

I giovani che ce l'hanno fatta

Da start up ad aziende di successo

Si, qualche timido cenno di ripresa c'è, ma è ancora come salire un po' sott'acqua. Per rimettere la testa fuori ce ne vorrà. Eppure, durante la "lunga crisi" ci sono aziende che con passo lesto vanno avanti spedite, addirittura c'è chi apre bottega. Non solo. Ad essere "aggrediti" sono anche settori "maturi", se non per età per affollamento di proposta. Una buona idea, però, si fa largo persino tra una concorrenza agguerrita. Il "segreto"? Individuare una nicchia di mercato scoperta o affrontare un settore noto con un'ottica nuova.

È ciò che dimostrano due realtà imprenditoriali che hanno debuttato come start up "accudite" dall'incubatore d'impresa di Friuli Innovazione: Easy Staff si è affermata con un software per la gestione della vita universitaria (orari lezioni, appelli per esami...) e 20km.info dando visibilità pervasiva su Internet (una piattaforma gestisce contemporaneamente tutte le

opzioni digitali oggi disponibili) al piccolo commercio, alla ristorazione, al mondo artigiano concentrati sul fare piuttosto nel vendere.

"Ci siamo costituiti nel 2007 cogliendo le opportunità del progetto Techno Seed, il fondo speciale per le start up innovative", ricorda il fondatore e amministratore di EasyStaff, Fabio De Cecco "Siamo entrati in un settore già molto presidiato, quello dei gestionali, puntando però un'area scoperta". Il primo cliente è stata l'Università di Udine (dove si sono laureati 4 sui 5 professionisti che ora lavorano a EasyStaff), che è stata seguita per ora da altri 23 atenei italiani su 60. "Abbiamo già coperto quindi più di un terzo di questo mercato", sintetizza De Cecco, che per crescere fuori dai confini italiani e per ampliare l'offerta ha scelto di entrare a far parte del network Zucchetti, uno dei colossi nel settore delle soluzioni gestionali, con la cessione del 51% della società. "Imme-

diatamente si sono aperti due canali sull'estero, uno sugli Usa e uno in Gran Bretagna e noi manteniamo lo status di micro impresa innovativa". Cui solo il mercato universitario ormai va stretto, tanto che EasyStaff ora è concentrata a sviluppare prodotti efficaci per la pianificazione dei turni di lavoro di realtà come ospedali, Gdo, call center e grandi imprese.

È ancora ospite dell'incubatore, ma sta già cercando un acceleratore d'impresa la start up di Alberto Dreossi, 20km.info, nata tre anni fa con un obiettivo ambizioso: "Essere di supporto al territorio, per far conoscere le attività e i prodotti del 'small business' poco tecnologico", cioè di piccole e micro realtà impegnate a produrre ma poco inclini a farsi conoscere, in special modo attraverso internet e i socialmedia. "Il web è una grande opportunità: costa poco, dà tanto, ma è difficile da utilizzare efficacemente", sintetizza Dreossi, individuando proprio in quel "ma" il pilastro su cui ha fondato l'idea imprenditoriale. "In due anni

di ricerca e sviluppo abbiamo messo a punto un sistema per poter utilizzare tutti i canali informativi insieme e in maniera integrata". Da Google a Facebook fino agli sms, passando per ogni dimensione digitale i cui contenuti abbiano una qualche assonanza con ciò che si vuole promuovere, 20km.info al termine del piano di promozione consegna all'interlocutore un report dettagliato su quante persone, dove e come, siano state raggiunte dal suo messaggio nell'arco di una ventina di chilometri. "Siamo missionari in una selva ostile", dice Dreossi non nascondendo di essersi inserito in un terreno assai affollato. Tuttavia, "offrire il meglio del web per la promozione", sgravando il cliente da ogni onere gestionale è un format che, testato in regione, "potrà essere replicato ovunque".

I casi di Easy Staff che ha creato un software per la gestione della vita universitaria e 20km.info che su internet pubblicizza le piccole attività



Peso: 23%