

B I T

BOLLETTINO INNOVAZIONE TECNOLOGICA

Anno 31 • Numero X • Aprile 2025

Generazione Salute

LE IMPRESE CHE SCOMMETTONO SUL BENESSERE,
PER UNA MIGLIORE QUALITÀ DELLA VITA

■ Le maxi stalle del
Terzo Millennio

■ Dall'ortopedia al
mondo veterinario

■ Dalla nutraceutica
alle biotecnologie

BIT



SOMMARIO



- 02** **COSTRUTTORI DI BENESSERE**
di Maria Mazzoli
- 03** **MISSIONE COMPIUTA**
di Michela Scieurpa
- 04** **ROBOT, CIP E BIOINGEGNERIA NELLE MAXI-STALLE DEL TERZO MILLENNIO**
di Claudio Sampaolo
- 08** **OLTRE IL TURISMO: VIVERE E LAVORARE NELLA GRANDE BELLEZZA**
di Nicola Papi

GENERAZIONE SALUTE

- 14** **GIARDINI MANGIMI: PIÙ SALUTE, ANCHE PER IL TERRITORIO**
di Fabio Nucci
- 28** **UNA PIASTRINA CI SALVERÀ, GRAZIE A PLASFER**
di Christian Cinti
- 21** **DAL DNA DELLE PIANTE CIOCCOLATO RICCO DI VITAMINE**
di Claudio Sampaolo
- 26** **STEROGLASS, UNA FUSIONE TRA SCIENZA, TECNOLOGIA E DESIGN**
di Fabio Nucci
- 30** **CONSORZIO “VITELLONE BIANCO DELL’APPENNINO CENTRALE IGP”**
di Francesco Bruno
- 34** **SLAIS ANIMAL HEALTH: L’EVOLUZIONE DEL MONDO VETERINARIO**
di Andrea Monticelli
- 38** **BIOPHARMA NATURE, GLI INTEGRATORI SPRAY**
di Francesca Cecchini
- 40** **VIAGGIO NEL MONDO DEI CAPELLI CON KEMON**
di Francesco Bruno
- 42** **PEDSAN: DALL’ARTIGIANATO L’ORTOPEDIA TECNICA MODERNA**
di Francesca Cecchini
- 44** **ACCADEMIA PRATICA DELL’INNOVAZIONE, SI PUNTA SULL’AI**
di Silvia Ceccarelli

EVENTI

- 46** **CHALLENGE 2025, VERSO LA PREMIAZIONE**
- 48** **L’AGENDA DEI BANDI APERTI**



Costruttori di benessere

C'è un'Umbria che non si limita a pensare al benessere futuro, ma lo produce. Lo costruisce ogni giorno nei laboratori, nelle aziende, nei campi, nelle filiere corte. È l'Umbria delle imprese che approcciano alla salute in modo circolare, che guardano al mondo dei consumatori attraverso la scienza, l'innovazione, la sostenibilità. Questo è il focus intorno al quale ruota anche questo numero di Bit dedicato ancora una volta a "Benessere&Salute" di persone, cose animali e mondo vegetale perché tante sono le realtà imprenditoriali da raccontare. Accanto ai grandi nomi dell'agroalimentare e della farmaceutica, cresce infatti una rete di strutture che fanno dell'interconnessione tra ricerca scientifica, produzione responsabile e salute pubblica la propria missione. A partire dall'Università degli studi di Perugia, dove Veterinaria ci ha condotto nelle maxi-stalle del Terzo Millennio tra robot, cip e bioingegneria. Per il pianeta "tutela animali-alimentazione", abbiamo incontrato chi guida il Consorzio Vitellone Bianco dell'Appennino centrale IGP. Di testimonianze sul nostro territorio, anche in que-

sta edizione, ne abbiamo trovate diverse. Nel comparto zootecnico e pet, per esempio, tanto per citarne alcune, c'è Giardini Mangimi, una delle aziende che ha saputo coniugare esperienza storica e innovazione per proporre alimenti per animali che non sono più semplici "mangimi".

Dietro il marchio Slais Animal Health, invece, si cela una realtà più attiva nella produzione di integratori alimentari a base naturale, vegan e privi di eccipienti chimici. Così Plasfer specializzata in soluzioni per il monitoraggio ambientale e la diagnostica biologica, con particolare attenzione alla biosicurezza e alla salute pubblica. Tra le eccellenze nel campo della strumentazione scientifica e biotecnologica, c'è invece Steroglass, mentre nel settore dei biostimolanti e delle soluzioni naturali per l'agricoltura si distinguono aziende come: Laerbiem Pharma, che unisce fitoterapia, medicina naturale e produzione farmaceutica con estratti vegetali ad alta purezza destinati a integratori, cosmetici e dispositivi medici; Pedsan, che da oltre mezzo secolo progetta, sviluppa e realizza ortesi plantari per tutte le patologie a carico del piede, nonché alle diverse problematiche di tipo posturale; Kemon, capace di rivoluzionare il mondo dei capelli. Imprese legate da un filo comune: una visione avanzata del concetto di salute, che non è solo umana, ma ambientale, sistemica. Un approccio che si riflette anche nei modelli organizzativi: molte sono imprese familiari o nate da spin-off universitari, ma capaci di agganciarsi alle grandi sfide globali grazie a una forte capacità progettuale. Aziende, piccole e medie, protagoniste di una nuova idea di sviluppo: più integrato, più etico, più sostenibile.

Buona lettura.
Maria Mazzoli

Editore

Sviluppumbria S.p.A.

www.sviluppumbria.it

Direttore responsabile

Maria Mazzoli
mariamazzoli@gmail.com

Progetto grafico e impaginazione

Mirco Polidori

Redazione

Giuseppe Barberi
Mauro Marini
Nicola Papi

Hanno collaborato

Francesco Bruno
Silvia Ceccarelli
Francesca Cecchini
Christian Cinti
Andrea Monticelli
Fabio Nucci
Claudio Sampaolo
Massimo Sbardella

Foto

Pexels.com
Freepik.com

Contatti

bit@sviluppumbria.it
tel. 075.56811

B.I.T.

Bollettino dell'Innovazione Tecnologica
Periodico trimestrale di informazione aziendale
Anno 31 - numero X - aprile 2025

Sviluppumbria S.p.A.

Sede legale
Via Don Bosco 11 - Perugia
Tel. 075.56811 - Fax 075.5722454

Tipografia

Printype Srl

Registrazione n. 7/96
del 16/03/1996 del Tribunale di Perugia



Missione compiuta

di Michela Sciorpa
Amministratore unico Sviluppo Umbria

Con questo numero di BIT, il Bollettino di Innovazione Tecnologia di Sviluppo Umbria del quale ho fortemente sostenuto il restyling dell'impaginazione grafica e dei contenuti, chiudo il mio mandato da Amministratore Unico, assunto quasi cinque anni fa, a luglio del 2020. L'occasione è quella di salutarvi, dando conto di quanto portato avanti in questo lasso di tempo. Un impegno costante che ha fatto riacquistare all'Agenzia regionale per lo sviluppo economico dell'Umbria la credibilità che meritava, valorizzato le potenzialità, dimostrato l'efficienza e l'efficacia della sua attività. In particolare, negli ultimi anni, Sviluppo Umbria ha rafforzato in modo strutturale il proprio impegno a favore dell'innovazione nelle imprese umbre, diventando un punto di riferimento operativo per la Regione nella promozione della trasformazione tecnologica, della ricerca applicata e del trasferimento di conoscenze.

Attraverso la gestione di bandi dedicati alla ricerca industriale, allo sviluppo sperimentale, alla digitalizzazione e alla sostenibilità, l'Agenzia ha attivato strumenti concreti a sostegno delle PMI e delle startup, contribuendo a far crescere la competitività del tessuto produttivo locale. Solo nel 2024, sono stati gestiti oltre 83 milioni di euro in contributi a favore di più di 2.000 imprese, a dimostrazione di un'azione capillare, rapida ed efficace.

Nel contempo, Sviluppo Umbria ha investito nella formazione e nella cultura dell'innovazione, lanciando iniziative come l'Accademia Pratica dell'Innovazione: un percorso operativo rivolto alle imprese che vogliono acquisire strumenti concreti per progettare, testare e implementare soluzioni innovative, anche in vista dell'accesso a misure di finanziamento regionali, nazionali ed europee. Dei veri e propri laboratori, non un semplice corso ma un percorso concreto, su misura per ogni azienda.

Sul piano strategico, ha favorito lo sviluppo di reti e collaborazioni interregionali, sottoscrivendo protocolli d'intesa con altre agenzie di sviluppo del Centro Italia per condividere esperienze, coordinare progettualità comuni e attrarre investimenti.

Grazie a queste azioni, oggi Sviluppo Umbria si configura come un vero e proprio hub per l'innovazione imprenditoriale, capace di accompagnare le aziende non solo nell'accesso ai fondi, ma anche nella crescita di competenze e nella costruzione di visioni orientate al futuro.

Robot, cip e bioingegneria nelle maxi-stalle del Terzo Millennio

Gli allevamenti di bovini, ovini, caprini e suini sempre più legati all'automazione per controllare alimentazione e salute: il punto con il prof. di Veterinaria dell'Unipg, Andrea Verini Supplizi

■ di Claudio Sampaolo



Benvenuti nell'allevamento del Terzo Millennio, intelligente, smart, umano (nel senso di chi programma i software), ma non troppo. Ci siamo chiesti se questo salto triplo nel futuro aiuti il benessere degli animali, sempre che esista e non si tratti di una scappatoia per giustificare un minimo di senso di colpa per non essere (tutti) vegetariani o vegani. E allora: si riesce ad intuirlo e razionalizzarlo, magari con l'aiuto dell'AI? Ancora: vive meglio chi è allevato allo stato brado o chi è confinato in allevamenti intensivi? E il prezzo della carne, del pesce o di altri alimenti di derivazione animale che troviamo al banco, alla fine vince sempre, superando di slancio i nostri sentimenti protettivi? Abbiamo rivolto queste domande al professore Andrea Verini Supplizi, docente del Dipartimento di Medicina Veterinaria dell'Università degli Studi di Perugia, dove insegna Zootecnica Speciale e Biotecnolo-



gie applicate alle produzioni zootecniche, nonché Benessere nelle produzioni zootecniche e *Biotechnology applied to animal breeding* nel corso di Scienze biotecnologiche, mediche, veterinarie e forensi.

Professore, partiamo dal suo campo d'azione. Di quali animali parliamo?

Animali da reddito, definiti a livello europeo "food producing animal". In pratica, tutti quelli che producono alimenti, quindi ovini, caprini, bovini, suini fino ad arrivare ai pesci, alle api. Non è più inserito in questa categoria il cavallo, passato in quella degli "animali da compagnia". I nostri sono studi sulle biotecnologie molecolari che hanno come target principale, soprattutto sui mammiferi, l'aumento della resistenza alle patologie e allo stress. E questo assume un doppio ruolo, soprattutto a livello delle produzioni animali, perché se crescono più resistenti riducono i costi dei trattamenti e il rischio dell'antibiotico-resistenza. Poi ci occupiamo della difesa della variabilità genetica, indispensabile per la sopravvivenza della specie nei confronti di patologie nuove, emergenti, di cui vediamo la comparsa costantemente, negli animali e nell'uomo: pensiamo a Sars, peste suina africana, influenza aviaria, per non parlare del Covid. Dunque, più variabilità c'è all'interno di ogni "popolazione", più aumentano le possibilità che alcuni soggetti siano naturalmente resistenti nei confronti di determinati patogeni, più si riduce il rischio di scomparsa. Più in generale, le associazioni degli allevatori, che hanno il compito di favorire politiche che garantiscano supporto e dunque redditività anche nei confronti di attività che producono poco, come razze autoctone o razze minori di bovini, ovini o caprini, rivestono un ruolo chiave nella conservazione del germoplasma.

Il dibattito tra allevamento brado, all'aperto o estensivo e intensivo, al chiuso, per ottenere la massima quantità di prodotto al minimo costo, utilizzando il minimo spazio, è sempre aperto.

E dubito si chiuda mai. Un allevamento estensivo non è garanzia di benessere animale, come non è garanzia di malessere uno di tipo intensivo. Tutto dipende dalla cura e dalle attenzioni che presta l'allevatore. Per esempio: posso dire che i miei animali al brado stanno bene nonostante in quel pascolo ci siano parecchi lupi, non venga garantita integrazione alimentare nei periodi di carenza di pascolo, né controllate le parassitosi che si sviluppano, sfruttando condizioni più "favorevoli" rispetto a chi sta in un "intensivo"? Indubbiamente questi animali si trovano in situazioni di malessere.

Benessere è una bellissima parola, ma come si estrapola dal contesto generale?

Dobbiamo tenere presenti due aspetti fondamentali, due estremi: il benessere sanitario dell'animale che si basa sugli indicatori di salute e sui livelli di mortalità, attraverso i quali noi possiamo dire se sta bene o sta male, se si è adattato alle condizioni di allevamento oppure no. Il secondo aspetto è il percepito dalla comunità, che si evolve costantemente. Per cui vedere degli animali concentrati in un ambiente chiuso, anche se i parametri della salute di cui sopra sono ottimali, non è gradito. Si preferisce vedere un animale all'aperto, in un ambiente naturale, senza considerare le criticità di cui sopra. Il suino allevato all'a-

però, per esempio, rischia maggiormente di contrarre la peste suina africana a contatto coi selvatici, mentre un luogo chiuso, condizionato, li salvaguarda da questi pericoli.

Quindi il benessere percepito da noi è diverso da quello percepito dagli animali?

Esatto. Quello dell'animale si deve misurare con indicatori di stress, o addirittura di dolore, in qualsiasi ambiente viva. Conflitti e comportamenti anomali indotti da "malessere", che noi chiamiamo "stereotipie", si riflettono certamente nella loro capacità di reagire al patogeno, determinando debolezza e fragilità, che porta inevitabilmente a malattie. Oppure contrasti con i suoi simili, lesioni, morte, che capitano ai soggetti meno forti. Ma c'è anche un aspetto puramente sociale che occorre inserire nel discorso: il benessere delle persone legato alla possibilità di acquisto di prodotti come carne o pesce, che potrebbe essere precluso dal prezzo troppo alto. Gli allevamenti intensivi, riducendo drasticamente i costi di produzione, hanno dato la possibilità di accesso a delle fasce di popolazione più deboli economicamente. Torno all'esempio del pesce, soprattutto quello di mare, considerato un pesce d'élite, un alimento per tasche molto ben fornite o addirittura da consumare solo in determinate occasioni, come nei banchetti. Pensi al pescato di spigola contro un allevato, il rapporto è spesso di 4 a 1. In questo caso, l'intensivo consente a molti di mangiare una spigola. La verità è che il consumatore dà risposte di un tipo alle ricerche di mercato sulla disponibilità a spendere di più per produzioni "sostenibili", ma poi, una volta al banco, compra i prodotti in offerta e lascia quelli a km zero che costano di più.

In alcuni intensivi della bovina da latte è suggerita la musica classica, così rilassante che sembra di aiuto per aumentare la produzione



Torniamo al benessere animale. La musica classica fatta ascoltare nelle stalle sta facendo proseliti in molte fattorie. Ci sono dati in proposito?

Diciamo che esistono lavori non concordi su questo aspetto. Ma è vero che negli allevamenti intensivi della bovina da latte è suggerita la musica classica, rilassante, e sembra che gli animali stiano meglio e producano di più. Su una cosa, però, siamo ormai tutti concordi: la parte essenziale e determinante per arrivare il più vicino possibile al benessere animale è il rapporto con l'uomo, con l'operatore. Specialmente se è ben preparato e formato, li conosce e li tratta in maniera adeguata. Conta più questo che fattori come lo spazio a disposizione, lo stress termico o la presenza o meno di zone di riposo ottimali. Allargando il discorso, un efficace sistema di valutazione del benessere, oltre che della biosicurezza e dell'utilizzo del farmaco è il progetto ClasyFarm, una piattaforma informatica standardizzata, associata alla figura del veterinario aziendale che è responsabile dell'auto-controllo e della compilazione di una check-list che analizza diversi aspetti. Per esempio, se l'alimentazione che viene somministrata dall'allevatore si avvale del supporto di un nutrizionista, ovviamente valuta lo stato di salute (presenza o meno di lesioni che indicano conflitti tra animali), la pulizia delle stalle, la formazione del personale, le strutture, le tecnologie a disposizione, la presenza





Il benessere degli animali testato dalla ClassyFarm, una piattaforma informatica che analizza tutti gli aspetti della loro vita

o meno di un impianto antincendio con allarme diretto. Non ultimo le reazioni dell'animale nei confronti dell'operatore: se analizzando i suoi sistemi di approccio e di avvicinamento notiamo che è impaurito significa che qualcosa non funziona. Se ha un buon rapporto con l'uomo o se lo teme, in sostanza. Poi toccherà alle Asl, a campione, verificare che quello che è stato dichiarato corrisponde alla realtà. Non è obbligatorio partecipare, ma diciamo che avere buoni risultati aiuta nell'accesso ai fondi comunitari o regionali e all'opposto può portare al loro ritiro in caso di risultanze negative.

Come entra nel mondo degli allevamenti la tecnologia o più specificatamente l'Intelligenza Artificiale?

In maniera sempre più importante. Con lo svilupparsi di allevamenti sempre più grandi, la gestione automatizzata è fondamentale per il controllo di ogni singolo capo, analiticamente. Pensiamo all'alimentazione, che si può fare persino di tipo individuale. Nella bovina da latte, per esempio, la dieta viene somministrata sotto forma di "unifeed" dove sono miscelati tutti gli alimenti scelti dal dietologo, il che favorisce lo sviluppo e la funzionalità della flora ruminale. Attualmente gli animali che producono di più possono ricevere un'integrazione automatizzata, ma di soli alimenti "concentrati". Per ottimizzare la razione in maniera in-

dividuale sono disponibili dei nuovi sistemi di distribuzione automatizzata di tutto l'"unifeed". In sostanza: il carro passa sopra le mangiatoie alle quali gli animali si avvicinano durante tutta la giornata e siccome sono riconosciuti dal robot, se hanno bisogno di più cibo si apre il cancello. Il passo avanti è stato fatto con gli auto-alimentatori che sono in grado, attraverso un collare applicato all'animale, di riconoscere ogni singolo soggetto ed applicare un livello di alimentazione adeguato, rapportato alla sua produttività, rispetto a quella standard. Ci sono poi sistemi legati ai robot di mungitura, che rilevano ogni aumento o diminuzione della produttività di ogni singolo animale. Quindi è la macchina che decide se integrare la razione, contestualmente alla mungitura stessa. Infine, una serie di dispositivi, chiamati attivometri, ci dicono quando l'animale è o meno in calore. Altri dispositivi (boli ruminali) sono in grado di valutare la motilità dei prestomaci e la temperatura corporea. In un futuro prossimo si potrà disporre di chip sottocutanei in grado di fornire altri parametri metabolici dell'animale. Se è in chetosi o acidosi, per esempio. In tempo reale. Verosimilmente se c'è qualcosa che non va, questi chip, consentendo interventi tempestivi, incideranno positivamente sul benessere animale. In tutto questo lavoro noi definiamo i parametri da monitorare, dopodiché diventa una componente di bio-ingegneria. ■

Oltre il turismo: vivere e lavorare nella grande bellezza

Con borghi, natura e tecnologia,
l'Umbria può diventare la casa del futuro

■ di Nicola Papi



La riflessione fatta sul numero precedente della rivista, dedicato sempre al tema “Salute & Benessere”, era centrata sulla vocazione, chiaramente espressa dalla nostra regione, ad esaltare i principi dello star bene sotto il profilo di una molteplicità di dimensioni, da quella della salute in senso stretto a quella della ricerca del benessere e dell'equilibrio fisico fino al soddisfacimento delle aspirazioni più pure dell'anima legate alla contemplazione delle bellezze naturali e paesaggistiche e al godimento estetico connesso alla cultura ed alle espressioni artistiche. In questo, l'Umbria non ha nulla da invidiare alle altre regioni italiane e i numeri delle statistiche recenti dei flussi turistici così come i dati relativi alle imprese operanti nel settore salute e benessere sono decisamente positivi ed in crescita, sia dal punto di vista economico che per il livello di evoluzione tecnologica.

Il ragionamento che qui voglio sviluppare è legato alla considerazione che tutte queste caratteristiche estremamente positive sono abbastanza comuni alle altre regioni italiane anzi, volendo puntualizzare, in molti comparti del

settore benessere, come ad esempio quello termale, i numeri e le consistenze settoriali in alcune zone della Penisola, come la Toscana, il Veneto e l'Emilia Romagna, sono decisamente superiori. Stesso ragionamento potrebbe essere fatto per comparti come la nutraceutica, la farmaceutica o la chimica verde. È ovvio che le differenze di consistenza e di scala sono connesse alla dimensione di una regione con meno di novecentomila abitanti che sta lavorando però con grande volontà a superare storici elementi di debolezza strutturale e culturale per aprirsi sempre di più al mondo.

Paradossalmente, tuttavia l'elemento dimensionale potrebbe diventare un grande punto di forza in un'ipotesi di sviluppo centrato sull'uomo e sulla sua interrelazione col territorio e con la dimensione comunitaria. L'Umbria è una regione che, di fatto, non ha città con dimensioni tali da essere comparate per ricchezza di dotazioni e di servizi e capacità di attrazione a consimili realtà del nostro Paese. Senza ritornare sull'annosa discussione tra fautori e detrattori del concetto di città-regione, sviluppato nei pri-



La vera ricchezza? Una dimensione a misura d'uomo, sempre più attrattiva

elementi concreti come i ritmi di vita lenti, l'assenza di confusione legata al traffico veicolare, la pressoché totale assenza di inquinamento se non nelle città capoluogo dove maggiore è la concentrazione di destinazioni commerciali e di servizi.

L'evoluzione tecnologica e lo sviluppo di nuove forme di lavoro, anche a seguito degli effetti della pandemia da Covid 19, hanno disancorato il legame con il luogo fisico di lavoro, consentendo modalità di lavoro a distanza che, soprattutto per determinate mansioni, hanno addirittura contribuito a migliorare la produttività. Si tratta di un cambiamento epocale che consente la conciliazione tra esigenze abitative e personali ed efficienza produttiva. La possibilità di scegliere il luogo ideale dove abitare e dove crescere i propri figli senza essere soggetti allo stress del pendolarismo legato al lavoro rappresenta, in una qualche maniera, una sorta di retromarcia rispetto alle forme del lavoro novecentesche caratterizzate da flussi di migrazioni dalla periferia ai centri di produzione della ricchezza identificati nelle fabbriche e negli uffici situati nelle città, più o meno grandi. I nostri centri storici sono ricchi di quella dimen-

mi anni dopo l'istituzione dell'ente regione, l'Umbria rimane un'entità che, al di là dei due capoluoghi di provincia, che superano i centomila abitanti, è costituita da una policentricità marcata e distribuita su tutto il territorio. Una regione che sconta annosi problemi di deficit infrastrutturale e di collegamento, in particolare sulle direttrici orizzontali interne, mentre stanno diminuendo le problematiche sui collegamenti stradali extraregionali anche se permangono i nodi irrisolti dei collegamenti ferroviari, soprattutto con le grandi direttrici nazionali.

Detto tutto ciò però, a mio parere, sono proprio queste caratteristiche peculiari che possono rappresentare il punto di partenza per costruire un nuovo modello di sviluppo che si affianchi, si leghi e rafforzi i settori trainanti dell'economia regionale. L'Umbria è piccola, ma è una dimensione perfettamente a misura d'uomo, che nella sua vita lavorativa e di relazione sociale ha bisogno, per rendere al meglio, di un "pezzo di cielo" sopra la sua vita. Io credo che la nostra regione sia un luogo ideale per vivere e produrre in una dimensione di benessere diffuso connesso ad





Si propone come laboratorio a cielo aperto di benessere diffuso e sviluppo locale sostenibile

prossima entrata in funzione operativa della Ferrovia Centrale Umbra e gli auspicati interventi sulle direttrici Terni-Falconara e Foligno-Terontola dovrebbero migliorare in modo sensibile la connessione con le principali comunicazioni Nord-Sud e Est-Ovest.

Cosa spinge un ex manager ad abbandonare posizioni di rilievo all'interno di multinazionali per avviare in uno dei più piccoli comuni umbri, delizioso scrigno di architettura medioevale, un'attività di ospitalità per nomadi digitali e manager in aspettativa che sono alla ricerca di pace, aria pura e tranquillità nelle colline umbre? La risposta è semplice: siamo di fronte ad un imprenditore che ha scoperto, sulla sua pelle, che un'altra vita è possibile lontano da stress, confusione e inquinamento. Esiste, quindi, una domanda crescente e bisogni irrinunciabili da soddisfare. Non esiste un luogo fisso e unico dove vivere e lavorare ma una pluralità di luoghi. L'elemento di scelta è il benessere di vita e di lavoro. Non siamo più o meglio, non siamo solo di fronte alla retorica degli stranieri e degli attori che ristrutturano il casale in Umbria, ma ad un fenomeno dinamico che vede delle figure nuove di "clienti". Il turista vuole essere "ospite", vivere intensamente i luoghi. Abitarli, anche solo per un periodo e immergersi negli usi e nelle consuetudini del posto, acquisire abitudini alimentari, fare esperienze culinarie e immersive come la raccolta del-

sione di bellezza non ostentata ma densa di chiese, palazzi, strade, vicoli fioriti, affacci su paesaggi agrari integri nella loro armonia e nel loro nitore, con quella luce soffusa e diffusa che si espande in particolari momenti della giornata e fa penetrare nell'anima un senso di pace e di serenità. Ecco, questi elementi sono peculiari della nostra regione e possono rappresentare motivi fondanti di scelte di vita alternative legate, appunto, alla possibilità di lavorare a distanza. Nel gergo economico della value proposition questo insieme di fattori viene definito "unfair advantage", il vantaggio sleale che hai solo tu e che ti distingue dalla concorrenza in modo decisivo. A mio avviso, questo fortissimo elemento competitivo può essere facilmente connesso con altri evidenti vantaggi localizzativi che possono essere offerti a chi volesse insediare attività produttive nella nostra regione e possono essere citati numerosi esempi di scelte localizzative personali di imprenditori nel settore della transizione green che, facendo perno sul benessere dell'esistenza, portano con sé anche la volontà di trasferire l'attività produttiva (Greengredients, Salt). In questo meccanismo decisionale, si inseriscono poi anche altri fattori di attrazione come il prestigio delle istituzioni universitarie e dei centri di ricerca e la facilità di creare reti corte di interrelazione con queste strutture, come nel caso del centro ricerca e sviluppo del Pischiello a Passignano sul Trasimeno, dove nascono i sistemi digitali più evoluti dedicati al mondo automotive in un palazzo storico con vista sul lago Trasimeno.

In Umbria all'interno dell'isocrona dei sessanta minuti si raggiungono tutte le destinazioni da qualunque luogo si parta, per cui non esistono di fatto problemi di stress da spostamento, se si considera l'automobile, qualche problema in più se parliamo di trasporto pubblico. Anche se la





La sua estensione può trasformarsi in un punto di forza, verso una crescita centrata sull'uomo e sulla sua interrelazione col territorio, con la dimensione comunitaria

le erbe di campo, dei funghi e dei tartufi. Si acquistano e ristrutturano case nei paesi per vivere direttamente dentro la bellezza dei luoghi. Studenti di storia dell'arte fanno stages restaurando edifici e chiese o contribuendo alle campagne archeologiche di scavo. Non solo nomadi digitali, ma ospiti che cercano il ben-essere nella Grande Bellezza.

Occorre sviluppare ed attuare una nuova strategia di sviluppo locale in grado di creare le condizioni per cui questi territori, attraverso le connessioni alle reti internet superveloci, con interventi decisi di incentivo alla creazione di attività commerciali moderne, con il ripristino di antichi mestieri riorientati verso la modernità attraverso il contatto con i canali di sbocco, possano uscire dalle condizioni critiche e renderli luoghi dove è più facile e bello vivere e lavorare, anche da remoto. Per vivere, i luoghi devono essere abitati e per far ciò bisogna creare le condizioni indispensabili, appunto negozi, servizi e infrastrutture, che servono da ordito indispensabile su cui costruire la trama della ri-nascita della Comunità e lo sviluppo delle attività economiche e produttive, sole condizioni per frenare lo spopolamento e l'esodo verso le città. Non è una battaglia di retroguardia ma di civiltà che può coinvolgere sia le città che i piccoli borghi se solo si cercasse di ragionare in termini di integrazione funzionale, di reti interconnesse impiegate su nodi principali, corrispondenti con le

città grandi e medio grandi, che, a loro volta integrano reti più periferiche coinvolgendo porzioni sempre più cospicue di territorio fino ai tradizionali margini geografici della corona alto collinare e montana che avvolge la Valle Umbra. Collegamenti viari e reti informatiche capaci di rendere nulli i fattori critici che hanno portato all'abbandono delle aree periferiche, con i loro insediamenti storici e con le loro potenzialità di sviluppo, sia nel settore turistico che in quello agricolo e zootecnico. Il laboratorio economico dei finanziamenti Pnrr sul Cratere Sisma è un esempio da manuale che dimostra che luoghi marginali possono non solo tornare a vivere, ma diventare laboratori avanzati di sviluppo locale partendo dai punti di forza peculiari di ciascun territorio; dove le risorse pubbliche si integrano armonicamente tra di loro e con quelle private per massimizzare l'efficacia e l'efficienza dei risultati. In quest'area, tra l'altro, si sta sperimentando un'integrazione territoriale virtuosa tra Umbria, Marche, Abruzzo e Lazio che potrebbe preludere ad un futuro di unione funzionale tra regioni, vera chiave di volta per un armonico sviluppo del nostro Paese, senza inutili e dannose autonomie differenziate. Bisogna lavorare con lungimiranza, apertura culturale e coraggio per sanare i punti di debolezza e rendere i nostri territori accoglienti per chi desidera veramente viverci, siano essi umbri o cittadini del mondo che fanno una scelta di vita in Umbria. ■

Generazione Salute

Dalla qualità delle carni ai mangimi, alle innovazioni farmacologiche, veterinarie, ortopediche e tricologiche: viaggio tra le aziende che migliorano la salute e il benessere di persone, animali e mondo vegetale







Giardini mangimi: alimentare qualità di vita, coltivare il territorio

Da oltre settant'anni, la storica azienda di Castiglione del Lago intreccia agricoltura, zootecnia e innovazione

■ di Fabio Nucci

Non troppo distante dalle sponde del Trasimeno, in un punto del Centro Italia dove la campagna umbra e toscana quasi si confondono, da 73 anni la Spa Giardini svolge un ruolo di collante tra le aziende agricole e zootecniche del territorio e il mercato. Quando diretti ai grandi allevamenti, i prodotti della società di Castiglione del lago sono pensati e sviluppati quasi “on demand” sulla base delle caratteristiche dei pascoli e degli allevatori. Il tutto nel rispetto di una mission aziendale che da una parte guarda alla qualità dell'alimentazione e al benessere degli animali, siano essi da reddito o da compagnia, dall'altra allo sviluppo del territorio e alla custodia di quella campagna, una sorta di “terra di mezzo” tra Arno e Tevere.

Gli stabilimenti Giardini, entrambi situati nel comune di Castiglione del Lago, coprono una superficie di oltre 5.000 metri quadrati. L'azienda è attualmente guidata dal-

la terza generazione della famiglia Giardini, Cristian e Debora, impiegando circa cinquanta addetti, tra personale diretto e indiretto. “La nostra azienda è legata al territorio sia da un punto di vista di materia prime che di prodotto finito”, spiega Cristian Giardini. “Durante l'anno intensifichiamo le nostre produzioni e le cambiamo a seconda della stagione. A inizio marzo, ad esempio, è il momento in cui produciamo molto mangime per gli animali da latte, i piccoli ruminanti, nel caso nostro le pecore. In questo periodo sono tutte in lattazione e sono nel periodo massimo della produzione del latte e oltre andare al pascolo, che rappresenta una connessione col nostro territorio, rientrando in stalla le pecore hanno bisogno di mangiare un alimento che gli dia forza per poi essere munte”.

Il benessere animale è infatti al centro dell'attenzione dell'azienda umbra, come sottolinea l'amministratore de-



legato: “In questo momento produciamo mangimi che aiutano questi animali a produrre quel latte che diventerà formaggio, pecorino toscano o romano, o altre specialità casearie. Per questo gli animali hanno bisogno di una nutrizione che gli permetta di rimanere in salute, in carne, per poter proseguire in questo caso il ciclo di mungitura”. Un’attenzione particolare viene dedicata ai piccoli allevatori locali. “Ci teniamo che queste attività estensive, spesso connesse a caseifici locali, abbiano animali che stanno bene e che durano nel tempo”. La logica guida, quindi, è quella della sostenibilità a lungo termine. “Puntiamo al benessere animale, perché nell’allevamento di un bovino da latte, ad esempio, è cruciale che il ciclo di vita dell’animale duri il più possibile, almeno fino a quando diventa anziano e a quel punto diventa da carne. Il nostro compito è produrre mangimi bilanciati e arricchiti che grazie alla fioccatatura sono resi più digeribili e appetibili: ci preoccupu-

Il nostro compito è produrre nutrienti bilanciati e arricchiti, che grazie alla fioccatatura sono resi più digeribili e appetibili



priamo che il prodotto fornisca il giusto bilanciamento di sali minerali e altri nutrienti”.

La Giardini si presenta, quindi, come un ponte strategico tra il mondo delle coltivazioni agricole e quello della zootecnia, con uno sguardo sempre attento alla qualità dei prodotti finiti, ai caseifici e ai mattatoi. «Siamo uno snodo anche tecnologico perché siamo convinti che il benessere si costruisca contemperando il progresso col lavoro rurale: per avere campagne belle servono contadini che devono poter contare sull'appoggio delle aziende di trasformazione, come la nostra», spiega Giardini. Un connubio anche tecnologico grazie alla produzione di mangimi ad hoc. «Fornire prodotti più digeribili significa produrre meno spreco e il nodo del nostro lavoro è ottimizzare le relazioni anche per gli animali che cerchiamo di far riprodurre con uno spreco minimo di risorse in entrata». Un obiettivo al quale l'azienda lavora costantemente grazie a una rete che dall'organizzazione interna si allunga naturalmente verso l'esterno. «Si parte dall'analisi di foraggi che sono usati in massa ma in combinazione coi mangimi: l'allevatore, quindi, ha bisogno di terreni e di foraggi ma per capire quale mangime fornire dobbiamo tenere conto dei pascoli (erba medica o loietto non sono la stessa cosa, ad esempio), in funzione dei quali scegliamo il prodotto più adatto anche a livello proteico». Così, la stretta collaborazione tra il produttore di mangimi e gli allevatori-agricoltori porta a creare il miglior assetto possibile in termini nutrizionali, combinando alimentazione naturale e mangimi. «Ci sono prodotti complementari e completi: un maiale allevato in una stalla mangia solo mangime, ma la chianina, la cinta senese, il suino brado o la pecora che pascolano hanno bisogno di mangimi complementari. Con l'allevatore studiamo i suoi prodotti, le sue materie prime, e abbiniamo il complemento necessario a ottimizzare i costi e a rifornirlo quando il foraggio finisce».



Una sinergia che risponde anche alle esigenze pratiche degli allevatori, non sempre, infatti, l'agricoltore ha terreni sufficienti a produrre cereali o fieno che garantiscano la sussistenza degli animali tutto l'anno. In più, un'alimentazione integrata in modo corretto dà modo all'allevatore anche di rispettare il vincolo produttivo-economico. «L'animale migliora in taglia e in salute, e si ottimizza l'impiego delle risorse». Anche in ottica sostenibilità. «Tra i vincoli di produzione da rispettare, ad esempio, c'è la capacità "metanigena" dei mangimi, ovvero quanto metano (e quindi gas serra, ndr) produce un animale con un'alimentazione piuttosto che con un'altra». Non è un caso, quindi, che l'azienda si trovi in una zona agricola incontaminata, tra il lago Trasimeno e la campagna senese-aretina, con allevatori e soprattutto tanti agricoltori con cui Giardini collabora anche nella fase del raccolto. «Facciamo

fronte alla raccolta del maggior numero dei cereali prodotti in zona che poi sono in parte forniti a noi come materia prima per i mangimi o agli allevatori che a loro volta sono anche nostri clienti”, spiega Giardini. Una clientela che dall’Umbria si estende anche verso Marche, Lazio e Toscana. “Con la nostra mission aziendale siamo convinti di fare il bene sia dell’agricoltura che dell’allevamento del Centro Italia”.

Una linea operativa sostenuta dal binomio tecnologia-qualità che l’azienda sviluppa e garantisce grazie al suo laboratorio interno. “È fondamentale per il controllo in entrata delle materie prime che affrontano un processo di accettazione fatto di analisi che eseguiamo internamente: questo ci garantisce che la qualità sia adatta alla produzione dei nostri mangimi. Poi, a seconda dei risultati ottenuti, le materie prime sono impiegate in maniera diversa: un mais di alta qualità, ad esempio, viene fioccato mentre se di qualità inferiore viene macinato e magari destinato a pellet o altro”. Una fase cruciale anche rispetto alla produ-

riodicamente introduciamo micro-modifiche cercando di applicarle alle esigenze che man mano emergono dai clienti, dal territorio. È anche vero che i nostri prodotti sono genuini, naturali, non c’è artefazione e alla fine non ravvisiamo la necessità di fare chissà quale tipo di ricerca e sviluppo, di tipo genetico o altro. Ci sentiamo parte del settore primario, delle uova, del latte e della carne e ne siamo fieri». L’azienda, infatti, è associata Assalzo, l’associazione dei mangimisti costola di Federalimentare e ogni anno partecipa a Cibus, la piattaforma digitale permanente che 365 giorni l’anno tiene in contatto le aziende agroalimentari e i buyer italiani dei canali Gdo e ristorazione.

La produzione Giardini, infatti, trova come mercati di sbocco vari canali di vendita. “Uno è il dettaglio – spiega Cristian Giardini - rifornendo tanti negozi che vendono sacchetti di mangime ad hobbisti, arrivando a rifornire anche la signora che alleva galline per produrre uova per l’autoconsumo. È una dimensione preziosa per noi: parliamo di mille negozi sparsi nel Paese che riforniamo continua-

“Dal foraggio ai prodotti finiti: una filiera corta che valorizza ogni risorsa”



zione. “Tutti i prodotti in uscita subiscono un controllo di qualità per avere la sicurezza che l’impianto ha lavorato bene”. Quanto allo sviluppo di nuovi prodotti, la società può contare su un gruppo di tecnici interni, costantemente in contatto con colleghi internazionali. “Nel momento in cui dal mercato o dalla clientela dovesse presentarsi la necessità di creare un prodotto, facciamo riferimento anche a gruppi di tecnici di multinazionali. Ci confrontiamo con la Francia o col Belgio per lo scambio di informazioni, idee, buone pratiche e verificare che il procedimento che adottiamo sia al passo coi tempi. Così, possono nascere soluzioni produttive migliori anche per raggiungere più velocemente l’obiettivo che ci siamo fissati”. Pur senza la presenza di una struttura pubblica, non esiste un istituto che coordini ricerche in campo agricolo e zootecnico, l’azienda mantiene una forte spinta verso l’innovazione. “Pe-

mente per un uso domestico del mangime. Sapere che queste persone scelgono i nostri prodotti per le proprie galline, è una cosa che ci inorgoglisce, vuol dire che hanno fiducia in noi”. Accanto alla vendita al dettaglio, come facilmente intuibile, l’azienda destina poi le produzioni agli allevatori professionisti. “Clienti organizzati, dotati di silos dove conservano il mangime che viene consegnato in grandi quantità. In questo caso, il loro obiettivo è allevare per vendere e la loro attenzione è rivolta quindi alla resa del mangime che per loro è diventato il principale termine di paragone. Perché scelgono Giardini e non altri competitor? Perché questo mangime fa stare bene gli animali che producono abbastanza latte o uova permettendo all’azienda di turno di essere remunerativa. In questo caso, a differenza del canale diretto, si tratta di prodotti su misura, quasi “on demand”, sia per i tempi che per caratteristiche e qualità”. ■



Una piastrina ci salverà, così Plasfer si avvicina alla “nuova frontiera della medicina”

Fondata nel 2015, l'azienda biofarmaceutica sta sviluppando terapie per patologie oncologiche come il tumore al pancreas e il glioblastoma. L'ad Marco Malvestiti: “Una vera rivoluzione”

■ di Christian Cinti

Un “cavallo di Troia” per sconfiggere alcune patologie in ambito oncologico, puntando soprattutto su quelle per cui esistono poche soluzioni terapeutiche e hanno basse aspettative di vita. Ad avviarsi verso quella che viene definita come una “nuova frontiera della medicina” è la Plasfer, azienda biofarmaceutica fondata quindici anni fa all'interno del dipartimento di medicina e chirurgia dell'Università degli studi di Perugia. L'intuizione di scommettere sulle piastrine è del professor Paolo Gresele e di Marco Malvestiti, allora ricercatore di Unipg e oggi presidente e amministratore delegato di Plasfer.

Perché proprio le piastrine? “Nota per fermare un'emorragia, negli ultimi quindici anni la ricerca ha visto che la piastrina ha un ruolo anche nello sviluppo dei tumori”. Ed ecco l'idea di trasformarla in un “vettore” che possa trasferire informazioni “cattive” per la massa tumorale. Appunto, un cavallo di Troia.

“L'obiettivo dell'azienda – prosegue Malvestiti – è sviluppare terapie cellulari utilizzando le piastrine del sangue come vettore di farmaci. Stiamo lavorando in particolare su prodotti per l'oncologia, concentrando la nostra attenzione su quelle patologie che hanno poche soluzioni terapeutiche e aspettative vita, come il tumore al pancreas e il glioblastoma”, il tumore cerebrale più frequente.

“Attualmente siamo nella fase preclinica, ossia lo sviluppo di prodotti in sperimentazione su cellule animali. Abbia-

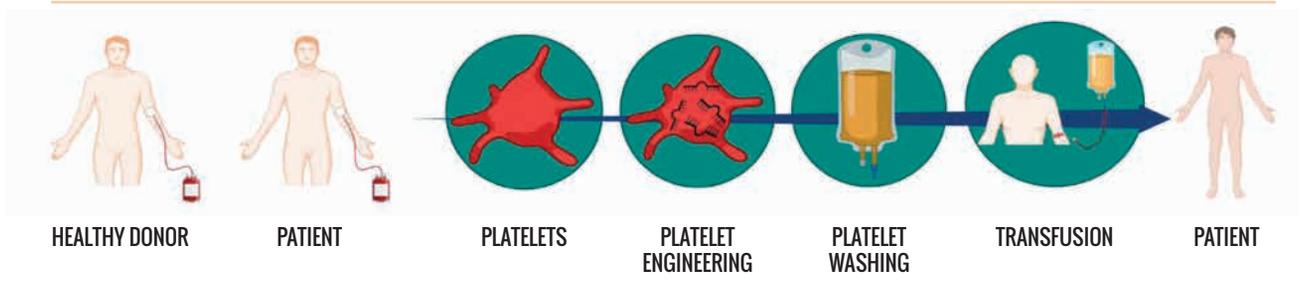
mo l'obiettivo di concludere questa fase in un anno e mezzo, forse due, per poi passare alla sperimentazione sull'uomo”.

“Si tratta di una terapia cellulare molto innovativa, una nuova frontiera per la medicina che è quella dell'utilizzo di cellule umane rimanipolate a scopo terapeutico. Noi siamo gli unici in Europa che si occupano di manipolazione delle piastrine. Altri competitor si trovano in Usa e Canada, ma sicuramente questa è una rivoluzione e può rappresentare il futuro della medicina”.

Le sacche di piastrine concentrate vengono utilizzate già in altri ambiti clinici, come ad esempio per le trasfusioni.

“L'idea è trasformarla in un vettore che possa trasferire informazioni cattive per la massa tumorale”

L'idea di Plasfer è stata quella di “caricare” le piastrine con farmaci antitumorali per poi iniettare il composto al paziente. “Si tratta di un processo brevettato e di nostra proprietà. Il professor Gresele ha da sempre studiato le piastrine e quindi abbiamo potuto contare su un know-how



“Siamo gli unici in Europa che si occupano della manipolazione delle piastrine. Ma abbiamo bisogno di almeno un altro round di investimenti, pubblici e privati, per sostenere la ricerca”



molto forte. Trattandosi di una soluzione nuova, dobbiamo anche affrontare un percorso regolatorio nuovo e costante il confronto con l’Agenzia europea del farmaco”.

Le terapie basate sulle piastrine possono essere utilizzate in un’ampia gamma di applicazioni cliniche, che spaziano dal targeting delle cellule tumorali nel cancro alla regolazione del sistema immunitario. Per questo i programmi oncologici di Plasfer sono mirati al glioblastoma, al cancro al pancreas e ad altri tumori solidi. Un altro possibile utilizzo della piattaforma tecnologica è nel campo della medicina rigenerativa, dove il plasma ricco di piastrine è già utilizzato per aumentare il potenziale rigenerativo delle piastrine. “Avendo le piastrine un ruolo fisiopatologico, questa soluzione è applicabile anche ad altre patologie – spiega l’ad di Plasfer – e potremmo generare più prodotti farmaceutici. Per esempio, per le malattie autoimmuni o in quelle neurodegenerative o, come ipotesi, in quelle cardiovascolari”. Scorrendo sul calendario, il futuro dovrebbe insomma essere a portata di mano: finita la fase di sperimentazione animale, al massimo in un paio d’anni, si passerà a quella sull’uomo. “Ma abbiamo bisogno di almeno un altro round di investimenti”, pubblici e privati, per sostenere la ricerca e costruire questo cavallo di Troia capace di “ingannare” le malattie. ■

Biotecnologie rigenerative: il potere dei fattori di crescita

Il cuore pulsante di Plasfer è l’impiego dei fattori di crescita piastrinici (PDGF, TGF, VEGF, EGF, IGF) ottenuti grazie a tecnologie proprietarie di estrazione e concentrazione. Questi componenti naturali, derivati dal plasma del paziente stesso, stimolano la riparazione dei tessuti e la rigenerazione cellulare, offrendo benefici concreti in ambito ortopedico, dermatologico, estetico e odontoiatrico. Tra le soluzioni più innovative, Plasfer presenta Platelet Vesicles®, micro-particelle biologiche derivate da piastrine concentrate, brevettate e sviluppate internamente per potenziare l’efficacia rigenerativa dei trattamenti. Questo approccio permette di agire in maniera mirata su processi cellulari danneggiati, accelerando la guarigione dei tessuti e riducendo i tempi di recupero.

QUALITÀ, SICUREZZA, SOSTENIBILITÀ

Plasfer opera secondo i più alti standard di qualità e sicurezza, con sistemi di produzione certificati e rigorosamente controllati. Il concetto di sostenibilità è centrale nella filosofia aziendale, grazie all’uso di componenti biologici autologhi, che riducono al minimo i rischi immunologici e promuovono una medicina più naturale e rispettosa dell’organismo. Accanto allo sviluppo dei prodotti, Plasfer investe nella formazione specialistica e nell’accompagnamento dei medici che scelgono di utilizzare le sue tecnologie. Attraverso corsi, workshop e consulenze personalizzate, l’azienda promuove la cultura della medicina rigenerativa e l’adozione consapevole delle proprie soluzioni. Con una visione proiettata verso il futuro, Plasfer rappresenta una delle realtà più promettenti nel panorama della medicina rigenerativa Made in Italy. L’incontro tra scienza, tecnologia e passione ha dato vita a un progetto che punta a migliorare la qualità della vita, restituendo ai pazienti nuove possibilità di cura in modo naturale, efficace e innovativo.





“Cerchiamo il dna delle piante e produciamo cioccolato ricco di vitamine”

La Laerbiium Pharma ha appena festeggiato 25 anni di attività confermandosi in grande crescita sul mercato degli integratori alimentari

■ di Claudio Sampaolo

“**N**oi facciamo il dna alle piante, una per una, prima di trasformarle in prodotti di fitoterapia e produciamo pure delle barrette di cioccolato addizionate di preziosi elementi nutritivi, per facilitare la loro ingestione, soprattutto nei riguardi dei bambini”. Benvenuti alla Laerbiium Pharma, sede a Corciano, dove l'integrazione alimentare del Terzo Millennio, tra apparecchiature innovative, ricerca attenta e commercializzazione capillare va a gonfie vele. Conferma Alessandro Sorelli, general manager dell'azienda, “che è nata nel 1999 semplicemente come Laerbiium (laboratorio erboristico biologico umbro) perché all'epoca neanche esistevano gli integratori alimentari ma c'erano questi prodotti erboristici. Noi siamo subentrati nel 2009 ed abbiamo aggiunto la parola Pharma per testimoniare l'esperienza maturata in campo farmaceutico, in maniera specifica nel settore degli integratori alimentari con finalità salutistiche. Perché nel nostro variegato mondo c'è chi li assume per perdere peso, chi per fare sport o altro. Noi siamo orientati unicamente alla salute delle persone. E il mercato ci sta premiando. Nel 2024 abbiamo raggiunto i 4 milioni di fatturato, con un più 24% rispetto all'anno precedente.



Il general manager Alessandro Sorelli: “Tecnica e innovazione ci permettono di sequenziare costantemente le informazioni genetiche di oltre 300 tipologie erboristiche, garantite da un marchio certificato”



Spieghiamo che cosa si intende per integratore alimentare.

Una particolare categoria di alimenti, come dice la parola stessa, fonte concentrata di nutrienti, come vitamine, minerali o di altre sostanze che hanno un effetto biologico, penso a fermenti lattici, e probiotici, proteine, fino agli estratti erbari, per la cui produzione era nata la Laerbiom. Parliamo, come è noto, di estratti botanici da piante officinali che da secoli vengono utilizzati per scopi salutistici, tanto che possiamo ben dire che è nata prima la medicina derivata dalle erbe che quella di sintesi. Tornando alla sua domanda, il settore è normato a livello europeo dall'EFSA, l'autorità europea per la sicurezza alimentare, l'agenzia dell'Unione europea che ha sede a Parma. Loro stabiliscono cosa si può usare, a quali dosaggi e altro. La vendita è libera, compresi e-commerce e grande distribuzione, ma ancora l'85% avviene nei canali farmacia e parafarmacia. Un trend che conferma come i consumatori italiani preferiscano affidarsi al supporto di uno specialista, sia esso il medico o il farmacista. Ma presto anche noi dovremo entrare nel mercato online che sta diventando quello più vicino alla gente. Sempre dopo aver sentito un professionista della salute, perché sono loro i nostri principali interlocutori, e quando indicano un prodotto lo fanno perché convinti dalle solide basi scientifiche su cui poggiano le nostre formulazioni.

L'autoprescrizione può essere pericolosa?

Direi sconsigliata. Anche l'integratore deve essere mirato alle necessità individuali. Noi non abbiamo in catalogo multi-integratori dove c'è di tutto un po', ma produciamo, invece, prodotti specifici per determinate aree di intervento, ottenuti con lo studio, il miglioramento continuo e la diffusione della conoscenza. Assodato che gli integratori alimentari sono diversi dai farmaci, non più o meno importanti, semplicemente un'altra cosa, il medico può deciderli di aggiungerli alla terapia farmacologica, se viene riscontrato un fabbisogno nutrizionale.

Parliamo di fitoterapia.

Possiamo definirla una disciplina medica?

Esattamente. Si può definire farmacologia vegetale una disciplina di tipo allopatico, basata su evidenze scientifiche e cliniche, con finalità preventive o curative, che usa derivati

di piante medicinali, dette officinali. È bene chiarire che i postulati scientifici su cui si basa la fitoterapia non appartengono a quelle che vengono definite "medicine alternative", cioè omeopatia, agopuntura, medicina tradizionale cinese, eccetera.

Quello che è utile per la salute sono le proprietà farmacologiche esercitate da alcune molecole (appartenenti a diverse specie chimiche) presenti nella pianta originaria. Noi, però, non usiamo le molecole di sintesi, bensì estratti dalle piante che forniscono non una sostanza, ma anche 2-300 diverse e tutte insieme contribuiscono, con un approccio un po' più dolce, a raggiungere il risultato che si vuole ottenere. Fondamentale è la lavorazione che viene effettuata. Parlando di piante viene facile ricordare che, come è ovvio, nascono per terra, quindi subiscono le condizioni atmosferiche, il sole, la pioggia, la siccità, il caldo e il freddo. Un percorso come quello di uliveti e vigneti, che ad ogni stagione ci portano a rilevare che il vino o l'olio sono più o meno buoni, hanno gradazioni o aromi diversi in base agli eventi atmosferici che hanno subito. Sono soggetti a variabilità che noi, invece, non ci possiamo permettere, abbiamo bisogno di un iter che ci consegna estratti certificati, che garantisca la ripetibilità dei risultati, anno dopo anno, anche al mutare delle stagioni.

Come riuscite ad ottenere questo parametro?

Con la tecnica e l'innovazione. Noi lavoriamo su circa 300 piante, ed il nostro fornitore storico, sul mercato da quasi 90 anni, ha un protocollo di produzione che prevede l'effettuazione e la ricerca del dna di ogni singola pianta, un organismo vivente, prima che vada in produzione. Faccio un esempio: dopo che un campo di melissa è stato sfalcato, ci viene recapitato in sacchi di foglie secche ed è impossibile riconoscere a occhio se è tutta melissa o se c'è anche altro. Il procedimento è molto semplice, somiglia un po' a quello che seguono i Ris dei Carabinieri per i casi che vengono loro sottoposti: si prelevano campioni da sequenziale, si trovano le informazioni genetiche e si confrontano con le banche dati internazionali. Se c'è piena coincidenza, si procede con l'estratto. Siamo stati tra i primi in Italia ad utilizzare sui nostri prodotti il marchio ottenuto da questa certificazione, per piante che soddisfano ogni esigenza: energizzanti, calmanti, che aiutano la digestione o combattono il senso di fame.



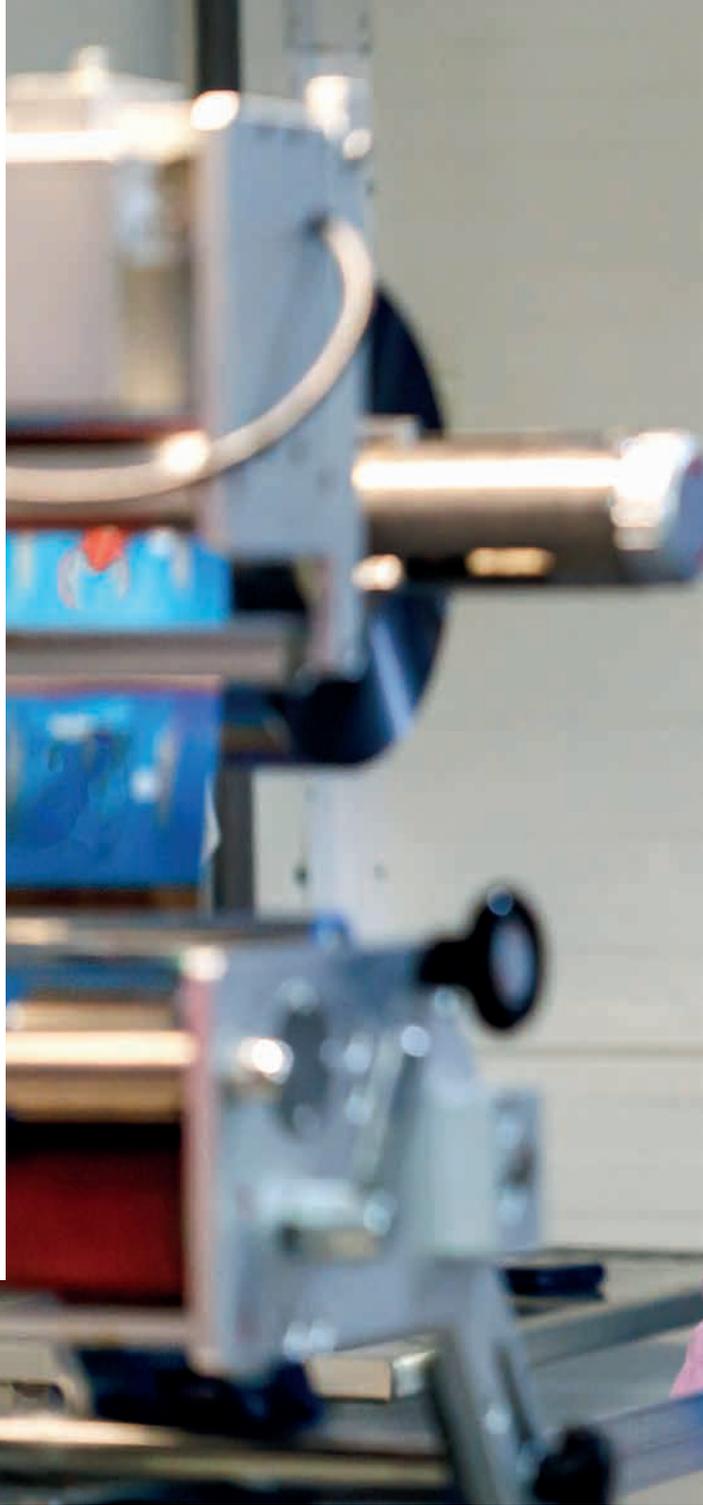
Possiamo fare degli esempi concreti?

Partirei dal mix di piante digestive pro cinetiche e antifermentative contenute nel nostro prodotto Gasnorm: carvi, che poi sarebbe il cumino della tradizione erboristica dei frati, agrimonia e camomilla, che, tutte assieme, possono contribuire alla regolare motilità gastrointestinale ed alla eliminazione dei gas. Sulla camomilla c'è da sfatare un luogo comune, ampiamente pubblicizzato, che la classifica come un prodotto naturale che facilita il sonno, invece questa è solo la sua qualità minore, quasi trascurabile, perché in realtà la camomilla sviluppa il suo effetto più forte come calmante intestinale. Per quanto riguarda l'energizzante stiamo lanciando un prodotto, un tonico adattogeno che contiene un estratto di ashwagandha, pianta tipica della flora indiana che viene tradizionalmente impiegata per le capacità di potenziare l'adattamento dell'organismo a situazioni di stress, quindi a sopportare meglio la fatica, ad avere un migliore recupero fisico, senza l'aiuto di caffeina o altri stimolanti caffeino-simili, tipo Ginseng che possono avere degli effetti collaterali. Per combattere i disturbi del sonno citerei l'estratto di Melissa, che agisce da effetto calmante sul sistema nervoso centrale, aiutando la distensione e il rilassamento.



La produzione avviene tutta all'interno dell'azienda?

Fino al 2011 sì, poi ci siamo resi conto che dovendo produrre molte forme farmaceutiche, dalle classiche bustine a capsule, compresse e flaconi, avevamo bisogno di un numero sempre maggiore di macchine, il che sarebbe stato economicamente poco sostenibile. Per cui abbiamo deciso di esternalizzare completamente questa fase della lavorazione. L'Italia, per fortuna, dispone dei migliori terzi e delle migliori officine di produzione farmaceutica del mondo, per quanto riguarda le produzioni di integratori. Questo perché il farmaceutico è un settore trainante dell'export italiano in generale, ed in particolare il mercato degli integratori alimentari è il più grande d'Europa, anche avanti a Germania e Spagna. Vale più di 3 miliardi e mezzo di euro al pubblico. Noi comperiamo e selezioniamo le materie prime e poi le mandiamo a lavorare. Nel 2012 abbiamo anche creato una società, sempre a Corciano, che produce integratori alimentari a base di cioccolato. Si tratta di una nuova modalità di somministrazione di ingredienti attivi come vitamine, minerali, estratti erbari, che sta riscuotendo molto successo nel mercato nazionale e su quelli internazionali. È un ottimo supporto per i bambini, per esempio, che così possono assumere la vitamina D, probiotici, ferro o calcio anche tutti i giorni all'interno di una tavoletta di cioccolato al latte. E poi, quello che sembra un paradosso: cioccolatini addizionati con la grifonia per attenuare il senso di fame.



Che cosa proponete come innovazione nel futuro prossimo?

Oltre a proseguire con la standardizzazione del dna per la qualificazione degli estratti, cerchiamo di lavorare sulle modalità di somministrazione. Per esempio, per migliorare la digestione ed attenuare il fastidioso disturbo dell'aria nella pancia, usiamo da secoli gli oli essenziali, ma invece che tal quali noi li offriamo in microcapsule, palline piccole piccole che vengono ingerite facilmente e proteggono l'olio fino a quando non arrivano nello stomaco dove "scoppiano" e liberano le funzioni del prodotto contenuto al loro interno. Una innovazione recente, che ci ha permesso di lanciare un nuovo prodotto è la somministrazione sublinguale della vitamina B12 che consente di risolvere i problemi sia di chi non può deglutire sia di chi ha difficoltà con l'assorbimento a livello intestinale. La nostra direzione scientifica interna è sempre alla ricerca di soluzioni tecnologiche, ascoltando i consumatori ed i nostri 40 rappresentanti sparsi sul territorio che raccolgono e riportano in azienda criticità e nuove proposte. ■

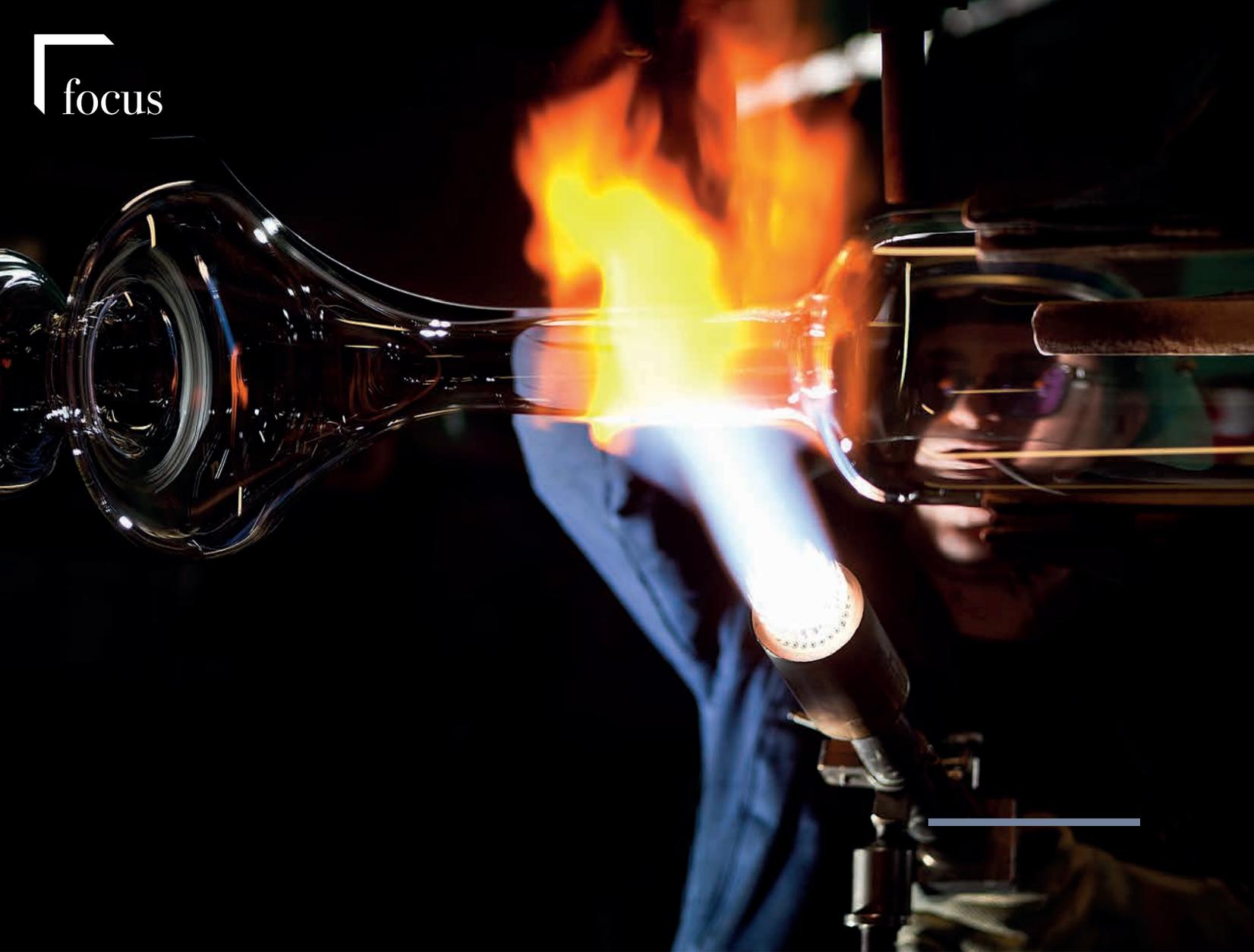


Il team aziendale

La compagine sociale della Laerbium Pharma è composta dalla famiglia Sorelli, Marco Cecchini e Giampiero Cossi, tutti, a vario titolo, con esperienze pregresse nel mercato farmaceutico e della salute in generale.

All'interno dell'azienda vengono svolte tutte le funzioni che servono per la ricerca, lo sviluppo e la commercializzazione di un integratore alimentare. Il team è composto dal direttore tecnico-scientifico dott. Davide Guarnaccia, uno dei fondatori dell'azienda; dalla dott.ssa Maria Stella Peccini che si occupa della gestione amministrativa, contabile e fiscale; dalla dott.ssa Eleonora Corradini per la segreteria commerciale, la distribuzione dei prodotti e la logistica; dal dott. Andrea Mammoli per acquisti, qualità aziendale e comunicazione scientifica; dalla dott.ssa Giulia Vujovic che si occupa dell'ufficio marketing e del social media management.

Attualmente Laerbium Pharma impiega dieci dipendenti in sede, tutti laureati, con una cospicua presenza femminile e circa 40 rappresentanti di commercio.



Steroglass: la fusione tra scienza, tecnologia e design

Dal know-how chimico-farmaceutico alle soluzioni per enologia, arredo tecnico e analisi di laboratorio

■ di Fabio Nucci

Trasformare una piccola soffieria artigianale in un'azienda all'avanguardia capace di coniugare scienza, tecnologia e design. Una realtà che dal settore della chimica e della farmaceutica, ha saputo volgere lo sguardo verso altri ambiti, dall'enologia al settore alimentare, dai complementi d'arredo alla strumentazione per analisi da laboratorio. È la storia di Steroglass, impresa perugina che in oltre sessant'anni di attività è diventata un punto di riferimento nel panorama industriale umbro, italiano e internazionale.

Un'avventura iniziata con la Soffieria Perugina che in modo artigianale si dedicò alla lavorazione del vetro borosilicato 3.3. «Mio nonno Luigi la fondò nel 1959 - racconta Lisa Falocci, attuale responsabile marketing dell'azienda - in via Savonarola, a Perugia, dove produceva prevalentemente manufatti in vetro destinati all'industria chimica e farmaceutica». Negli anni '80, i figli Stefano e Roberto Falocci hanno iniziato a lavorare nell'azienda di famiglia che poco prima è stata trasferita a San Martino in Campo dove oggi è ubicato lo stabilimento. «Questa è stata anche la

In oltre sessant'anni di attività è diventata un punto di riferimento nel panorama industriale umbro, italiano e internazionale

fase nella quale l'azienda ha cambiato nome in Steroglass che poi è la sintesi di Stefano, Roberto e glass, vetro; un modo per suggellare l'ingresso di mio padre e mio zio nella società". Una svolta che poi si è perfezionata negli anni '90 quando, proprio grazie a Stefano e Roberto Falocci, l'azienda ha iniziato un percorso di crescita che l'ha portata ad ampliare il suo raggio d'azione: non più solo produzione di vetro per l'industria chimica e farmaceutica, ma anche realizzazione e distribuzione di apparecchiature per i settori enologico, alimentare e per laboratori di analisi.

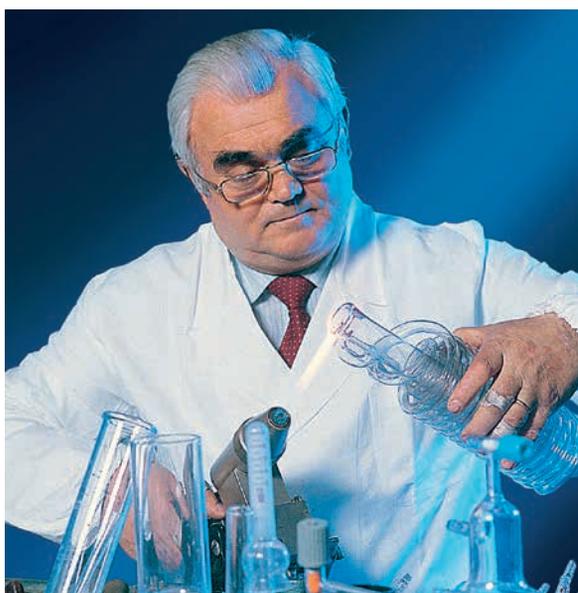
La dimostrazione di come un'impresa familiare possa evolversi seguendo le esigenze del mercato, ma senza perdere di vista le proprie origini. "Per anni l'azienda si è dedicata al vetro, avevamo un laboratorio di analisi insieme all'Università degli Studi di Perugia che era nostra cliente e dagli anni '90 abbiamo cominciato a esplorare anche altri sbocchi di mercato come quello del vino, diventando produttori di macchinari per analisi enologiche per cantine importanti in tutto il mondo", spiega Lisa Falocci. Un processo di diversificazione diventato ancora più opportuno quando l'industria farmaceutica ha cominciato a orientarsi verso la plastica monouso. Un passaggio che, lungi dall'essere un ostacolo, per Steroglass è diventato un ulteriore motivo di crescita. "Ci siamo posti il problema di come rispondere a tale tendenza, visto che noi col vetro (provette, becher, beute) abbiamo iniziato a fare fatica a trovare sbocchi in quel mercato originario, per cui abbiamo ravvisato la necessità di riusare il materiale", ricorda Falocci. "Parliamo del vetro borosilicato 3.3 che resiste agli shock termici e chimici ed è adatto all'industria farmaceutica. Nel 2008 abbiamo quindi rilavorato molti pezzi di vetro nati originariamente per uso scientifico, dando nuova vita a questo materiale e creando nuove linee produttive".

Una sfida che porta a Blueside Emotional Design, marchio di proprietà di Steroglass che ben sintetizza la visione innovativa dell'azienda, unendo sostenibilità e design. Una linea produttiva destinata anche al mondo del dining, del living e della persona, nella quale il vetro borosilicato ha trovato nuovi impieghi e nuove forme espressive. "È stata un'intuizione di Roberto Falocci, considerato un po' 'la mente creativa' di Steroglass, che ha poi sviluppato insieme al fratello Stefano che, invece, si occupa della parte economica e finanziaria dell'azienda", spiega Lisa Falocci. "Così è nata una produzione, Blueside Emotional Design, che coniuga le idee del recupero, della trasformazione e del reinventare nuove forme da oggetti esistenti; una lavorazione ideale anche per l'oggettistica per la casa e la gioielleria".

Da quel laboratorio artigianale a ridosso del centro di Perugia, Steroglass è diventata un'impresa articolata su tre differenti divisioni aziendali che ne rappresentano le diverse anime: "Labware", dedicata alla strumentazione da laboratorio, con gli "evaporatori rotanti" punta di diamante della produzione aziendale; "Analitica", linea rivolta principalmente all'analisi enologica, settore nel quale Steroglass è fornitore delle più grandi cantine italiane con titolatori automatici, analizzatori multiparametrici e kit di

La svolta si è perfezionata negli anni '90 con Stefano e Roberto Falocci: l'azienda ha iniziato un percorso di crescita che l'ha portata ad ampliare il suo raggio d'azione

analisi; "Chemtech", produzione che comprende il brand di design Blueside emotional design e che produce e commercializza in tutto il mondo "aWLife", inedito strumento pensato per determinare la data di scadenza dei prodotti confezionati. L'innovazione, infatti, è il filo conduttore dell'azienda, il leit motiv che attraversa tutta la sua storia. "Questa propensione a innovare e a cercare nuove soluzioni anche per le produzioni da laboratori, a gennaio 2025 ci ha portato a collaudare e a mettere in vendita l'ultima versione del titolatore automatico 'Flash 2' che oggi può essere utilizzato nel settore enologico, ad esempio per misurare il livello di pH dei vini, ma anche per l'analisi delle acque", racconta Lisa Falocci. Un aggiornamento arrivato dopo due anni di lavoro svolto dal reparto 'Ricerca e Sviluppo' Steroglass e che già in precedenza aveva esteso l'operatività dello strumento all'analisi di prodotti come

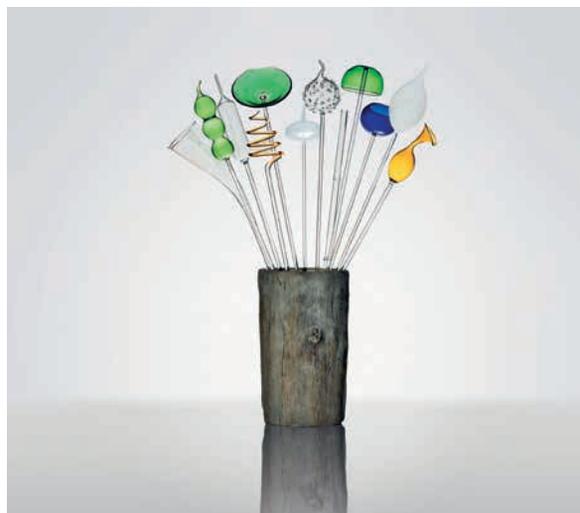


latte, succhi di frutta o conserve. “Da quest’anno, il ‘Flash 2’ è uno strumento completo in grado di analizzare, ad esempio, anche l’alcalinità dell’acqua e in generale di misurare vari parametri per assegnare una sorta di ‘ranking’ che ne valuti l’accettabilità, sia essa potabile, reflua o di pozzi”.

L’azienda si muove, quindi, lungo un orizzonte di produzione che dall’industria farmaceutica nel tempo l’ha portata a conquistare quote di mercato nei comparti dei complementi d’arredo, dell’enologia e dall’industria alimentare, alimentando il processo di trasformazione di cui lo stabilimento di San Martino in Campo è teatro. “La produzione avviene su commessa, per lotti – evidenzia Lisa Falocci - sulla base delle previsioni del mercato elaborate dal reparto commerciale all’inizio dell’anno e tenendo conto anche alle vendite degli esercizi precedenti. Una parte dei volumi è invece diretta a mantenere delle scorte di sicurezza, a rifornire il magazzino”. Non solo produzione “standard”, ma anche realizzazioni “on demand”. “Nella parte strumentale della produzione ci atteniamo alle disposizioni vigenti e considerando anche gli aspetti elettronici è più complicato operare ‘su misura’. Ma se un’azienda farmaceutica, ad esempio, richiede un alambicco particolare possiamo realizzarlo secondo le esigenze del cliente”.

Con 50 dipendenti e un fatturato di circa 11,5 milioni di euro, di cui 10 realizzati in Italia, Steroglass rappresenta

“50 dipendenti e un fatturato di circa 11,5 milioni di euro, di cui 10 realizzati in Italia. Il 65% deriva dalla produzione di strumenti e vetreria da laboratorio, kit di analisi, oggettistica e complementi di arredo”



una solida realtà nel panorama imprenditoriale umbro. Il 65% del fatturato deriva dalla produzione di strumenti e vetreria da laboratorio, kit di analisi, oggettistica e complementi di arredo. Una produzione certificata dalla norma Iso 9001 e garantita da precisi controlli: “C’è un responsabile della qualità e un addetto preposto al controllo nel momento in cui andiamo a produrre – spiega Lisa Falocci – e che verifica il prodotto, sia esso un macchinario o un articolo di vetro, prima che venga immesso nel mercato”. Il 35% del fatturato, invece, è legato alla rivendita per l’Italia di apparecchiature da laboratorio di aziende estere, come centrifughe, bilance o micropipette automatiche.

L’ultima idea innovativa firmata Roberto Falocci è il Blue-side Cult Store, inaugurato nel 2014 nel centro di Perugia. “È un negozio monomarca, in via Oberdan, dove è presente tutta la nostra produzione in vetro e che, per far capire la qualità della nostra produzione e unirla alla cultura, alla musica e in genere allo ‘stare bene’, comprende un jazz club durante il quale si cerca di far capire meglio la nostra azienda. Si ascolta della musica, si mangia e si beve utilizzando i nostri prodotti”, racconta Lisa Falocci. Ma non è tutto, nel negozio, infatti, sono organizzati anche corsi di aromaterapia: “Utilizzando i nostri strumenti scientifici, come gli evaporatori rotanti, distilliamo ‘in diretta’ gli oli essenziali che poi facciamo utilizzare alle persone. Un modo per unire chimica, design, benessere, recupero



e trasformazione dei prodotti”. Uno spazio che ben rappresenta perfettamente la filosofia di Steroglass: un connubio tra know-how scientifico e passione per il design, tra innovazione tecnologica e attenzione al benessere, tra tradizione artigianale e sguardo rivolto al futuro. Una visione che guida l’azienda umbra verso nuove sfide e nuovi traguardi. ■



Dall'allevamento al piatto, la tutela della filiera dei bovini di razza

Le radici e il valore del Consorzio "Vitellone bianco dell'Appennino centrale IGP", garanzia di rispetto anche del territorio e di qualità per il consumatore

■ di Francesco Bruno

Quando si parla di carne di alta qualità, non si può prescindere da un concetto fondamentale: il benessere animale. Questo principio non è solo una questione etica, ma rappresenta anche un elemento determinante per le caratteristiche organolettiche della carne. Un animale allevato in condizioni di serenità, con un'alimentazione equilibrata e un ambiente adeguato, sviluppa una muscolatura sana e un metabolismo regolare, che si riflettono direttamente su tenerezza, sapore, succosità e valori nutrizionali del prodotto finale. Inoltre, un buon livello di benessere riduce l'insorgenza di malattie e la necessità di interventi farmacologici, contribuendo ad offrire al consumatore una carne più naturale e sicura. È per questo che il rispetto per l'animale, lungo tutto il ciclo di vita, è oggi riconosciuto come uno dei pilastri imprescindibili

per una filiera alimentare realmente di qualità. Un orientamento che in Umbria abbraccia diverse realtà del settore, racchiuse sotto il Consorzio di Tutela del Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale IGP, con sede a Perugia, nella zona di San Martino in Campo. Un ente che pone al centro della propria attività la cura per l'animale lungo tutta la filiera produttiva, con un impatto diretto sulla qualità finale del prodotto. Fondato nel 2003 e riconosciuto ufficialmente nel 2004 dal Ministero delle politiche agricole, vede oggi alla guida il direttore Andrea Petrini. È con lui che abbiamo ripercorso i pilastri del Consorzio di Tutela, "l'organo che svolge attività di controllo, promozione e valorizzazione del prodotto a supporto dell'attività di controllo e certificazione svolta dal 3A-Parco Tecnologico Agroalimentare dell'Umbria. Così si garantisce che



“Grazie a questo sistema, si può acquistare con fiducia un prodotto certificato IGP (Indicazione Geografica Protetta), sinonimo di trasparenza, sicurezza alimentare e sostenibilità”



ogni fase della filiera – dalla nascita del vitello alla macellazione – rispetti rigorosi standard qualitativi. Grazie a questo sistema, il consumatore può acquistare con fiducia un prodotto certificato IGP (Indicazione Geografica Protetta), sinonimo di trasparenza, sicurezza alimentare e sostenibilità”. Il disciplinare di produzione del Vitellone Bianco IGP non si limita “a garantire l’origine geografica e la tracciabilità della carne, ma impone anche specifiche norme di allevamento che assicurano agli animali condizioni di vita adeguate. I vitelloni – tra 12 e 24 mesi, appartenenti alle rinomate razze Chianina, Marchigiana e Romagnola – sono allevati in maniera estensiva, in aziende con larghi spazi esterni per garantire il pascolamento, con un’alimentazione basata su fieni e foraggi tipici dell’area di produzione, oltre a farine prodotte direttamente nelle aziende con

orzo, mais, crusca, etc. Fondamentale è l’obbligo di svezzare il vitello esclusivamente con il latte materno, senza far ricorso a farine di latte, così da garantire il fisiologico rapporto tra mamma e figlio, anche dal punto di vista nutrizionale. E con ritmi che rispettano la loro fisiologia. Questo approccio riduce lo stress animale, migliora la salute degli esemplari e contribuisce a ottenere una carne più tenera, saporita e nutriente”. L’allevamento estensivo, tipico delle aree dell’Appennino centrale, valorizza perciò anche il legame con il territorio. “I bovini crescono in un contesto rurale ricco di biodiversità, nutrendosi di foraggi locali e rispettando cicli produttivi naturali. Questo, non solo preserva l’equilibrio ambientale, ma consente anche di offrire ai consumatori una carne dalla tracciabilità certificata e dal sapore autentico, frutto di un’armonia tra uomo, ani-

male e natura”. Un legame indissolubile per salvaguardare i preziosi allevamenti umbri. “I prodotti a marchio Dop e Igp sono le uniche produzioni che legano il prodotto al suo territorio e, quindi, non possono essere delocalizzate. Un grande valore per chi lavora in queste zone (produttori, agricoltori e allevatori,) che investono sul territorio. E questi prodotti sono gli unici che permettono di tutelare il territorio, perché generalmente la loro filiera produttiva racchiude aree spesso marginali, la cui economia è basata su queste micro produzioni tipiche e tradizionali. Ad esempio, la chianina nel territorio umbro (e toscano) rappresenta da millenni un importante supporto all’attività agricola che ha contribuito a sviluppare l’economia rurale dei nostri territori e allo stesso tempo ha permesso di mantenere e tutelare le zone più marginali, attraverso l’utilizzo dei pascoli e dei sottoboschi delle nostre montagne. Oggi, con il progressivo calo del numero dei capi nei nostri allevamenti, si stanno determinando gravi problemi ambientali poiché il bosco prende il sopravvento rispetto all’area per il pascolo. E, laddove vengono meno l’agricoltura e l’allevamento, viene meno anche la tutela del territorio, per questo spesso causa scatenante di frane, incendi, etc. I fossi fino a poco anni fa venivano puliti dall’agricoltore o dall’allevatore, per capirci. Azioni che aiutano concretamente il territorio e l’ambiente, allevamenti che una volta persi diventano difficilmente recuperabili. Questo tipo di allevamento, inoltre, ha anche un ruolo che permet-

te di mantenere la biodiversità, essendo razze numericamente piccole (esempio, la Romagnola è una delle razze in via d’estinzione). Parliamo in generale, comunque, di una produzione tipica, i cui sistemi di produzione non sono certo arcaici, sono sistemi di allevamento tradizionale ma con una evoluzione che si è adattata alla tecnologia. Allevamenti che, soprattutto i più recenti, presentano un importante sviluppo tecnologico, con stalle sempre più evolute, con l’obiettivo di aumentare la qualità del prodotto, abbattendo i costi di produzione (regolazione della ventilazione, distribuzione automatica della razione alimentare, fotovoltaico, gestione più efficiente del letame e dei liquami”. Oggi il Vitellone Bianco dell’Appennino Centrale IGP coinvolge circa 3.000 allevamenti, quasi 1.000

**Stalle sempre più evolute
con l’obiettivo di aumentare
il valore nutritivo del prodotto,
abbattendo i costi**





“Il sistema ha dimostrato come anche una produzione storicamente artigianale possa evolvere in chiave tecnologica, mantenendo intatta la sua identità”

macellerie, 77 mattatoi e più di 120 laboratori di sezionamento, distribuiti in un'area vasta che attraversa otto regioni italiane. È un sistema che ha dimostrato come anche una produzione storicamente artigianale possa evolvere in chiave tecnologica, mantenendo intatta la sua identità territoriale.

Il vero valore aggiunto, però, è la simbiosi tra innovazione e benessere, tra etica produttiva e valorizzazione del territorio. Un modello da osservare con attenzione, non solo per le sue performance qualitative, ma per la sua capacità di mostrare come la transizione tecnologica nel settore agroalimentare possa generare vantaggi per tutti: per l'ambiente, per l'animale, per il consumatore. ■

IL QUADRO DELL'ITALIA CENTRALE E UMBRO

In Umbria la razza più significativamente rappresentata, tra quelle tipiche, è la chianina, che trova da sempre il suo naturale sviluppo nelle aree rurali e montane della nostra regione.

Gli allevamenti aderenti al circuito di certificazione “Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale” sono 547, pari ad oltre il 18 % delle aziende totali iscritte ed oltre il 20% degli allevamenti bovini presenti in Umbria.

L'elemento da evidenziare è che i capi di razza chianina in Umbria rappresentano circa il 37% del totale dei capi chianini in Italia e il 36% dei capi bovini totali allevati in regione.

“Questo ci dice che la realtà umbra zootecnica umbra è ancora fortemente legata a questa razza ed è rappresentata da tanti piccoli allevamenti estensivi”, sostiene Andrea Petrini.

Fondamentale il ruolo di informazione e promozione svolto dal Consorzio durante le fiere e gli eventi, attraverso il proprio sito internet (www.vitellonebianco.it) e i propri canali social, così come l'attività di vigilanza attraverso i propri agenti vigilatori riconosciuti dal Ministero a cui tutti i consumatori possono dare il loro aiuto e supporto segnalando ipotesi di frodi o di “cattiva informazione” anche tramite il link “dove trovarla” all'interno del sito.

(Dati Consorzio Tutela Vitellone bianco Appennino Centrale e Anagrafe Bovina Nazionale)

SLAIS Animal Health: l'evoluzione del mondo veterinario

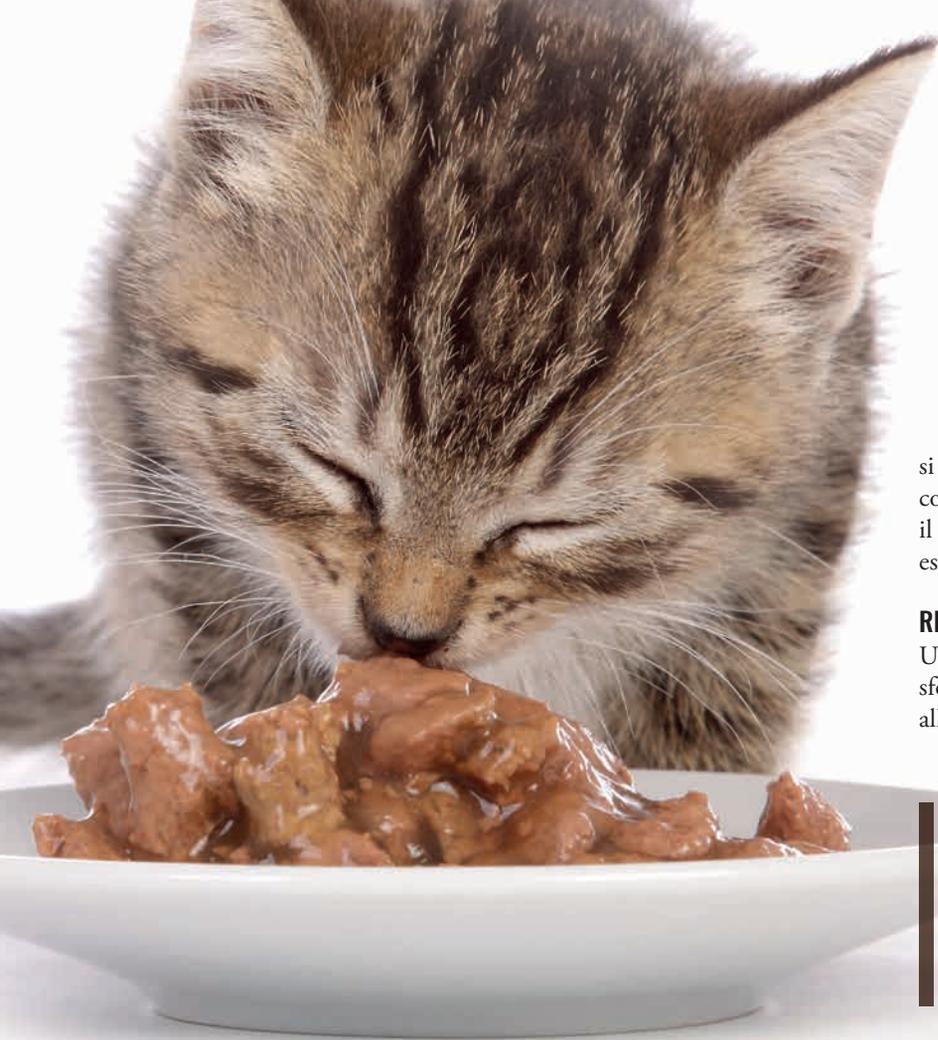
Dai mangimi complementari ai prodotti topici, ai farmaci: così le biotecnologie applicate puntano alla prevenzione e alla performance

■ di Andrea Monticelli

In un tempo in cui le parole “benessere animale”, “sostenibilità” e “innovazione” rischiano di diventare slogan vuoti, SLAIS si afferma come esempio concreto e operativo di un'impresa capace di coniugare tecnologia, natura e impatto sociale.

Con sede ad Arrone, nel ternano, questa azienda è oggi un punto di riferimento nazionale nel settore della nutrizione e salute animale, grazie ad un approccio integrato che abbraccia la ricerca scientifica, la nutraceutica e la valorizzazione delle risorse naturali.





si affidano a noi per avere prodotti di qualità e altamente competitivi. In futuro progettiamo, inoltre, di espandere il nostro business ad altri paesi esteri, oltre quelli a cui già esportiamo i nostri prodotti”.

RICERCA APPLICATA E ACCESSO ALL'INNOVAZIONE

Uno dei grandi punti di forza di SLAIS è la capacità di trasformare la ricerca scientifica in soluzioni pratiche, grazie alla partecipazione a bandi per l'innovazione tecnologica a

Attraverso progetti finanziati hanno potuto investire in nuovi laboratori di analisi e qualità e nuove linee

Una visione chiara: salute animale, salute del sistema. Così si può condensare la missione di SLAIS, ambiziosa quanto urgente: contribuire alla salute animale in modo naturale, sostenibile e misurabile, offrendo prodotti innovativi, privi di antibiotici e farmaci chimici, pensati per il benessere degli animali da compagnia.

Il principio guida è semplice ma potente: offrire farmaci e prodotti innovativi, altamente qualitativi, per la tutela della salute ed il miglioramento del livello della loro vita. Oltre a rendere ogni prodotto economicamente accessibile: chiunque ami il proprio animale, deve avere la possibilità, oltre che il piacere, di poterlo curare ed accudire. Ma raggiungere questo equilibrio richiede competenza tecnica, visione sistemica e una costante attività di ricerca e sviluppo.

Alla guida dell'azienda Franco Moscatelli insieme al socio Maurizio Caniglia. “I farmaci ci vengono prodotti su nostra richiesta da aziende farmaceutiche europee – spiegano - mentre i mangimi complementari e i prodotti topici li produciamo noi stessi. Nella nostra azienda si parte dallo studio del prodotto, si passa poi alla scelta di principi attivi innovativi per arrivare, infine, alla produzione dello stesso. Il nostro sito produttivo ha la possibilità di produrre tutte le forme farmaceutiche attualmente richieste sul mercato e, quindi, prodotti liquidi, gel, emulsioni, polveri e compresse. La nostra attività non si basa solamente sulla produzione interna ma è anche per aziende esterne che

livello regionale, nazionale ed europeo.

Attraverso progetti finanziati dal POR FESR Umbria, PNRR, Horizon Europe e altre misure, SLAIS ha investito in:

- Nuovi laboratori di analisi e controllo qualità, interni all'azienda, per garantire tracciabilità completa e massima efficacia dei propri prodotti.
- Nuove linee produttive per liquidi, gel, emulsioni ma anche polveri e compresse.
- Aperture anche per produzioni conto terzi.

“L'attività soddisfa anche i bisogni di aziende esterne che si affidano a noi per avere qualità”





Questi investimenti hanno permesso di rendere SLAIS una realtà flessibile, adattiva, capace di personalizzare le soluzioni in base alle esigenze specifiche del cliente e del territorio.

UNA RETE DI RELAZIONI SCIENTIFICHE E PRODUTTIVE

SLAIS collabora attivamente con università, centri di ricerca, studi veterinari e associazioni di categoria per co-progettare formule e sperimentazioni sul campo. L'obiettivo è creare una filiera dell'innovazione realmente efficace, dove ogni anello (ricerca, produzione, distribuzione) dialoga per migliorare la qualità e la sostenibilità del sistema nel suo insieme.

UNA PMI CON UNA VISIONE SISTEMICA

SLAIS dimostra che anche una piccola-media impresa può essere protagonista del cambiamento, se dotata di visione, metodo e coraggio. Ogni nuova formula è testata, ogni nuova strategia è pensata per rispondere a sfide ambientali, economiche e normative. Dalla lotta all'antibiotico-resistenza al rispetto del benessere animale. SLAIS opera con una strategia che guarda lontano.

In SLAIS, l'innovazione non è un reparto. È il cuore pulsante dell'impresa. Ogni animale che riceve un prodotto SLAIS entra in un sistema virtuoso, dove il sapere scientifico incontra il rispetto per la vita e per il pianeta.

In un mercato sempre più attento alla sostenibilità e alla qualità, SLAIS rappresenta un modello replicabile, capace di combinare efficacia, accessibilità e coscienza ambientale, con la forza discreta e competente delle aziende che fanno innovazione sul serio. ■

**Una realtà flessibile,
con soluzioni personalizzate
per le esigenze specifiche
del cliente e del territorio**



Soluzioni per ogni razza

Il catalogo SLAIS è articolato in linee di integratori e coadiuvanti naturali che rispondono alle esigenze specifiche di tutte le razze di cani e gatti:

- *Linea Pet*

Alimenti complementari e prodotti topici (lozioni, shampoo, gel, unguenti) per cani e gatti, studiati per migliorare la digestione, la mobilità articolare, la salute del pelo e della cute, con un approccio naturale e ad alta biodisponibilità, anche per animali con sensibilità o patologie croniche, con effetti positivi su qualità di vita del pet e impatto ambientale.

Biopharma Nature, gli integratori spray, vegan e senza pillole

L'azienda eugubina ha ideato soluzioni per rafforzare il sistema immunitario ad assorbimento ultra-rapido: basta qualche spruzzo

■ di Francesca Cecchini

Biopharma Nature è l'azienda eugubina che nasce da un'intuizione di offrire soluzioni di benessere autentiche, naturali e scientificamente validate, capaci di rispondere ai bisogni dell'organismo in modo sicuro ed efficace. Prende forma in un momento particolare, nell'inverno 2021 in piena pandemia da Covid 19, con l'intento di creare un integratore alimentare vegano e naturale in grado di apportare un aiuto nel rafforzamento del sistema immunitario, che rendesse quindi l'organismo più forte dagli agenti patogeni esterni. "Il nostro viaggio è iniziato quando ci siamo domandati 'come possiamo migliorare la vita delle persone?'. È partito tutto da qui ed è così che siamo diventati la prima azienda italiana di integratori completamente Vegana e Pill Free". Così si raccontano Mattia Mori ed Elena Grande, co-founder della Biopharma Nature. "In questa fase è nato il primo prodotto *QDZ nature immune*, unico in Italia perché è un 3 in 1 completamente vegano, naturale e da bere. Gli unici ad aver fatto la quercetina fitosoma che è il principio base su cui si fonda questo prodotto liquido. È iniziata così la nostra avventura con questa azienda, che si è sviluppata aumentando i prodotti della nostra gamma 'Nature spray', composta da sei integratori che si spruzzano direttamente nel cavo orale. Quello

che ci rende particolari, esclusivi, rispetto agli altri, è il prodotto pill-free. Abbiamo scelto di basare tutti i nostri studi – e quindi lo sviluppo dei nostri integratori – su questa formulazione, dopo una serie di analisi. La prima riguarda il fattore medico legato al funzionamento del nostro organismo: tutto ciò che è liquido, una volta ingerito, viene assorbito quasi istantaneamente, risultando quindi efficace in un tempo nettamente inferiore rispetto a una capsula che deve disciogliersi. La costanza nell'assunzione resta comunque fondamentale per ottenere risultati. Il secondo fattore che ci ha spinto in questa direzione riguarda i problemi psicosomatici dei clienti: oltre il 40% degli italiani, infatti, ha difficoltà a deglutire le pillole. In questo modo, abbiamo potuto rispondere anche alle esigenze di quella fascia di clientela che presenta serie difficoltà nell'assunzione delle capsule. Terzo punto, è che siamo vegani. La maggior parte dei prodotti che si trovano in commercio è realizzata utilizzando oli e grassi animali, ma noi abbiamo sorpassato questo problema producendo il liquido. Inoltre, utilizziamo principi attivi e oligoelementi affinché non siano inseriti zuccheri aggiunti all'interno degli integratori, e glucosi, in modo tale che anche chi soffre di diabete possa utilizzarli. Non utilizziamo il lattosio e sono a base di acqua.





Questa nuova gamma di integratori, grazie ai quali abbiamo vinto il premio come miglior startup innovativa nell'ambito della nutraceutica, va a coprire quelle che sono le esigenze sia quotidiane (legate a sonno, calma, concentrazione, etc.) sia l'introduzione di vitamine principali, come la B12, la C, il ferro e l'acido folico, adatto anche alle donne in gravidanza. L'azienda è in una fase di grande espansione sia a livello nazionale che di sviluppo di nuovi prodotti: tra la fine del 2025 e l'inizio del 2026 contiamo di uscire con altre due gamme. Per questo abbiamo partecipato anche all'ultima edizione di Gubbio Job, perché, espandendoci sul territorio, siamo alla ricerca di giovani capaci di fare informazione scientifica anche in aree più difficili da raggiungere”.

L'IMPORTANZA DELLA RETE

Alla base del progetto Biopharma Nature c'è un forte investimento in ricerca e sviluppo, che permette all'azienda di realizzare prodotti innovativi attraverso l'impiego di tecnologie brevettate, ingredienti selezionati e formulazioni studiate scientificamente. Le attività di R&D si sviluppano in collaborazione con università, enti scientifici e laboratori di eccellenza, con l'obiettivo di garantire l'efficacia

“Una nuova gamma, grazie alla quale abbiamo vinto il premio come migliore startup innovativa nell'ambito della nutraceutica”



Alla base un forte investimento: tecnologie brevettate, ingredienti selezionati e formulazioni studiate scientificamente

e la sicurezza di ogni prodotto. Si distingue per una produzione diversificata e di altissimo livello: integratori alimentari pensati per sostenere il benessere dell'organismo, favorire l'equilibrio psicofisico e intervenire su specifiche esigenze (immunità, metabolismo, energia, stress, antiossidazione, ecc.). Tutti i prodotti sono sviluppati secondo standard qualitativi rigorosi, con attenzione costante all'innovazione nella formulazione e al rispetto della fisiologia dell'organismo.

ETICA, SOSTENIBILITÀ E QUALITÀ CERTIFICATA

La filosofia di Biopharma Nature si fonda su una visione etica della produzione, che si traduce in un'attenzione concreta alla sostenibilità e alla responsabilità ambientale. L'intera filiera è tracciata e controllata, il packaging è eco-friendly e i processi produttivi sono ottimizzati per ridurre l'impatto sull'ambiente. Sostenibili anche nella fase del riciclo perché le bottiglie sono realizzate in plastic-pet, leggerissime, così da essere portate fuori casa. La selezione delle materie prime privilegia ingredienti di origine biologica, vegetale e locale, contribuendo alla costruzione di un modello produttivo virtuoso, trasparente e a basso impatto. ■

Tra nutraceutica e progresso biotecnologico

Fin dai suoi primi passi, Biopharma Nature si è distinta per un approccio altamente specializzato. Il cuore della sua filosofia è un equilibrio virtuoso tra sapienza nutraceutica e progresso biotecnologico, tra naturalità e rigore scientifico. Nel tempo, la crescita dell'azienda è stata accompagnata da solide collaborazioni con centri di ricerca e università, che hanno consentito di sviluppare soluzioni concrete, clinicamente supportate e capaci di offrire un reale valore aggiunto al consumatore. Parallelamente, l'attenzione all'impatto ambientale, alla trasparenza della filiera e alla qualità delle materie prime è diventata parte integrante dell'identità aziendale. Oggi Biopharma Nature è riconosciuta come un punto di riferimento nel settore nutraceutico e cosmetico, grazie alla sua capacità di innovare, personalizzare, ascoltare il mercato e anticiparne le tendenze. Un'azienda che guarda al futuro con passione e competenza, senza mai perdere di vista la sua vocazione originaria: prendersi cura delle persone attraverso la forza della natura e il potere della scienza.

Quando la cosmetica capillare si trasforma in formazione e cultura

Con Kemon, da tre generazioni la moda per capelli è diventata l'avanguardia dell'hairstyling professionale

■ di Francesco Bruno

Un'azienda che da oltre 60 anni partecipa all'evoluzione del concetto di bellezza per il mondo dell'hairstyling, unendo tradizione e ricerca, creatività e sperimentazione. Questa è Kemon, una realtà a conduzione familiare nata a San Giustino, che dal 1959 rappresenta un punto di riferimento nell'industria cosmetica professionale per capelli. Qui, da tre generazioni, la famiglia Nocentini coniuga il lavoro con i propri valori: "qualità, ingegno e passione sono il risultato di un processo che coinvolge anche collaboratori e clienti - sostengono -. La responsabilità verso gli altri è un tema imprescindibile. Ci rapportiamo

prima con le persone e sempre con un principio essenziale: ascoltare prima di ideare e proporre". Il risultato è una serie di prodotti per capelli tecnologicamente avanzati ma ispirati alla natura, accompagnati da strumenti di formazione innovativi per i professionisti del futuro. "Sulle colline vicino al nostro stabilimento, nel 2006, abbiamo convertito ad agricoltura biologica 20 ettari di terreno. Così è iniziata una lunga sperimentazione nel nostro Kemon Open Lab, un laboratorio a cielo aperto che ci ha portato risultati senza precedenti per la cosmesi".

Fondata dal padre dell'attuale amministratore delegato,

“L’obiettivo è continuare ad investire per offrire prodotti all’avanguardia nel rispetto della natura e della sostenibilità”



Giuliano Nocentini, Kemon è un altro di quegli esempi dell'imprenditoria umbra che ha saputo coniugare tradizione e innovazione, diventando un marchio riconosciuto a livello internazionale per la qualità dei suoi prodotti e l'impegno nella ricerca scientifica. Kemon nasce come “La Cramer”, un'azienda che già negli anni '60 si distingueva per l'attenzione alla qualità e all'innovazione. Negli anni '70, con la seconda generazione al timone, assume il nome attuale, una crasi tra “cosmetica” e “mondiale”, simbolo di una visione proiettata verso l'internazionalizzazione. Oggi Kemon, guidata dalla terza generazione, continua a investire in ricerca e sviluppo per offrire prodotti all'avanguardia nel rispetto della natura e della sostenibilità.

DALLA FORMULA ALLA FILIERA

Tutti i prodotti Kemon sono sviluppati interamente in Italia, con filiera corta e rigorosi controlli di qualità. I laboratori interni collaborano con università, istituti dermatologici e tecnici di laboratorio per garantire alta efficacia funzionale, massima sicurezza d'uso, rispetto dell'ambiente e delle persone. Con oltre 90 prodotti certificati ICEA Vegan e Green & Clean Cosmetics, Kemon si pone oggi come un modello internazionale di azienda etica e innovativa, capace di unire performance tecnica, ricerca botanica e cultura del bello.

Uno dei fiori all'occhiello di Kemon è il Velian Complex, un brevetto esclusivo frutto di anni di ricerca sulle piante officinali coltivate nei 20 ettari di terreno biologico dell'azienda. Questo complesso è composto da estratti di verbasco, elicriso, lino e camomilla dei tintori, selezionati per le loro proprietà lenitive, antiossidanti e calmanti. Il Velian

Complex è presente in numerosi prodotti Kemon, garantendo efficacia e dermo-compatibilità. Accanto alla ricerca botanica, l'azienda ha sviluppato il Bond Creator Complex (BCC), un complesso molecolare che ripara la struttura interna dei capelli danneggiati. Il BCC è utilizzato in trattamenti specifici e può essere integrato nei servizi tecnici in salone, come le schiariture, per proteggere e rinforzare la fibra capillare.

FORMAZIONE E CREATIVITÀ: L'ACCADEMIA KEMON

Kemon non è solo produzione, ma anche formazione e cultura. Con l'apertura delle accademie a Milano e San Giustino, l'azienda offre percorsi formativi per parrucchieri e professionisti del settore, promuovendo una visione della bellezza autentica e innovativa. La collaborazione con Angelo Seminara, direttore artistico di fama internazionale, testimonia l'impegno di Kemon nell'esplorare nuove frontiere dell'hairstyling e della creatività. Attraverso la ricerca scientifica, la valorizzazione delle risorse naturali e l'impegno nella formazione, continua a ridefinire gli standard dell'industria cosmetica professionale, offrendo prodotti e servizi che rispondono alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Un'azienda visionaria dove la moda capelli diventa lifestyle e i prodotti una sapiente miscela tra scienza e natura. Quindi potremmo dire che Kemon non “fa prodotti”: progetta esperienze cosmetiche complete, destinate a professionisti esigenti e consumatori consapevoli. Dal salone alla casa, ogni formula è un equilibrio tra innovazione e responsabilità, con l'obiettivo di trasformare ogni trattamento in un atto di cura, di stile e di identità. ■

Ingegno e passione sono il risultato di un processo che coinvolge anche collaboratori e clienti



Pedsan: dall'artigianato l'ortopedia tecnica moderna

“Da oltre 50 anni progettiamo, sviluppiamo e realizziamo ortesi plantari per patologie a carico del piede e problematiche posturali”

■ di Francesca Cecchini

C'è un'idea di benessere che parte dai piedi. Un concetto apparentemente semplice, ma che racchiude una sofisticata combinazione di biomeccanica, competenza artigianale e tecnologie avanzate. Questa visione ha preso forma in Pedsan, azienda perugina fondata nei primi anni Settanta da Cesare Bianconi come laboratorio artigianale per la realizzazione di plantari in cuoio e sughero. Una tradizione nata dal saper fare manuale, oggi trasformata in un polo di riferimento per l'ortopedia tecnica moderna.

Nel corso di oltre cinquant'anni di attività, Pedsan ha saputo unire la qualità tipica del “fatto a mano” con un approccio scientifico rigoroso, dando vita a un'offerta integrata di soluzioni plantari su misura, pensate per rispondere con precisione e affidabilità alle esigenze posturali, ortopediche e biomeccaniche di ogni paziente. “Da oltre 50 anni progettiamo, sviluppiamo e realizziamo ortesi plantari in grado di rispondere in maniera efficace a tutte le patologie a carico del piede nonché alle diverse problematiche di tipo posturale. Oggi ci proponiamo come azienda leader del settore forti delle nostre peculiarità. Cinquant'anni che non sono soltanto un importante traguardo ma anche un punto di partenza, con nuove sfide e progetti”.

UN MODELLO PROIETTATO NEL FUTURO

La forza di Pedsan risiede proprio nel suo DNA artigianale, che non è stato sacrificato in nome della tecnologia, ma piuttosto evoluto e potenziato grazie all'introduzione di strumenti digitali all'avanguardia. Ogni plantare viene progettato partendo da una rilevazione personalizzata dell'appoggio plantare, mediante analisi baropodometriche e sistemi computerizzati di misurazione. A questa fase segue la modellazione e produzione del dispositivo, che combina materiali sintetici di ultima generazione (come resine e poliuretani ad alta densità) a materiali naturali selezionati, garantendo comfort, efficacia e durata nel tempo.

L'intero ciclo produttivo – dalla rilevazione alla consegna – è gestito internamente, assicurando tempi rapidi, flessibilità e controllo qualità totale. Questo consente all'azienda non solo di rispondere alle esigenze di clienti privati, ma anche di lavorare in stretta collaborazione con medici, ortopedici, fisioterapisti e centri di riabilitazione per sviluppare dispositivi ad alta specificità.

PERSONALIZZAZIONE E CULTURA DEL MOVIMENTO

Oltre alla produzione su misura, Pedsan si distingue per

una costante attività di ricerca e sviluppo, incentrata sulla comprensione approfondita delle problematiche posturali e sul miglioramento continuo dei materiali utilizzati. La missione dell'azienda è chiara: trasformare i plantari in strumenti attivi per la qualità della vita, capaci di migliorare la deambulazione, prevenire disfunzioni, ridurre dolori e potenziare le performance motorie.

Pedsan non si rivolge solo a pazienti con patologie evidenti, ma anche a sportivi, bambini in crescita, anziani e lavoratori che trascorrono molte ore in piedi. Il plantare diventa così un dispositivo "invisibile", ma essenziale, parte integrante di una cultura del benessere quotidiano legata al movimento.

TRA CERTIFICAZIONI E SEMILAVORATI

Dal 1997, Pedsan opera con un sistema qualità certificato secondo la norma ISO 9001, a garanzia di trasparenza e tracciabilità lungo tutta la filiera. Ogni dispositivo è prodotto in Italia, nei laboratori di Perugia, e riflette una precisa scelta etica: niente produzione di massa, ma attenzione alla persona e alla singolarità di ogni camminata. I presidi vengono realizzati anche per ortopedie sanitarie, sia nazionali che estere, sotto forma di semilavorati conto terzi, che vengono successivamente personalizzati con il marchio del committente. In un mercato sempre più dominato da soluzioni standard e vendite online non personalizzate, l'approccio di Pedsan si distingue per rigore scientifico e rispetto del corpo. La consulenza specialistica è parte integrante del processo: ogni dispositivo nasce da un ascolto attento delle esigenze e viene adattato anche dopo la consegna, se necessario.

INNOVARE CON LENTEZZA, CRESCERE CON COERENZA

Il percorso di Pedsan è un esempio emblematico di innovazione sostenibile e coerente con la propria identità. Nessuna rincorsa alle mode, ma una crescita costante basata sulla qualità del servizio, sull'aggiornamento tecnico del personale e sul dialogo continuo con il mondo medico e accademico.

Nel tempo, l'azienda ha ampliato la gamma dei propri prodotti, integrando calzature ortopediche, dispositivi di correzione posturale e consulenze specialistiche. Ma il cuore resta sempre lo stesso: il plantare ortopedico su misura come strumento di prevenzione, benessere e recupero funzionale. Nel panorama italiano dell'ortopedia tecnica, Pedsan rappresenta una realtà unica, capace di unire rigore artigianale, innovazione e cultura del benessere. Un'azienda che parte dai piedi, ma cammina lontano, tracciando ogni giorno nuove rotte nel mondo della salute, della ricerca e della tecnologia applicata alla persona. ■



Ogni dispositivo è realizzato nei laboratori di Perugia: niente produzione di massa, ma attenzione alla persona e alla singolarità di ogni camminata



QUANDO L'INNOVAZIONE È BEN PIANTATA A TERRA: IL CASO PEDSAN E IL SOSTEGNO DELLA REGIONE UMBRIA

L'innovazione non è solo tecnologia: è anche capacità di visione, coerenza strategica e radicamento sul territorio. È questo il caso di Pedsan, storica azienda umbra specializzata in ortopedia tecnica su misura, che ha saputo coniugare artigianato, ricerca e trasformazione digitale grazie anche al sostegno della Regione Umbria attraverso i fondi strutturali europei.

In particolare, l'azienda ha beneficiato di importanti risorse nell'ambito del POR FESR Umbria 2014–2020, sia nella direzione dell'efficientamento energetico sia per progetti legati all'innovazione di processo e di prodotto. Questi contributi hanno rappresentato uno snodo decisivo nella modernizzazione dell'impresa, consentendo a Pedsan di investire in nuove tecnologie, attrezzature digitali, materiali più performanti e sostenibili, e nella formazione del personale specializzato.

Il valore di questo tipo di finanziamenti non si misura solo in termini di strumenti acquistati, ma soprattutto nella capacità dell'impresa di ripensare il proprio modello produttivo in chiave contemporanea, senza snaturarne l'identità. Pedsan ha mantenuto il proprio cuore artigiano – fatto di attenzione al dettaglio, personalizzazione estrema e qualità umana del servizio – ma lo ha arricchito con sistemi di rilevazione computerizzata, modellazione CAD, tracciabilità integrata e gestione intelligente del magazzino.

Il progetto ha inoltre incluso interventi mirati a ridurre i consumi energetici e l'impatto ambientale dei processi produttivi, coerentemente con una visione aziendale che guarda alla sostenibilità come leva competitiva e non solo come adempimento normativo.

In questo contesto, il ruolo della Regione è stato fondamentale non solo come ente erogatore di risorse, ma anche come facilitatore di percorsi di crescita imprenditoriale, attraverso bandi chiari, sportelli informativi, accompagnamento tecnico e una rete territoriale che oggi si fa sempre più strategica.

Pedsan è dunque un caso esemplare di come i fondi europei, se ben progettati e ben utilizzati, possano diventare un volano per la rigenerazione delle PMI, per la loro apertura all'innovazione e per la costruzione di modelli di sviluppo locali evoluti ma radicati. È anche un promemoria: l'innovazione è sostenibile quando parte dalle imprese, ma cammina più veloce se accompagnata da politiche pubbliche coerenti.



Accademia Pratica dell'Innovazione, propulsore per startup e PMI

Marco D'Amico: "Quest'anno l'uso dell'AI generativa nei laboratori è passata dal 30% dello scorso anno al 55%: le imprese di qualunque dimensione devono saperla usare per restare competitive"

■ di Silvia Ceccarelli

In Umbria l'innovazione non è più solo una parola chiave nei documenti strategici, ma un percorso concreto di crescita che le imprese possono toccare con mano, giorno dopo giorno. È questo il motore del progetto denominato Accademia Pratica dell'Innovazione (API), l'iniziativa voluta dalla Regione Umbria e realizzata anche per quest'anno da Sviluppumbria. Iniziata a gennaio, andrà avanti fino a luglio prossimo.

Un'occasione unica per le PMI e le startup del territorio: non solo formazione, ma veri e propri laboratori dove le aziende lavorano sui propri progetti, testano nuove idee, si confrontano con esperti e imparano ad anticipare il mercato con strumenti pratici e metodi sperimentati. L'Acca-

demia rappresenta una naturale evoluzione del programma SMARTup, già sperimentato con successo negli anni scorsi. Un tassello di una più ampia filiera dell'innovazione regionale che si consolida con la nuova programmazione PR FESR 2021-2027, e che parte da un presupposto tanto semplice quanto rivoluzionario: per innovare davvero, bisogna fare pratica.

"Sull'esperienza della prima edizione - spiega Marco D'Amico - abbiamo apportato delle modifiche all'edizione 2025 sempre con lo stesso intento: aiutare le imprese a fare innovazione per crescere e portare benessere sul territorio. Abbiamo unito in un unico percorso PMI e Startup in modo che le esperienze delle prime potessero con-





Niente teoria astratta, ma casi studio reali, laboratori, testimonianze aziendali, simulazioni progettuali e focus su bandi e incentivi

ca principale. Un programma ampio e diversificato, per affrontare tematiche diverse ed esercitarsi su vari aspetti:

- Individuare esigenze reali del mercato e creare soluzioni scalabili;
- Sperimentare rapidamente nuovi prodotti o servizi attraverso la pre-totipazione;
- Usare strumenti di **anticipazione strategica** per leggere i trend futuri e pianificare a ritroso;
- Innovare modelli di business con focus su **ecosistemi, circolarità, servitizzazione e IoT**;
- Sfruttare l'**AI generativa** per creare strategie, contenuti e comunicazione;
- Imparare a costruire, aggiornare e monitorare **budget e OKRs** in modo agile;
- Adottare metodologie avanzate per la **gestione dei progetti e la misurazione dei risultati**.

DAI DATI ALLA STRATEGIA

Tutto è iniziato con un assessment personalizzato, un questionario che ha analizzato la prontezza all'innovazione di ciascuna impresa. A seguito, ogni partecipante riceverà un report dettagliato e potrà usufruire di una consulenza online individuale per interpretare al meglio i risultati e definire il proprio percorso strategico.

UN'OPPORTUNITÀ PER FARE IL SALTO

Partecipare all'Accademia Pratica dell'Innovazione significa entrare in un ecosistema dinamico, fatto di esperti, tutor, advisor, early adopters e investitori, con l'obiettivo di trasformare idee in soluzioni concrete, scalabili e competitive.

taminare le seconde e viceversa. Stessi laboratori, stessa mentalità orientata alla crescita dell'impresa attraverso cicli di progettazione e sperimentazione continua. Le imprese lavorando sulla propria impresa hanno fatto pratica sulla sperimentazione di nuove idee di prodotto per valutare il ritorno degli investimenti, hanno progettato nuove traiettorie di crescita facendo anticipazione strategica e sperimentato nuove configurazioni del modello di business per aumentare la scalabilità d'impresa e la resilienza agli shock dei dazi. L'uso dell'AI generativa nei laboratori è passata dal 30% della scorsa edizione al 55%. È uno strumento che le imprese di qualunque dimensione devono sapere



Partecipare all'API significa entrare in un ecosistema dinamico, fatto di esperti, tutor, advisor e investitori

usare per restare competitive. Nell'edizione di quest'anno le attività di pratica con l'AI generativa rispetto alle attività manuali sono aumentate dal 30% al 55%, con lo scopo di aiutare i partecipanti ad essere più veloci nei processi di ideazione e progettazione, sfidare le proprie ipotesi in un ambiente sicuro e ridurre i rischi di impresa”.

UN LABORATORIO REALE, NON SOLO TEORICO

L'aspetto distintivo è proprio nel nome: “pratica”. Ogni modulo proposto dall'Accademia è concepito con un taglio operativo. Niente teoria astratta, ma casi studio reali, laboratori, testimonianze aziendali, simulazioni progettuali e focus su bandi e incentivi. Questa la sua caratteristi-

Quello che manca spesso alle imprese non sono solo le risorse, ma le competenze per attivare i processi di trasformazione. L'Accademia nasce proprio per colmare questo gap e lo fa con un linguaggio accessibile, strumenti concreti e supporto personalizzato. L'API è una palestra per allenarsi a innovare, con metodo, con strumenti, e soprattutto con un impatto tangibile sul proprio business. Non un corso, quindi, ma un percorso. Una piattaforma operativa di formazione attiva e applicata. Uno spazio di crescita concreta per avvicinare le aziende del territorio alle tecnologie emergenti, ai modelli organizzativi più avanzati e ai nuovi paradigmi della sostenibilità, della digitalizzazione e del trasferimento tecnologico. ■



Challenge 2025, verso la premiazione

Tutto pronto per la premiazione dell'edizione 2025 della challenge riservata agli studenti della scuola secondaria di secondo grado della Regione Umbria (III e IV classi) con l'obiettivo di sperimentare, motivare e sviluppare la capacità di innovazione e di pensiero critico delle giovani generazioni, per promuovere lo sviluppo di una mentalità imprenditoriale. Promossa dall'assessorato allo Sviluppo

economico della Regione Umbria e Sviluppo Umbria, in collaborazione con GSA (Società di servizi e comunicazione del gruppo GESENU) e l'Accademia Pratica dell'Innovazione della Regione Umbria, con il supporto di JA Italia (Junior Achievement - organizzazione non profit dedicata all'educazione economico imprenditoriale dei giovani), ha ricevuto il patrocinio dell'Usr - Ufficio scolastico regionale per l'Umbria.

GLI OBIETTIVI

La challenge mira ad individuare soluzioni capaci di introdurre innovazione nel sistema economico attuale, avendo come filo conduttore sia la possibilità di creare innovazione attraverso un'azione attiva di scoperta di conoscenze e abilità a vari livelli, sia la capacità di produrre sviluppo e competitività per imprese e territori dell'Umbria.

eventi

L'opportunità offerta alle scuole permetterà, quindi, di far emergere le migliori idee ed i migliori talenti delle giovani generazioni che avranno la possibilità di essere assistiti, formati e supportati dai partner della challenge a partire da Sviluppumbria. La challenge consiste nella presentazione di business idea focalizzate sul macrotema dell'innovazione lungo le traiettorie delle grandi transizioni digitale e ecologica.

LA FORMAZIONE STEP BY STEP

I partecipanti sono stati accompagnati dai partner della challenge attraverso webinar ed incontri formativi in loco focalizzati ad approfondire i vari temi relativi al processo di innovazione. **Sviluppumbria** ha accompagnato le classi nella definizione di strategie di impresa sostenibili utilizzando la metodologia del Lean Business Model Canvas, **GSA** ha fornito un supporto per la definizione di una strategia di comuni-

cazione aziendale.

La challenge, inoltre, ha permesso agli studenti di avere il supporto dell'Accademia Pratica dell'Innovazione che ha fornito competenze di altissimo livello su strategie e modalità di affrontare e gestire processi di innovazione reali. Infine, grazie all'esperienza di JA Italia sull'educazione all'imprenditorialità, nelle scuole sono state strutturate attività ad hoc per gli studenti e si è reso possibile l'accesso ad un network nazionale di scuole che svolgono attività di disseminazione nell'ambito dell'imprenditoria giovanile.

LA PREMIAZIONE DELLE PROPOSTE

Le migliori proposte selezionate accederanno all'evento finale della challenge che si terrà a Terni, il 4 giugno. I team di progetto si sfideranno presentando un elevator pitch che verrà valutato da una giuria di esperti che decreterà i vincitori. ■

turismo

innovazione

startup

territorio

I Contest

La Challenge mira ad individuare soluzioni capaci di introdurre innovazione nel sistema economico attuale, attraverso un processo di scoperta imprenditoriale che renda tali soluzioni fruibili per il mercato. Questa nuova edizione avrà infatti come filo conduttore sia la possibilità di creare innovazione attraverso un'azione attiva di scoperta di conoscenze e abilità a vari livelli che la capacità di produrre sviluppo e competitività per imprese e territori dell'Umbria.

L'opportunità offerta alle scuole permetterà quindi di far emergere le migliori idee ed i migliori talenti delle giovani generazioni che avranno la possibilità di essere assistiti, formati e supportati dai partner della Challenge a partire da Sviluppumbria all'interno del Programma di SCOPERTA IMPRENDITORIALE previsto dal PR FESR 2021-2027 Regione Umbria, in linea con il forte mandato attribuito all'agenzia dell'Assessorato allo Sviluppo Economico di contribuire a rafforzare la cultura imprenditoriale e innovativa del territorio.

IDEE VINCENTI PER NUOVE STARTUP

Generare nuove idee che possono riguardare la creazione o il miglioramento di prodotti, servizi o processi. In particolare:

- Il prodotto/servizio dovrà soddisfare in modo nuovo bisogni esistenti o crearne di nuovi.
- Il prodotto/servizio dovrà assicurare il miglioramento o il diverso utilizzo di prodotti già esistenti.

Ogni classe partecipante dovrà elaborare la propria startup innovativa tramite un modello *Lean Canvas* e formulare una presentazione con strumenti multimediali.



PR - FESR 2021-2027

Priorità 1 – OS 1.3 - Azione 1.3.2

Azione 1.3.2 – Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI

AVVISO PUBBLICO PER LA PRESENTAZIONE DI PROGETTI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE PMI**MEDIANTE LA PARTECIPAZIONE A FIERE INTERNAZIONALI 2025**

che si svolgono dal 01/04/2025 al 31/03/2026

Sviluppumbria S.p.a., in attuazione delle disposizioni contenute nell'Asse I OS 1.3 del PR FESR 2021-2027, Azione 1.3.2. "Sostegno all'internazionalizzazione delle PMI", ai sensi della DGR 231 del 19/03/2025, in qualità di Organismo Intermedio, con il presente Avviso intende favorire la partecipazione a fiere internazionali, delle micro, piccole e medie imprese (MPMI) localizzate sul territorio regionale, che si presentano in forma singola o aggregata sui mercati internazionali, con l'obiettivo di rafforzare la competitività, favorire l'internazionalizzazione e la promozione dell'export.

In particolare, il presente Avviso consente la concessione di agevolazioni sotto forma di contributi a fondo perduto, ai sensi del Regolamento CE 2023/2831 del 13 dicembre 2023 della Commissione relativo all'applicazione degli artt. 87 e 88 del Trattato agli aiuti d'importanza minore "de minimis", sostenendo i beneficiari che presentano un progetto di internazionalizzazione.

Possono presentare domanda di sostegno le micro, piccole e medie imprese, di seguito "MPMI", così come definite dall'Allegato I del Regolamento (UE) n. 651/2014 del 17 giugno 2014, compresi i consorzi, le società consortili, le società cooperative, e i contratti di rete dotati di soggettività giuridica, di seguito contratti di "rete soggetto", costituiti ai sensi dell'articolo 3, commi 4-ter e 4-quater, del decreto legge 10 febbraio 2009, n. 5 e s.m.i. (convertito nella legge 9 aprile 2009, n. 33 e s.m.i.), esportatrici e non esportatrici che, al momento della presentazione della domanda, siano in possesso dei requisiti di cui all'Art. 2 dell'Avviso.

I beneficiari, per poter usufruire dei contributi previsti dal presente Avviso, potranno partecipare alle seguenti tipologie di iniziative fieristiche:

- fiere internazionali in modalità tradizionale (in presenza) e digitale in Italia;
- fiere internazionali in modalità tradizionale (in presenza) e digitale in Europa e Extra-UE.

Il carattere internazionale dell'evento dovrà essere dimostrato dall'impresa richiedente in sede di domanda allegando dichiarazione dell'ente organizzatore che la manifestazione ha carattere internazionale sulla base del numero dei visitatori esteri o, in caso di assenza di tale informazione, calcolando il numero degli espositori o visitatori esteri che dovrà essere pari ad almeno il 15% del totale rispettivamente dei visitatori o degli espositori. In mancanza alla dichiarazione dell'ente organizzatore potrà essere allegata documentazione derivante dal sito ufficiale della manifestazione. Per le fiere internazionali (certificate e non) inserite nell'elenco del calendario approvato dalla Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome al seguente indirizzo <https://www.regioni.it/home/calendario-manifestazioni-fieristiche-2662/> non è necessario fornire alcuna dichiarazione da parte dell'ente organizzatore.

Le spese per la partecipazione alle fiere sono ammissibili solo se il beneficiario partecipa direttamente come espositore, intestatario dell'affitto dell'area espositiva (non sono ammesse le spese per partecipazioni indirette tramite la rappresentanza di distributori, importatori, agenti o imprese del gruppo). Non sono inoltre ammesse le spese per la partecipazione alle fiere se fatturate da agenti, distributori o importatori del beneficiario o da imprese appartenenti al gruppo.

Sono ammesse le spese di adesione e partecipazione a fiere in forma collettiva, nei casi in cui l'organizzatore della collettiva abbia anticipato le spese e successivamente fatturato pro-quota ai singoli partecipanti.

Per le fiere tradizionali il vincolo obbligatorio è quello di acquisizione di uno spazio espositivo minimo di 8 mq per ciascuna azienda beneficiaria. Le spese Ammissibili per la rendicontazione a costi reali delle fiere tradizionali sono:

- Affitto area espositiva;
- Quote di iscrizione, quote per servizi assicurativi e altri oneri obbligatori previsti dalla manifestazione;
- Allestimento stand;
- Allacciamenti (energia elettrica, acqua, internet, ecc.) e pulizia stand;
- Iscrizione al catalogo della manifestazione;
- Hostess e interpreti impiegati allo stand;
- Brochure e materiali promozionali, anche in forma digitale (massimo il 20% della spesa totale ammissibile);

- Costi di trasporto dei prodotti da esporre in fiera.
- COSTI GENERALI per la definizione e gestione del progetto. Tale spesa è riconosciuta ai sensi dell'art. 54, comma 1) lettera a) del Regolamento (UE) 1060/2021, al tasso forfettario del 7% della somma delle voci di spesa (a+b+c+d+e+f+g+h) indicate nell'Avviso. Pertanto in fase di rendicontazione delle spese, il beneficiario del contributo è esonerato, per questa voce di spesa, dal presentare la relativa documentazione contabile. sul Supplemento ordinario al «Bollettino Ufficiale» - Serie Avvisi e Concorsi - n. 38 del 27 agosto 2024.

	FIERA INTERNAZIONALE IN ITALIA (Spesa max Ammissibile)	FIERA INTERNAZIONALE ALL'ESTERO (Spesa max Ammissibile)
Spesa massima mmissibile per ogni fiera internazionale (da un min di 8 a un max di 20 mq di stand singolo)	Euro 20.000,00	Euro 25.000,00
Spesa massima mmissibile per ogni fiera internazionale (oltre i 20 mq di stand singolo)	Euro 25.000,00	Euro 30.000,00

Per le fiere internazionali tradizionali la Spesa massima ammissibile è:

Il contributo riconosciuto per ciascuna fiera tradizionale ammessa è calcolato in misura % sulla spesa ammessa in funzione delle caratteristiche dell'impresa richiedente.

I beneficiari possono compilare la domanda di contributo **a partire dalle ore 10.00 del 05/05/2025 fino alle ore 17.00 del 30/09/2025** salvo esaurimento delle risorse stanziate di cui all'art. 2 del presente Avviso.

Le domande di contributo a valere sul presente avviso (di seguito Domanda/Domande) possono essere **presentate e trasmesse**

esclusivamente tramite sportello online <https://bandi.sviluppumbria.it>, accedendo alla pagina dedicata all'avviso e con le modalità indicate all'art. 9 dell'avviso pubblico.

Il presente avviso è pubblicato sul Supplemento ordinario al Bollettino Ufficiale della Regione Umbria - Serie Avvisi e Concorsi - n. 16 del 15/04/2025

sul Supplemento ordinario al «Bollettino Ufficiale» - Serie Avvisi e Concorsi - n. 38 del 27 agosto 2024.

Per info e contatti:

Sviluppumbria S.p.A.

Società Regionale per lo Sviluppo Economico dell'Umbria

Telefono: 075 56811

Email: info@sviluppumbria.it

Email certificata: sviluppumbria@legalmail.it

Orari di apertura

lunedì - giovedì: 8.30 - 13.30, 14.30 - 17.30

venerdì: 8.30 - 13.30



SVILUPPUMBRIA

Sede di PERUGIA
Via Don Bosco, 11
info@sviluppumbria.it
Tel. 075 56811

Sede di TERNI
Strada delle Campore, 13
info@sviluppumbria.it
Tel. 0744 80601

Sede di FOLIGNO
Via Andrea Vici, 28
info@sviluppumbria.it
Tel. 0742 32681