operazione che è stata una pietra miliare dell'industria digitale. Il prezzo sbiadisce ora al cospetto di quanto è stata pagata WhatsApp. Nei due casi, però, la profittabilità dell'azienda futura, nulla ha avuto a che vedere con la rilevanza strategica di mettere in cascina piattaforme che hanno reso gli acquirenti più forti e protetti in mercati adiacenti, ma soprattutto titolari di maggiori funzioni, canali e dati che, pur solidi, in retrospettiva, oggi forse si sognerebbero di avere. I signori di YouTube capirono, prima e meglio, la dimensione travolgente che l'onda dei contenuti privati stava per assumere in rete. Ne è nato un linguaggio, fatto di parole e di verbi, come postare, che rappresentano azioni nuove. È cambiata la cultura di comunicare la propria personalità e con gli altri. Si è affermata un'industria potente per distrarre, intrattenere e pure educare. Dopo la musica e i giochi, il vero fenomeno oggi sono i tutorial. Se hai una domanda, c'è qualcuno che ti spiega a video cosa fare. Una situazione economica in cui tutti hanno di che guadagnare. Salvo quelli che lo hanno capito tardi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Plusvalenze

L'otto marzo con Levissima Bari di corsa nel riciclo della plastica

Coronavirus permettendo, domenica prossima Bari sarà invasa dalla DeeJay Ten. Cioè, una delle manifestazioni podistiche più gettonate d'Italia e gemmata sotto il segno della passione per la corsa da parte di Linus (il deus ex machina di Radio DeeJay). Ma non è (solo) questa la notizia. Al fianco dei runner - sono previsti due percorsi non competitivi di cinque e dieci chilometri - stavolta correrà Levissima. Il noto marchio dell'acqua minerale (naturale) si farà portavoce, nella circostanza, di un messaggio importante: il riciclo della plastica. E lo svilupperà attraverso *Regeneration*, un progetto improntato alla massima sostenibilità ambientale. Numerose attività coinvolgeranno i

partecipanti con il motto «Ricicla, Rigenera, Riusa» per affrontare il problema dell'inquinamento da plastica e con l'idea di costruire un sentiero di trasformazione di questo materiale. Un gesto simbolo? Buttare le bottiglie nel giusto bidone della raccolta differenziata.

Lungo il tracciato della prova gli atleti si troveranno dinanzi a un bivio e a una scelta: la plastica è un rifiuto o una risorsa? Due diverse corsie forniranno informazioni sulla plastica delle bottiglie, il Pet, una plastica riciclabile al cento per cento, incoraggiando chi corre a spostarsi verso la strada più sostenibile ed a gettare la propria bottiglia in isole ecologiche per la raccolta. Un comportamento virtuoso che sarà soste-

nuto anche da alcuni *regeneration runner* che, indossando un grande zaino, inviteranno i partecipanti a buttarvi dentro le bottiglie portandole fino al traguardo ed evitando che finiscano per terra. Con l'equivalente di tutte le bottiglie in Pet che verranno raccolte e rigenerate, Levissima creerà un parco fitness in plastica riciclata destinato alla città di Bari. Un atto concreto per il territorio. Proprio Levissima, per la cronaca, offrirà per la sacca ristoro e ai punti di rifornimento una limited edition con grafica DeeJay delle bottiglie da 75 centilitri con il 25 per cento di R-Pet. Uno speciale formato, ultimo anello della catena di sostenibilità.

© RIPRODUZIONE RISERVATA