

# Economia

## Imprese & lavoro

Innovazione

# Le imprese vanno a scuola di digitale al Cim di Torino



DIEGO LONGHIN

Chiusa la fase di avvio, il Competence Industry Manufacturing 4.0 punta a costruire il polo della mobilità sostenibile dando un accesso privilegiato alle Pmi. Il ceo Pisino: "Diamo un supporto a chi oggi è più in difficoltà sul fronte della transizione ecologica e tecnologica"

Un grande scaffale da cui prendere le migliori soluzioni tecnologiche per risolvere i problemi e rendere sempre più innovativa la piccola e media industria italiana. E poi ci sono i servizi, anche questi ad alto contenuto tech, e la formazione, in una prospettiva digitale: un'attività di academy orientata verso chi si occupa di gestire i processi nelle imprese, dai manager ai tecnici. A tre anni dall'inizio dell'attività il Cim4.0, acronimo di Competence Industry Manufacturing 4.0, che ha sede a Torino, «ha raggiunto il cento per cento degli obiettivi, nonostante gli ultimi due anni complessi e difficili da affrontare», sottolinea il ceo Enrico Pisino, una carriera prima in Fiat e poi in Fca occupandosi di ricerca, sviluppo e innovazione. Dal 2019 guida il centro che fonda le proprie radici nei comparti automotive e aerospazio: 3 mila metri quadri su ex aree dello stabilimento di

Mirafiori, dove sono sorte anche due linee pilota che rappresentano il core business del Cim. La prima è quella per la manifattura additiva metallica, «dove abbiamo a disposizione il meglio delle macchine per la stampa 3D a letto di polvere e a deposizione diretta di materiale», sottolinea Pisino. Ha in mano uno skateboard rosso. «Vede, questo lo facciamo noi», dice. Si tratta di un prodotto che esce dalla seconda linea sperimentale, quella dedicata alla fabbrica digitale, tra robot collaborativi che si occupano di gestire i pezzi, reti 5G, sistemi di visione basati su intelligenza artificiale, tecnologie per la manutenzione predittiva, altra frontiera indagata a Torino, e trasporto a guida automatica.

Il Cim4.0 è uno degli otto competence center nazionali voluti dal ministero dello Sviluppo Economico all'interno del piano transizione 4.0 per rafforzare il trasferimento tecnologico. Il Centro è uno de-

### In numeri

TUTTE LE CIFRE DEL CIM  
IL CENTRO HA 3.000 MQ DI SPAZI NELLE AREE EX MIRAFIORI

<b>+ CIM4.0</b>	<b>24</b> PARTNER FONDATORI	<b>15</b> MLD € INVESTIMENTO	<b>2</b> LINEE PILOTA
<b>FORMAZIONE</b>	<b>SERVIZI PER LE IMPRESE</b>	<b>FINANZIAMENTO ALLE IMPRESE</b>	
<b>Learning hub</b> +80 CORSI +5.000 IMPIEGATI	<b>450</b> AZIENDE INCONTRATE	<b>3,4</b> MLD € CO-FINANZIAMENTO	
<b>Academy</b> +50 MANAGER IN 2 EDIZIONI +7 PROJECT WORKS	<b>83</b> CONTRATTI DI CUI 58 PMI +3.000 m <sup>2</sup> SPAZI	<b>33</b> PROGETTI <b>55</b> IMPRESE	



Enrico Pisino  
Ceo di Cim4.0

gli asset del Polo d'Innovazione per l'automotive e la mobilità sostenibile, struttura appena avviata. Una nuova sfida. In questi tre anni il Cim è stato un luogo dove 450 aziende, la maggior parte medio-piccole, «hanno trovato rispo-

ste rispetto alle loro necessità di innovazione - sottolinea Pisino - siamo riusciti a mettere a disposizione del tessuto imprenditoriale nazionale le migliori tecnologie, facendo scouting, confrontandoci con i partner fondatori e indivi-

Il Cim4.0 produce robot collaborativi, il Cim è uno degli otto competence center nazionali voluti dal ministero dello Sviluppo Economico

## La finanza agevolata per un futuro coi baffi.



ATTENZIONE!

Baffi ad alto contenuto evolutivo. Se ti spuntano, vuol dire che sei avanti.



Evolverti è un'impresa semplice.



**innova**  
finance  
main sponsor

**MECSPE**  
MECCANISMO PER L'INNOVAZIONE

Ti aspettiamo alla **Piazza della finanza agevolata**, per ritirare il tuo voucher e usufruire dei nostri servizi a un prezzo speciale!

**BolognaFiere, 9/11 GIUGNO 2022**  
ventesima edizione



Mauro Giacobbe

# “Ecco Neulabs, l'aggregatore”

IRENE MARIA SCALISE

Parla il ceo: “Siamo una start up fatta da giovanissimi che mette insieme e lancia brand digitali. Puntiamo a 20 acquisizioni nel 2022 con un target preciso tra integratori, prodotti vegani, per le mamme e per animali”

L'idea che mancava si chiama Neulabs. È la prima piattaforma italiana che acquista, crea e sviluppa brand direct to consumer. Si tratta di un aggregatore di “brand consumer” digitali. Manco a dirlo è una struttura giovane, i dipendenti hanno quasi tutti meno di 30 anni, con sede fisica a Milano ma con gli occhi puntati sul mercato internazionale. La piattaforma, che ha una dotazione iniziale di circa 20 milioni di euro, punta a portare a casa 20 acquisizioni entro la fine dell'anno. A raccontarla ci pensa il fondatore e ceo Mauro Giacobbe, una lunga esperienza nel settore internet.

**Di cosa parliamo quando diciamo Neulabs?**  
«L'idea è di scoprire e poi acquisire progetti imprenditoriali interessanti, principalmente brand digitali e direct to consumer, e usare capitali e competenze per aiutare la loro crescita».

**In che modo?**

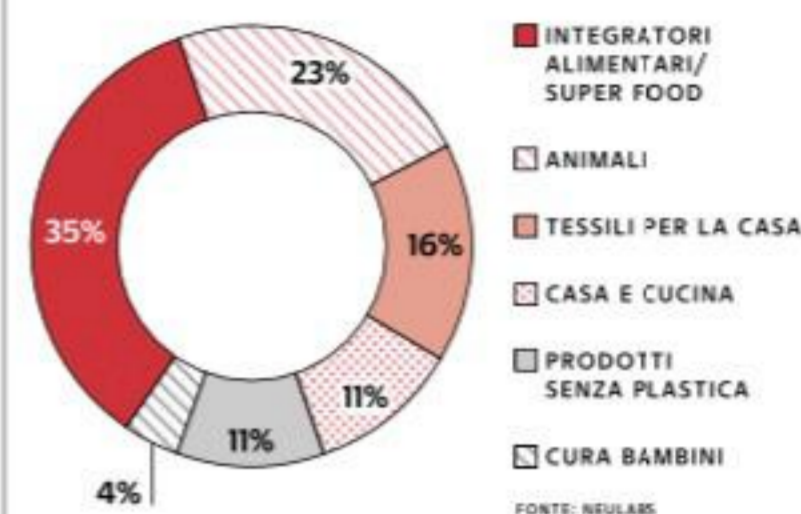
«In pratica agiamo attraverso lo sviluppo di canali di vendita aggiuntivi, per un approccio multicanale, per l'incremento di investimenti di marketing, l'espansione della gamma prodotti e per aiutarli a diventare internazionali. Naturalmente è fondamentale capire dove espandere i canali distributivi in base ai luoghi geografici in cui si vende».

**Qual è la vostra modalità di lavoro?**

«In alcuni casi ci sono prodotti che già esistono sul mercato, e sono distribuiti on line su Amazon o altri marketplace, e allora noi li integriamo con la nostra tecnologia, mentre in altri creiamo il business da zero offrendo a chi vuole partire una profonda conoscenza del mercato e andando ad avviare progetti lì dove si rilevano margini alti e forti interessi da parte dei consumatori. In quest'ultimo è una start up nella start up».

**Ci può fare degli esempi sul**

I numeri

I BUSINESS DI NEULABS  
PER CATEGORIE MERCEOLOGICHE

Mauro Giacobbe,  
Ceo e founder  
di Neulabs

**campo?**

«Abbiamo acquistato un brand di cibo vegano e crudista che ha dato risultati ottimi ma altre volte ci siamo trovati di fronte a ottimi prodotti non aiutati da un pessimo marketing e allora dobbiamo lavorare su quest'aspetto per incrementare le vendite».

**In quali settori vi state concentrando?**

«Per scelta operiamo solo su alcune categorie come il cibo vegan, gli integratori alimentari e super food, tutto il mondo degli animali, il baby care pensando al target delle neo mamme, i prodotti per la casa e la cucina e comunque gli articoli che hanno un basso impatto ambientale».

**Una scelta precisa**

«Sì, in questo modo all'interno delle categorie merceologiche che conosciamo meglio possiamo usare le nostre competenze per aiutare la loro crescita».

**Quanti lavorano per voi?**

«Attualmente abbiamo una squadra di 50 persone ma è previsto un ambizioso piano di espansione e assunzioni per il 2022. Degli attuali il 30% sono tecnologici, il 30% specializzati in on line marketing e il 10% un team interno che contatta gli imprenditori e il residuo fatto di brand manager e responsabili della crescita. L'età media è 27 anni».

**I vostri mercati principali?**

«Soprattutto il mercato europeo dove vivono i nostri consumatori, quindi puntiamo a un target di cliente “responsabile” tra i 30 e i 50 anni, mentre l'Italia è il principale mercato per i ricavi».

**Obiettivi per il 2020?**

«Vorremmo arrivare a 20 acquisizioni e portare i ricavi a 40 milioni di euro, noi siamo a regime da 3 mesi e già abbiamo fatto 6 acquisizioni e ricavi per 8 milioni di euro».

**Quale per voi è un prodotto “consumabile”?**

«Quelli che sono affidabili e ricorrono a noi più spesso»

**In che modo scegliete un brand da acquistare?**

«Teniamo conto della complessità operativa del ciclo produttivo e distributivo del prodotto, della sua replicabilità e delle potenzialità di scalabilità (ad esempio, non abbiamo un grande interesse nei confronti del made in China per le attuali difficoltà della logistica). Il cuore dell'azienda è proprio il nostro dipartimento M&A, che fa leva su data analysis e intelligenza artificiale per capire quali sono le opportunità di acquisizione più interessanti».

MERZ AESTHETICS®

La medicina della bellezza.



Che cos'è per te la bellezza?

Merz Aesthetics ricerca nuove tecnologie e concorre alla formazione dei medici estetici per offrirti trattamenti anti aging sicuri, in grado di migliorare la qualità della tua pelle e di rispondere al tuo desiderio di naturalezza.



merzaesthetics.it