

Imprese in crescita, spinta alle startup L'effetto del turismo sull'economia 4.0

Fatturato di 8 miliardi, attività in aumento del 63%. La Camera di Commercio premia le eccellenze

Medaglie

● La Camera di Commercio ha consegnato ieri i suoi Ambrogini a 148 aziende e 177 lavoratori, in entrambi i casi con almeno 20 anni di attività

● Le aziende più longeve: Vittoria Assicurazioni (97 anni), il Circolo familiare S. Antonio (95) e Malvern Panalytical (95)

Il turismo crea un fatturato di 8 miliardi l'anno e dà lavoro a 41 mila imprese. Le aziende, in questo settore, sono aumentate del 63 per cento a Milano e del 40 per cento in Lombardia. Solo in città, il turismo dà lavoro a 120 mila addetti e 11 mila imprese.

Di turismo, traino per l'economia milanese, e di tante altre esperienze imprenditoriali d'eccellenza, si è parlato ieri al Teatro alla Scala, all'«Ambrogino delle imprese», l'annuale premio della Camera di Commercio. In tutto, sono stati consegnati riconoscimenti a 148 aziende e 177 lavoratori, in entrambi i casi con almeno vent'anni di attività continuativa. Tre le aziende più longeve: la milanese Vittoria Assicurazioni, fondata 97 anni fa e poi il Circolo familiare S. Antonio e Malvern Panalytical di Monza, che compiono 95 anni. Imprese

giovani e startup sono state invece protagoniste del premio speciale «Impresa 4.0-Turismo». Sei i vincitori: Beyond the gate, creatrice della visita con realtà virtuale al Castello Sforzesco e Bepart, che usa la realtà aumentata per svelare l'arte in periferia. Poi il Paluffo, eco-lodge di lusso con una bio piscina creato nel Chianti da una società milanese e, infine, Scrollidea, servizio di concierge online e BabyGuest e Your Travel Diary, dedicati al turismo femminile.

«In uno scenario generale in bilico tra recessione e stagnazione, il nostro territorio lancia un segnale di fiducia e di tenacia — ha sottolineato il presidente della Camera di Commercio Carlo Sangalli — La Lombardia e, in particolare l'area di Milano, Monza e Lodi, segnano nel 2018 una crescita del prodotto interno lor-



Sul palco il sindaco Giuseppe Sala, 61 anni, e il presidente Carlo Sangalli, 81 anni, alla cerimonia alla Scala

do dell'1,4 per cento, un dato superiore alla media nazionale limitata al +0,9 per cento. C'è quindi ancora un'Italia viva, aperta e dinamica, quasi un'isola felice, che non può e non deve, però, rimanere isolata. È necessario lavorare su un sistema Paese, che significhi investire nelle infrastrutture, ridurre le tasse e il costo del lavoro, stimolare la domanda interna e i consumi».

«Milano è sicuramente tra le 30 città più importanti al mondo» ha aggiunto il sindaco Beppe Sala: «Non c'è alternativa allo sviluppo e non avrò mai nostalgia di una decrescita felice — ha concluso —. Ma il lavoro e lo sviluppo vanno coniugati con la solidarietà e noi vinceremo la partita quando riusciremo a far lavorare il maggior numero di persone possibile».

Giovanna Maria Fagnani
© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE STORIE DELLE AZIENDE INNOVATIVE

«Un sito Internet per i viaggi leggeri delle famiglie»

BabyGuest. La prima vacanza con il bebè al seguito ha spesso il sapore di un trasloco. Baule e portapacchi (acquistato magari per l'occasione) si riempiono di passeggino, lettino da campeggio, seggiolino. E poi di pannolini e scaldabiberon. Un'esperienza che ha vissuto anche Serena Errico (foto sotto), quando è diventata mamma di Leonardo. Solo che lei ci ha visto lo spunto per dar vita a un'impresa. Così, insieme alla giornalista Zornitza Kratchmarova, quattro anni fa ha lanciato «Babyguest», piattaforma di noleggio di attrezzature per l'infanzia che fa «viaggiare leggeri» i genitori. «Lavoriamo con famiglie provenienti da tutto il mondo — racconta Serena —. Quando programmano un soggiorno in Italia ci contattano per ricevere tutto il necessario al loro arrivo al luogo di soggiorno. Così possono viaggiare leggeri». Lettini pieghevoli e carrozzine, passeggini singoli e gemellari, marsupi, rialzi per le sedie, sterilizzatori, seggiolini per l'auto: questo e altro si può noleggiare dal sito dell'azienda, tradotto in sette lingue e con una sezione «outlet» di giochi e prodotti per l'igiene. E lavora anche con gli alberghi. Il punto vincente? Le attrezzature sono tutte di marca e vengono sostituite al massimo ogni sei mesi. «È un servizio estremamente semplice ed utile», sottolinea Zornitza Kratchmarova. Il prossimo passo sarà aprire un franchising. «Ci stiamo lavorando: in Europa abbiamo già trentacinque ambasciatori, ovvero persone che affittano per conto nostro tra Formentera, Berlino e altre città internazionali. Il premio di oggi ci ha molto sorprese, eravamo felici e emozionati alla Scala». (g. m. f.)



© RIPRODUZIONE RISERVATA

«La street art in un museo aperto di arte aumentata»



Bepart. Un museo a cielo aperto ma con centinaia di muri. Con 53 opere di street art visibili e altre 53 opere immateriali, che non si vedono a occhio nudo ma che — inquadrare con lo smartphone — prendono vita grazie alla realtà aumentata. Con il progetto «Maua-Museo di arte urbana aumentata», la cooperativa e impresa sociale Bepart (che è anche il nome dell'app) ha vinto ieri il premio Impresa 4.0. «Le installazioni digitali sono state realizzate da più di 200 autori in un processo sociale e partecipativo di produzione culturale. A un anno dall'inaugurazione, hanno avuto oltre 200 mila visualizzazioni», racconta Giovanni Franchina, che ha fondato Bepart insieme a Lilla Haralamplieva e Joris Jaccarino (foto: lo staff). Maua valorizza le opere di street art delle periferie milanesi. «Molti non lo sanno, ma qui operano autori di fama internazionale che dialogano con la nostra realtà territoriale. Le opere digitali invece sono state prodotte da ragazzi che sono stati formati da noi all'interno di un laboratorio di animazione digitale». Il museo immateriale — che tocca tante periferie, Niguarda, Bovisio, via Padoa, Corvetto, Chiatravalle, Giambellino, Gallarate — si può visitare in autonomia o partecipando ai tour guidati promossi da Bepart. «Così si scoprono angoli poco conosciuti della città, dove l'arte nasce in modo resiliente o come forma di protesta, a volte anche illegale». (g. m. f.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Conciierge digitale. Così l'ospite torna al centro dei servizi»

Dopo anni in cui nel mondo alberghiero e turistico si è pensato al digitale solo come mezzo per la prenotazione, noi abbiamo voluto rimettere le persone, gli ospiti degli hotel al centro del digitale: è questo che fa la differenza». Emilio De Risi (nella foto), direttore generale di Scrollidea, sintetizza così l'intuizione che ha portato, nel 2015, alla nascita della sua startup, che ha sede a Milano e occupa sette addetti. Si tratta di una piattaforma di «digital concierge». Il punto di partenza? Il fatto che ospitalità non vuol dire soltanto offrire una bella stanza, ma anche essere presente accanto al cliente con consigli, informazioni turistiche, prenotazione dei servizi aggiuntivi (dalla spa dell'hotel all'asse da stiro in camera, dalla bottiglia di champagne in fresco a una sorpresa per il compleanno nella stanza) ancor prima che il viaggiatore arrivi a destinazione. «La nostra piattaforma — sottolinea De Risi — offre agli alberghi la possibilità di essere al fianco dei clienti non solo dalla reception o telefonicamente, ma anche dove le persone sono realmente, ovvero online». La startup opera a Milano, ma si sta espandendo in altre destinazioni italiane, a cominciare dal Veneto. «Questo premio è un'esperienza irripetibile — aggiunge De Risi —, ancor più importante riceverlo nella città dove siamo nati e alla Scala che è uno dei templi mondiali, oltre che della musica, del turismo» dice. Il digital concierge non velocizza solo la comunicazione tra cliente e albergo, ma offre anche consigli pensati su misura per eventi, mostre e concerti sul territorio, nonché i luoghi imperdibili. Insomma, risparmio al viaggiatore lunghe ricerche online. E si ha più tempo per godersi la vacanza. (g. m. f.)



© RIPRODUZIONE RISERVATA

«I tour al femminile. Con clienti single in cerca di sicurezza»

Tra le imprese premiate per la sezione «Turismo al femminile» c'è Your Travel Diary, tour operator fondato a Milano, nel 2013, dall'imprenditrice Beatrice Bellini (foto sotto). Agenzia di viaggi specializzata in percorsi personalizzati, che ha realizzato anche alcuni progetti al femminile, legati alla valorizzazione dei siti turistici. Fra questi, «Da quanto non lo fai?», una mostra fotografica itinerante tra Milano e Genova sul tema della prevenzione del tumore al seno. Un'altra proposta in rosa è il tour «Donne all'avventura», rivolto a donne single di tutto il mondo o che vogliono viaggiare sole, che si svolge tra Milano, Verona e Venezia. «Si vuole permettere alle donne di qualsiasi età di viaggiare in sicurezza, tenendo conto delle loro esigenze», spiega Bellini. «Come recita la descrizione del tour, "c'è qualcosa di speciale nel viaggiare sole. C'è un'attitudine, tipicamente femminile, di vivere la dimensione qualitativa, non numerica, del mondo"». L'agenzia lavora quasi esclusivamente con clienti stranieri ma si sta espandendo anche in Italia. «Creiamo tour ad hoc per ogni cliente, con esperienze diverse di musica, arte, gastronomia, teatro, design scelte da esperti. A chi volesse conoscere Milano proporrei ad esempio di andare alla scoperta dell'opera, per mano della Callas — sottolinea Beatrice — Milano grazie ad Expo è diventata meravigliosa. Il sindaco ha parlato di un nuovo Umanesimo, ne sono convinta. E grazie alle donne che hanno grinta e vitalità e la mettono nelle loro imprese la città migliorerà ancora. Ci sarà una grande crescita. E sono più ottimista del sindaco Sala e del presidente della Camera di Commercio: ci vorranno meno di dieci anni per vedere questa ripresa importantissima per le imprese». (g. m. f.)



© RIPRODUZIONE RISERVATA