

AlpBioEco

Linee Guida d'implementazione regionale

Lombardia – BM: **Ciuccio alle Erbe**



INDICE

INTRODUZIONE.....	3
METODOLOGIA	3
DESCRIZIONE DEL BUSINESS MODEL: CIUCCIO ALLE ERBE.....	5
OPPORTUNITÀ DI MARKETING E BUSINESS	5
INFORMAZIONI AGGIUNTIVE E CONTATTI.....	6
STATUS QUO	7
STRATEGIE BIOECONOMICHE.....	7
MATERIE PRIME.....	8
ANALISI DI MERCATO E COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI	9
RICERCA E SVILUPPO	10
ASSETTO GIURIDICO	10
POSSIBILITÀ DI FINANZIAMENTO	11
TABELLA RIASSUNTIVA	13
LINEE GUIDA PER STAKEHOLDERS	14
POTENZIALITÀ DELLA REGIONE.....	14
RACCOMANDAZIONI PER GLI STAKEHOLDERS SULL'IMPLEMENTAZIONE DI BM INNOVATIVI	15
REALIZZAZIONE DEL BM CIUCCIO ALLE ERBE NELLA REGIONE LOMBARDIA.....	17
LINEE GUIDA PER PICCOLE E MEDIE IMPRESE.....	18
PARTENZA	20

INTRODUZIONE

Gli ecosistemi delle Alpi sono esposti a problemi ambientali causati dalle attività economiche e dal cambiamento climatico. Inoltre, le aziende agricole e i produttori dello spazio alpino devono affrontare una forte concorrenza sul mercato globale. Esiste un enorme potenziale per la crescita ecologica e la creazione di posti di lavoro grazie allo sviluppo di una bioeconomia sostenibile. L'uso innovativo e il valore delle risorse locali rafforza l'attività regionale, tuttavia il potenziale bioeconomico non viene ancora sfruttato appieno. Un problema risiede nel fatto che molte catene di approvvigionamento nelle Alpi europee non sono sufficientemente interconnesse. Molti rifiuti e sottoprodotti vengono semplicemente smaltiti o compostati invece di essere riutilizzati per sviluppare nuovi prodotti nella logica del Recycling Management.

Inoltre, mancano politiche e strategie coerenti per supportare supply chains biologiche. Ed è proprio qui che entra in gioco AlpBioEco: il progetto promuove uno sviluppo territoriale del settore agricolo, in particolare delle piccole e medie imprese, utilizzando metodi innovativi per rafforzare l'economia e la cooperazione nello spazio alpino.

L'obiettivo generale di AlpBioEco è quello di promuovere un'economia sostenibile e competitiva nell'arco alpino. Il team progettuale si concentra sulle catene di approvvigionamento di alimenti ed estratti vegetali a base biologica, in particolare sulle catene del valore di noci, mele ed erbe, che sono state analizzate per identificarne le potenzialità. AlpBioEco utilizza "concetti di open innovation" per sviluppare modelli di business adeguati per diverse regioni.

Le linee guida descritte nel presente documento si prefiggono di accelerare l'implementazione di questi modelli di business e lo sviluppo della bioeconomia nella regione Lombardia. La guida fornisce chiare raccomandazioni per i decision makers e gli stakeholders di politica, economia ed educazione, come le camere di commercio, le università e le istituzioni. In aggiunta, le informazioni contenute si rivelano utili anche per tutti quei produttori e imprese che sono alla ricerca di nicchie di mercato e di nuove idee di business. In particolare, nelle sezioni seguenti si trovano indicazioni sui passi da compiere per implementare idee di business ecoinnovative, così come sulle possibilità di finanziamento a livello regionale.

METODOLOGIA

Al fine di redigere delle linee guida applicabili ad ogni regione coinvolta nel progetto AlpBioEco sono stati creati dei Regional Advisory Boards (RAB), ognuno dei quali è composto da esperti di diversi settori (politica, economia, sviluppo regionale, agricoltura, produzione alimentare, supply chain, associazioni di categoria). Gli esperti hanno messo a disposizione la loro esperienza e hanno contribuito congiuntamente alla validazione di un modello di business sviluppato all'interno del progetto AlpBioEco e implementato precedentemente sul territorio. Scopo del RAB è quello di favorire la cooperazione tra tutti gli attori rilevanti di una regione al fine di creare e promuovere nuove catene di approvvigionamento e nuove opportunità nell'ambito dell'economia circolare.

Per prima cosa è stata svolta un'analisi dello status quo di ogni regione per quanto riguarda le opportunità offerte a PMI interessate ad implementare idee di business innovative e sostenibili. L'analisi è stata condotta per mezzo di workshop sotto la supervisione di un partner del progetto AlpBioEco (nel caso della Lombardia, ITKAM – Camera di Commercio Italiana per la Germania). Il secondo passo è stato quello di sviluppare una visione comune per formulare raccomandazioni rivolte ai policy makers. Questo è stato il focus di un secondo workshop condotto con l'aiuto di tecniche creative come ad esempio Lego Serious Play®, Mural Tool o PESTEL. A causa dell'attuale situazione pandemica (Covid-19), alcune attività si sono svolte online o in forma ibrida.

**Regional Advisory Board
(RAB)**

2 Workshops

**Regional
Guidelines**



Workshop 1:
current situation,
regions & business
model



Creative
Workshop:
Development of
regional guidelines



Work steps performed when developing regional guides

Per ogni RAB è stato nominato un presidente, il quale si è fatto portavoce delle raccomandazioni elaborate. Durante un transfer meeting transnazionale sono state presentate le guide regionali, che saranno la base per la redazione di linee guida transnazionali e transregionali. Le regioni coinvolte nel progetto AlpBioEco, forti della loro esperienza, possono fungere da role models per altre regioni desiderose di migliorare le condizioni per l'innovazione sostenibile nel loro territorio

**Presidenti dei
RAB**

**Transregional
Advisory
Board**

1 Workshop

**Linee guida
transnazionali
e
transregionali**



Transfer
Meeting



Step per lo sviluppo delle linee guida transregionali e transnazionali

Riepilogo Membri RAB Regione Lombardia

Ruolo	Nome	Business/ Organizzazione	Settore	Network
Presidente	Marika Mazzi Boem	X23 srl	SME	internazionale
Membro RAB	Ludovico Monforte	Unioncamere Lombardia	Politica	internazionale
Membro RAB	Alessandro Creazza	University LIUC	Università	regionale/nazionale/internazionale
Membro RAB	Barbara Conte	Camera di Commercio di Varese – responsabile per l'ambiente e la sostenibilità	Camera di Commercio	regionale
Membro RAB	Sonia Barani	ITKAM	AlpBioEco Partner di progetto	internazionale



DESCRIZIONE DEL BUSINESS MODEL: CIUCCIO ALLE ERBE

L'implementazione di questo modello di business riguarda la produzione di un ciuccio a base di erbe in gomma ecologica. Il ciuccio contiene un dispenser con fluidi vegetali alpini e può essere utilizzato per trattare i disturbi più comuni della prima infanzia (mal di denti, coliche, insonnia, dermatiti, ecc.). Il ciuccio alle erbe può essere suddiviso in due diversi prodotti, che possono essere acquistati insieme o separatamente: un ciuccio realizzato con materiali organici ed ecosostenibili e le capsule contenenti i fluidi a base di erbe. Una volta terminata la terapia, i recipienti possono essere restituiti al punto vendita attraverso un sistema di vuoto a rendere ispirato al sistema "Pfand" - dei paesi di lingua tedesca.



Durante la fase di validazione e implementazione, abbiamo collaborato con un imprenditore altoatesino, esperto della filiera delle erbe alpine, interessato allo sviluppo di prodotti innovativi per favorire le economie locali di piccola scala. Poiché il ciuccio alle erbe può essere potenzialmente utilizzato per trattare una varietà di disturbi, per prima cosa abbiamo dovuto selezionare un health claim su cui concentrarci per il progetto pilota. Al fine di valutare l'interesse del gruppo target per il prodotto e di scoprire quali sono i disturbi della prima infanzia più difficili da trattare, ITKAM ha effettuato un'analisi di mercato coinvolgendo genitori ed esperti della prima infanzia: pediatri, ostetriche e farmacisti.

OPPORTUNITÀ DI MARKETING E BUSINESS

Il ciuccio alle erbe può essere utilizzato per trattare una varietà di disturbi della prima infanzia, tra cui insonnia, mal di denti, coliche, tosse, ecc. I potenziali clienti sono i genitori che acquistano il prodotto per i loro bambini. In particolare, il consumatore tipo è un genitore di reddito medio-alto, attento all'ambiente e abituato all'acquisto di prodotti biologici e ecologici. Anche i pediatri e le ostetriche svolgono un ruolo importante, poiché spesso consigliano ai genitori i prodotti da acquistare per la prima infanzia. Il ciuccio alle erbe è un prodotto totalmente innovativo: se tradizionalmente i ciucci sono un dispositivo di comfort per i bambini, in questo caso viene utilizzato per trattare il dolore in modo del tutto naturale utilizzando le erbe come materia prima. Questo prodotto è replicabile a livello regionale e consente di promuovere economie su piccola scala: per i ciucci venduti in Alto Adige si possono utilizzare erbe alpine, per i ciucci venduti in Francia, erbe provenzali e analogamente per altre regioni. Il ciuccio alle erbe può essere venduto come prodotto botanico in negozi e supermercati biologici, farmacie ed erboristerie, sia online che offline.

INFORMAZIONI AGGIUNTIVE E CONTATTI

Ulteriori informazioni sul business model sono presenti al seguente link → <https://www.alpine-space.eu/projects/alpbioeco/en/activities-results/innovative-business-models/herbal-pacifier>

Per maggiori informazioni sul modello di business del ciuccio alle erbe o sulle nostre attività di ricerca correlate, è possibile contattare il seguente partner del progetto AlpBioEco:

Camera di Commercio Italiana per la Germania, ITKAM, Sonia Barani sbarani@itkam.org | <https://www.itkam.org>

STATUS QUO

STRATEGIE BIOECONOMICHE

Strategie bioeconomiche europee a confronto

Nell'ambito della loro tesi di laurea magistrale, quattro studenti dell'Università di Hohenheim in Germania hanno analizzato e confrontato alcune strategie bioeconomiche nazionali (Francia, Austria, Germania, Slovenia e Italia). Una panoramica comparativa delle strategie può servire come base per lo sviluppo di migliorie alle strategie esistenti, per facilitare il processo di innovazione e implementazione di modelli di business sostenibili e per promuovere la cooperazione interregionale e interdisciplinare nello spazio alpino.

Il gruppo di lavoro ha preso atto del fatto che l'elaborazione di strategie bioeconomiche si trova a diversi stadi di sviluppo nei diversi paesi. È stato inoltre osservato che le strategie già in atto si differenziano sensibilmente l'una dall'altra, essendo fortemente influenzate dal contesto in cui sono state elaborate. Ad esempio, la Germania si concentra particolarmente sull'industrializzazione della bioeconomia, mentre in Francia la strategia è focalizzata sulle politiche agricole.

Strategia bioeconomica italiana

L'Italia ha definito una strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile nel 2017, in linea con l'intenzione dell'Unione Europea di raggiungere gli obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals) entro il 2030.

La strategia nazionale dell'Italia si articola in 5 macro-aree: rigenerazione sostenibile dei territori, mobilità sostenibile e coesione territoriale, transizione energetica, qualità della vita, economia circolare. Queste macro-aree mettono al centro l'essere umano e mirano alla promozione di stili di vita sani ed equilibrati, alla creazione di condizioni di vita eque, alla promozione della formazione continua.

(<https://www.agenziacoesione.gov.it/comunicazione/agenda-2030-per-lo-sviluppo-sostenibile>)

Come evidenziato dallo studio comparativo condotto dagli studenti di Hohenheim e disponibile per il download sul sito di AlpBioEco, la strategia di sostenibilità italiana individua nel riutilizzo dei bio-residui un tema di primaria importanza. Priorità italiana è l'aumento del riciclaggio e del riutilizzo dei rifiuti. Allo stesso modo, l'Italia mira a ridurre lo spreco alimentare del 50% entro il 2030.

Strategia bioeconomica della regione Lombardia

A seguito dell'adozione della strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile, le regioni italiane sono chiamate a sviluppare una strategia di sviluppo sostenibile a livello regionale.

La strategia per lo sviluppo sostenibile della regione Lombardia è attualmente in fase di redazione e dovrebbe essere completata entro la fine del 2020 / inizio 2021.

In preparazione alla pubblicazione della strategia, la Regione ha adottato il Protocollo Lombardo per lo Sviluppo Sostenibile, firmato a settembre 2019 dagli stakeholder locali. La Lombardia punta a diventare la "locomotiva sostenibile" d'Italia e gli stakeholder che firmano il protocollo si impegnano a garantire la conservazione della biodiversità e a rilanciare l'economia circolare, l'energia verde e lo sviluppo della mobilità sostenibile.

(<https://www.openinnovation.regione.lombardia.it/it/lombardia-ricerca/strategia-sviluppo-sostenibile/protocollo-lombardo-per-lo-sviluppo-sostenibile>).

Inoltre, per sensibilizzare e coinvolgere il grande pubblico nello sviluppo della strategia di sviluppo sostenibile, la Lombardia ha avviato nel 2019 una consultazione pubblica. All'indagine hanno

partecipato circa 2300 cittadini che hanno collaborato alla selezione dei principali obiettivi da includere nella strategia.

Tra gli obiettivi più importanti sono stati citati:

- sostegno allo sviluppo di modelli di produzione e consumo sostenibili;
- sostegno all'agricoltura sostenibile e alla sicurezza ambientale
- sostenibilità ambientale (vivere in un ambiente non inquinato)

Inoltre, secondo i partecipanti, la strategia regionale dovrebbe concentrarsi su:

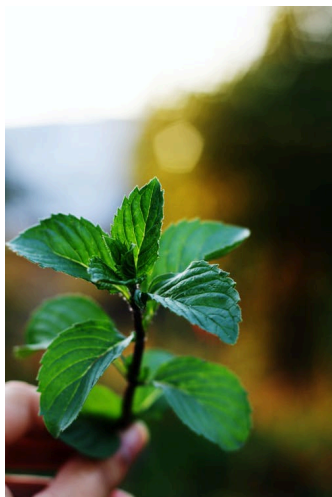
- la promozione di un equilibrio ottimale tra vita lavorativa e vita privata;
- la promozione di una cultura inclusiva, ecologica ed etica;
- lo sviluppo della mobilità sostenibile;
- il divieto di imballaggi usa e getta;
- la promozione di progetti educativi nelle scuole;
- un maggiore sostegno alle start-ups

(<https://www.svilupposostenibile.regione.lombardia.it/>)

MATERIE PRIME

La produzione di erbe alpine è un settore di nicchia e per questo poco trattato in statistica e letteratura.

Maggiori informazioni sono disponibili sulla produzione di piante officinali a livello nazionale, il cui settore, pur essendo piuttosto marginale, è caratterizzato da un forte dinamismo e da una notevole imprenditorialità. Tra le colture più praticate troviamo la menta piperita (circa 250 Ha), la lavanda (220 Ha), la camomilla (circa 200 Ha), l'origano (100 Ha), la passiflora, la melissa, il finocchio, la salvia.



Le tecniche di lavorazione più consolidate sono quelle della distillazione e dell'essiccazione. Esistono anche aziende che producono direttamente estratti.

Le regole per chi trasforma le erbe in prodotti finiti sono molto articolate e complesse, e questo ha un grande impatto sulle effettive possibilità di vendita del prodotto finito: dalle erbe è possibile produrre alimenti, cosmetici e integratori. Ogni area ha una propria normativa in termini di laboratori, autorizzazioni e controlli, non impossibili ma certamente non alla portata di tutti.

Tali erbe vengono utilizzate soprattutto per prodotti alimentari (tisane, cucina e aromi), integratori (o fitoterapici) e prodotti farmaceutici. Trovano inoltre applicazione nella cosmetica, nella chimica verde (coloranti, insetticidi, ecc.) e, in modo ancora marginale ma in costante crescita, nella nutrizione animale.

In questo mercato operano un numero limitato di società di vendita all'ingrosso, di intermediazione e di trasformazione industriale, nonché un gran numero di contoterzisti e marchi industriali. L'anello cruciale del settore è sicuramente l'acquisto di materie prime all'ingrosso, attualmente in mano a quattro-cinque aziende in Italia, tra cui alcune multinazionali, che sono in grado di influenzare fortemente il prezzo delle erbe.

Negli ultimi anni, però, il mercato si è distinto in due aree diverse, nelle quali si sono aperte nuove prospettive per i piccoli coltivatori. Da un lato persiste un mercato di materie prime industriali a prezzi bassi e grandi quantità (10-100 t / anno / prodotto), a cui possono puntare solo poche aziende con grandi estensioni ed esperienza. D'altra parte, invece, è in espansione il mercato dei prodotti di qualità, biologici, di nicchia e super nicchia, trattati in quantità modeste (100 kg - 10 t / anno /

prodotto) ma pagati fino a quattro volte il prezzo dei prodotti destinati all'industria (FIPPO - Federazione Italiana Produttori di Piante Officinali).

ANALISI DI MERCATO E COMPORTAMENTO DEI CONSUMATORI

Le erbe alpine possono essere utilizzate come materie prime per una varietà di prodotti in diversi settori: farmaceutico, cosmetico, bioedilizia, alimentare ecc. Lo sviluppo di nuovi prodotti consente di diversificare la commercializzazione delle erbe e di ottenere un margine e un fatturato più elevati per i coltivatori. Nell'ambito del progetto AlpBioEco, sono state condotte attività pilota per implementare il modello di business del ciuccio alle erbe.

Una delle maggiori incertezze riguarda la reazione del potenziale cliente ad un prodotto così innovativo. Al fine di sondare l'interesse del gruppo target - in questo caso genitori di bambini in tenera età ed esperti della prima infanzia, quali ostetriche, pediatri e farmacisti) - è stata condotta una ricerca di mercato da ITKAM, in collaborazione con la società RCM soluzioni.

Questa ricerca ha coinvolto circa 90 genitori e 20 esperti, principalmente residenti nella regione dell'Alto Adige. Le domande proposte erano rivolte a:

- indagare l'interesse del gruppo target per questo tipo di prodotto e le condizioni necessarie per il suo acquisto e utilizzo;
- identificare eventuali gap di mercato nel trattamento dei disturbi della prima infanzia.

Ai partecipanti è stato chiesto innanzitutto di identificare i disturbi della prima infanzia più problematici e difficili da trattare, assegnando a ciascuno dei disturbi proposti un punteggio da 5 a 10 (dove 5 = per niente problematico e 10 = estremamente problematico).

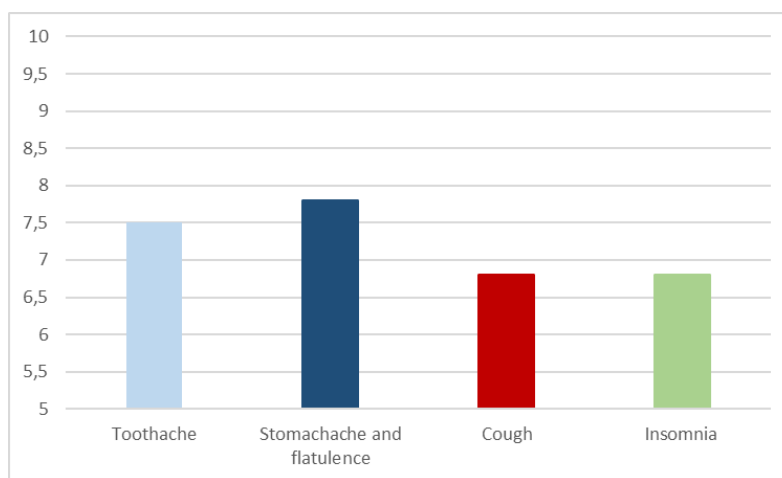


Figura 1: I disturbi della prima infanzia più difficili da trattare in base al gruppo target, su una scala da 5 a 10 (da sinistra: mal di denti, mal di pancia e flatulenza, tosse, problemi del sonno)

Uno dei motivi per cui il mal di pancia e la flatulenza sembrano essere i disturbi più difficili da trattare è la mancanza di prodotti soddisfacenti sul mercato. Ben il 43% ha affermato che i prodotti disponibili per il trattamento di questo disturbo non sono soddisfacenti. I prodotti per trattare questo disturbo sembrano essere pochi e inefficaci.

Successivamente, è stato chiesto ai genitori e agli esperti se sarebbero stati favorevoli all'uso di un ciuccio a base di erbe per il trattamento dei disturbi della prima infanzia. Il 75% dei genitori si è dichiarato fondamentalmente favorevole all'acquisto di tali prodotti. I motivi principali per acquistarlo / non acquistarlo sono riassunti nella scheda seguente.

Lo acquisterei, se...	NON lo acquisterei perchè...
... fosse efficace e non troppo costoso	... i liquidi a base di erbe non sono adatti ai bambini piccoli
... non avesse effetti collaterali	... sono contro l'uso di ciucci
... fosse stato testato adeguatamente	... i miei bambini respingono il ciuccio
... avesse un buon sapore	

Circa il 75% dei farmacisti e il 50% del personale medico intervistato erano favorevoli all'uso di un ciuccio a base di erbe.

Tuttavia, i seguenti aspetti sono cruciali per l'immissione sul mercato:

- il prodotto deve soddisfare gli appropriati standard tossicologici e di qualità;
- non deve contenere zuccheri aggiunti;
- non deve avere effetti collaterali;
- deve avere un gusto gradevole;
- il prezzo non deve essere eccessivo (si consiglia di non superare i 9 € per il ciuccio senza le capsule);
- il prodotto deve essere regionale.

I risultati complete saranno presto disponibili sul sito web del progetto.

RICERCA E SVILUPPO

I risultati della ricerca di mercato sono utili alla selezione dell'health claim per la realizzazione del prototipo. I successivi passaggi necessari sono la selezione delle erbe alpine da utilizzare, la forma nella quale verranno somministrati i fluidi a base di erbe e le dosi.

Gli esperti che hanno partecipato al workshop di validazione del modello di business, tenutosi nell'aprile 2020, ci hanno fornito interessanti informazioni sull'argomento.

Prima di tutto può essere utile consultare le schede pubblicate da [EMA \(European Medicines Agency\)](#). Queste schede informative danno indicazioni sulle applicazioni terapeutiche delle erbe, i paesi europei in cui vengono commercializzate e in quale forma, come anche sugli effetti collaterali. Le schede EMA consentono di verificare le proprietà terapeutiche già note delle famiglie di erbe coltivate, ad esempio, nella Regione Lombardia.

In secondo luogo, gli esperti consigliano di svolgere attività di benchmarking consultando i prodotti già presenti sul mercato di importanti aziende europee come [Flora](#) e [Pranarom](#). Queste aziende producono oli essenziali di ottima qualità, già chemiotipati e utilizzati a fini terapeutici (ad esempio negli sciroppi per la tosse). È possibile analizzare quali erbe e oli essenziali vengono utilizzati in questi prodotti, che sono già stati ufficialmente approvati, alcuni dei quali per prodotti per bambini.

Importante ente da consultare è anche il [CREA](#) (Consiglio per la Ricerca Agraria e l'analisi dell'Economia Agraria), che può fare luce sulla normativa vigente in materia di piante officinali nella Regione Lombardia.

ASSETTO GIURIDICO

In Italia è esistito per lungo tempo un certo vuoto giuridico riguardo alla coltivazione, lavorazione e commercializzazione delle piante officinali.

A livello italiano la normativa di riferimento risaliva al 1931. Tale legge era obsoleta e disposizioni successive, spesso frammentarie, non avevano sostanzialmente chiarito il settore nel suo complesso.

A causa del vuoto legislativo, molte erbe o preparati erboristici sono stati infatti commercializzati con diverse autorizzazioni che vanno dall'uso alimentare al medicinale. Un prodotto erboristico in

Italia può rientrare, secondo le indicazioni per l'uso, in diverse categorie: medicinale, alimento (integratore alimentare), prodotto erboristico o cosmetico. Può quindi accadere che la stessa pianta o il suo preparato siano presenti sul mercato contemporaneamente come farmaco, alimento e prodotto erboristico. (Nutricity: Rete Nutrizionale e Sanitaria Italiana).

A seguito delle richieste degli operatori del settore e di diversi progetti di legge non approvati, nel 2016 è stata adottata una legge che disciplina la coltivazione, la raccolta e la prima lavorazione delle piante officinali (Legge 28 luglio 2016, n° 154)

Nonostante ciò, gli imprenditori partecipanti ad AlpBioEco hanno lamentato la mancanza di un vero e proprio protocollo di qualità regionale per la vendita di erbe alpine come piante officinali.

POSSIBILITA' DI FINANZIAMENTO

Durante gli incontri preparatori per il Lego Serious Play Workshop, tenutosi il 22 ottobre 2020, esperti del nostro Consiglio Consultivo Regionale ci hanno aiutato a stilare un elenco di opportunità di finanziamento per gli imprenditori interessati a sviluppare modelli di business ecosostenibili.

Secondo i nostri esperti sono numerose le possibilità di finanziamento, a patto che l'idea che l'imprenditore vuole mettere in pratica sia ben strutturata e concreta, oltre che innovativa.

Le possibilità sono diverse a seconda che si tratti di una **startup** o di **un'azienda matura** che vuole sviluppare una nuova linea di business eco-innovativa.

Incubatori e Acceleratori

L'opzione principale per le startup eco-innovative è quella di rivolgersi a un incubatore, che consente all'imprenditore di entrare in un ecosistema trainante e di usufruire di fondi e possibilità di networking.

La Lombardia è la prima regione in Italia per numero di incubatori e acceleratori di startup. Secondo il sito EconomyUp ce ne sono più di 30, di cui uno (il PoliHub) figura tra i cinque migliori incubatori universitari al mondo.

Tra i principali incubatori e acceleratori, oltre al PoliHuB del Politecnico di Milano, si ricordano [B4I \(Bocconi4Innovation\)](#), [ComoNEXT - Innovation Hub](#), [Bio4Dreams](#) and [Fondazione Filarete](#).

Un'iniziativa degna di nota è quella del [C.LAB](#), sviluppata dall'Università LIUC in collaborazione con l'incubatore ComoNEXT. Il C.LAB è uno spazio fisico dove gli studenti universitari di ingegneria ed economia possono proporre idee innovative da sviluppare con il supporto di ComoNEXT. Il C.LAB si rivolge anche alle aziende del territorio, che possono fare scouting di idee innovative e offrire agli studenti la loro collaborazione per l'implementazione congiunta di nuove idee di business.

Crowdfunding, venture capital e business angels

Una possibilità per finanziare un modello di business eco-innovativo è utilizzare il crowdfunding (reward-based o equity-based).

La creazione delle campagne è semplificata dall'esistenza di numerose piattaforme che consentono all'imprenditore di raccogliere una somma (a volte anche ingente) di denaro con rischio minimo. Il crowdfunding è anche uno strumento utile per sondare l'interesse del gruppo target ed eventualmente raccogliere i primi feedback sul prodotto prima del suo effettivo lancio sul mercato.

Un'altra possibilità è quella di rivolgersi a business angels e società di venture capital.

Al fine di favorire gli investimenti in innovazione, il Governo italiano ha inserito nella legge "Decreto Rilancio" del 17 luglio 2020 un pacchetto di agevolazioni fiscali per chi investe in start up e PMI innovative. Gli investitori possono ricevere fino al 30% (società) e fino al 50% (persone fisiche) di credito d'imposta.

Tra i maggiori Business Angels Club attivi in Italia si contano [IBAN](#) (Italian Network of Business Angels), [Club degli Investitori](#), ed [Italian Angels for Growth](#)

Bandi europei, nazionali e regionali: il supporto delle camere di commercio

Sia a livello europeo che nazionale e regionale sono numerosi i bandi di gara che danno accesso a fondi per la realizzazione di prodotti eco-innovativi. Tuttavia, spesso è difficile per le aziende:

- districarsi nella giungla dei bandi per scoprire a quali hanno accesso e quali sono i più adatti a loro;
- scrivere una candidatura di successo.

La rete delle camere di commercio (sia locali che europee) offre servizi gratuiti di monitoraggio e selezione di bandi di gara nonché il supporto nella compilazione della domanda.

La sede di Bruxelles di [Unioncamere Lombardia](#) offre questo tipo di servizio in relazione ai bandi di gara europei. Inoltre, l'ufficio di Bruxelles offre anche un servizio di ricerca di partner, un'analisi di fattibilità dell'idea di business e di consulenza sul business plan. Le camere di commercio locali offrono anche un valido supporto per la partecipazione a bandi di gara regionali e nazionali.

L'ultimo bando pubblicato dalla Regione Lombardia per promuovere la transizione ecologica si è chiuso nell'aprile 2020. L'iniziativa è volta a promuovere e riqualificare l'innovazione e il riposizionamento competitivo di interi settori rispetto ai mercati in un'ottica di economia circolare attraverso il supporto a:

- Progetti che promuovano il riuso e l'utilizzo di materiali riciclati, di prodotti e sottoprodotti o residui derivanti dai cicli produttivi in alternativa alle materie prime vergini, la riduzione della produzione dei rifiuti;
- Eco-design: progetti che tengano conto dell'intero ciclo di vita del prodotto secondo la metodologia LCA (Life Cycle Assessment).

Questo invito a presentare proposte ha permesso di finanziare circa 40 progetti.

TABELLA RIASSUNTIVA

Questa tabella è stata compilata dal RAB sulla base delle loro esperienze, valutazioni e livello di conoscenza. Poiché questo comitato consultivo è composto da persone di diverse discipline con prospettive da molte direzioni, questa tabella fornirà una buona panoramica dello status quo nella regione per quanto riguarda il modello di business in oggetto.

Il termine "eccessivo / non problematico" definisce che questi aspetti non pongono nessun tipo di problema a colui che desiderasse implementare il modello di business e che le condizioni di partenza sono già ottimali.

Il termine "troppo poco / problematico" include tutte quelle aree in cui devono essere apportate modifiche affinché il BM possa essere implementato.

	eccessivo/ problematico	non sufficiente	medio	Troppo poco/ problematico
Materia prima nella regione		✓		
Produttori di materia prima nella regione		✓		
Mercato e consumatore		✓		
Prodotti concorrenti			✓	
Intermediari e commercianti		✓		
Partner interessati al progetto		✓		
Soggetti interessati all'implementazione del BM		✓		
Enti di ricerca nell'area del BM		✓		
Ricerche nazionali/Esperti nazionali su questa tematica		✓		
Ricerche internazionali/Esperti internazionali su questa tematica		✓		
Quadro giuridico				✓
Soggetti promotori dell'idea imprenditoriale (stakeholder / persone fisiche)			✓	
Possibilità di finanziamento regionale	✓			
Possibilità di finanziamento nazionale	✓			
Possibilità di finanziamento internazionale	✓			
Finanziamenti per la ricerca		✓		
Possibilità di finanziamento per l'implementazione del progetto	✓			
Maturità del mercato			✓	
Ulteriori possibilità di finanziamento	✓			

LINEE GUIDA PER STAKEHOLDERS

Per favorire l'innovazione sostenibile del territorio, è innanzitutto necessario promuovere la valorizzazione del contesto istituzionale. Gli stakeholder istituzionali svolgono un ruolo cruciale nella promozione dell'eco-innovazione nella loro regione e per questo motivo devono essere pienamente consapevoli delle reali esigenze delle PMI desiderose di trasformare il proprio modello di business nell'ottica dell'economia circolare. Queste linee guida sono rivolte a tutti gli attori, sia pubblici che privati, che hanno un ruolo nella promozione dell'innovazione nel territorio: università, centri di ricerca, istituzioni politiche, camere di commercio, università, ecc. Queste raccomandazioni sono formulate in prima istanza a sostegno dell'innovazione sostenibile nella catena del valore delle erbe, ma la loro applicazione può essere estesa anche ad altri settori.

Le linee guida sono state sviluppate con l'aiuto dei membri del nostro Regional Advisory Board durante il Lego Serious Play Workshop tenutosi in modalità virtuale nell'ottobre 2020.

POTENZIALITÀ DELLA REGIONE

La regione Lombardia ha un ecosistema molto favorevole all'innovazione, per una serie di motivi:

- Come affermato nel protocollo lombardo per lo sviluppo sostenibile, la Lombardia mira a diventare la **“locomotiva sostenibile”** d'Italia. In quest'ottica, le istituzioni regionali **promuovono attivamente il dialogo tra enti pubblici, imprese, mondo della ricerca e grande pubblico**. A novembre 2020 si è svolto online il primo Forum Regionale per lo Sviluppo Sostenibile, durante il quale la Regione Lombardia ha invitato cittadini e imprese a contribuire alla definizione del ruolo delle istituzioni nella promozione dello sviluppo sostenibile.
- La Lombardia ha un'industria manifatturiera dinamica e ricettiva all'innovazione. Nel 2020, secondo l'Ufficio Brevetti Europeo, la Lombardia è la dodicesima regione più innovativa d'Europa e la più innovativa d'Italia.
- La Lombardia promuove l'imprenditorialità, favorendo la fondazione e lo sviluppo di startup nel proprio territorio. **È infatti la prima regione in Italia per numero di startup e di incubatori**. Ci sono più di 30 incubatori nella regione, uno dei quali, il PoliHub, è tra i primi cinque migliori incubatori universitari del mondo.
- Il **sistema camerale regionale** è ben strutturato e offre servizi gratuiti per promuovere l'innovazione sostenibile. Le camere di commercio locali e Unioncamere assistono l'imprenditore lombardo nella stesura del business plan, nella ricerca di bandi regionali, nazionali ed europei e nella redazione della candidatura.
- Gli imprenditori hanno accesso a una **varietà di fonti di finanziamento**, sia pubbliche - tramite bandi di gara - che private - sotto forma di crowdfunding o equity. È frequente la pubblicazione di bandi di gara a sostegno dell'innovazione delle PMI, il cui tasso di successo è piuttosto alto.

RACCOMANDAZIONI PER GLI STAKEHOLDERS SULL'IMPLEMENTAZIONE DI BM INNOVATIVI

Sebbene la Lombardia abbia caratteristiche che la rendono un buon ambiente per facilitare l'innovazione, con l'aiuto del nostro RAB abbiamo evidenziato punti che possono essere migliorati per garantire che le PMI locali aderiscano più profondamente ai principi dell'economia circolare.

Innanzitutto i nostri esperti hanno sottolineato che per molti imprenditori, in agricoltura ma anche in altri settori, l'economia circolare resta ancora un concetto piuttosto astratto, visto più come un rischio che come un potenziale. È quindi più che mai necessario che le istituzioni promuovano e **implementino attività di sensibilizzazione** che rendano consapevoli le PMI locali degli effetti positivi della transizione ecologica sulla competitività della loro azienda. Solo se le aziende saranno convinte dei benefici e delle opportunità offerte dall'economia circolare sarà possibile dare una spinta concreta all'innovazione sostenibile.

Durante gli incontri del RAB è emerso che le opportunità di finanziamento in Lombardia sono numerose e relativamente accessibili. Molti imprenditori, tuttavia, soprattutto nel settore agricolo, hanno difficoltà a districarsi nella giungla delle opportunità di finanziamento regionali, nazionali ed europee. Trovare i bandi di gara, selezionare quelli più adatti alla propria attività e compilare i moduli di candidatura può essere molto complicato se non si hanno conoscenze specifiche. È quindi necessario **promuovere in modo più attivo il ruolo del sistema camerale come attore che consente l'accesso ai finanziamenti**, accompagnando l'imprenditore dalla selezione dei bandi fino alla presentazione della domanda.

Inoltre, come accennato nelle sezioni precedenti, la Lombardia è al primo posto in Italia per numero di incubatori. Gli incubatori giocano un ruolo fondamentale nella creazione e nello sviluppo delle startup: l'imprenditore che viene ammesso ad un programma di incubazione si trova in un ecosistema trainante, che gli fornisce know-how, strumenti, reti e opportunità. L'imprenditore a capo di una PMI che intende realizzare un nuovo prodotto eco-innovativo o trasformare il proprio modello di business non può invece sfruttare le opportunità offerte dagli incubatori. Nonostante alcune iniziative (vedi C-Lab dell'Università LIUC e ComoNEXT), manca in Lombardia **un luogo fisico e virtuale che diventi laboratorio di innovazione e aiuti gli imprenditori nella transizione ecologica**. Si consiglia quindi di creare una rete di HUB (dei quali almeno uno dedicato all'agricoltura) dove gli imprenditori dei vari settori possano scambiare idee e apprendere da altri imprenditori, università, centri di ricerca e attori istituzionali, al fine di rendere l'innovazione sostenibile nella loro attività più facile ed efficace.



Linee guida per stakeholders istituzionali

REALIZZAZIONE DEL BM CIUCCIO ALLE ERBE NELLA REGIONE LOMBARDIA

L'implementazione del modello di business del ciuccio alle erbe è interessante per il territorio regionale per diversi motivi:

- Attraverso la diversificazione delle linee di business e il valore aggiunto acquisito, i produttori locali di erbe alpine diventerebbero **più competitivi**.
- Il modello di business prevede lo **sviluppo di due prodotti**, vendibili e utilizzabili anche separatamente: il ciuccio in materiale organico e le capsule di fluidi vegetali con proprietà terapeutiche. Il ciuccio potrebbe anche essere utilizzato come dispositivo medico, ad esempio per somministrare medicinali ed eventualmente vaccini a bambini piccoli.
- Il modello di business è **scalabile**: i fluidi vegetali possono essere utilizzati a scopo terapeutico per una varietà di disagi e applicati a diversi gruppi target.
- Questo prodotto risponde alle **richieste del mercato** e del gruppo target: l'analisi di mercato che abbiamo svolto ha mostrato che per molti genitori la sostenibilità gioca un ruolo piuttosto importante nella scelta dei prodotti da acquistare (purché il prezzo non sia eccessivo).
- Lo sviluppo di modelli di business bio-based aiuta a trasmettere un messaggio importante del **pensiero sistemico**, ovvero che il benessere umano è intimamente legato al benessere dell'ecosistema.

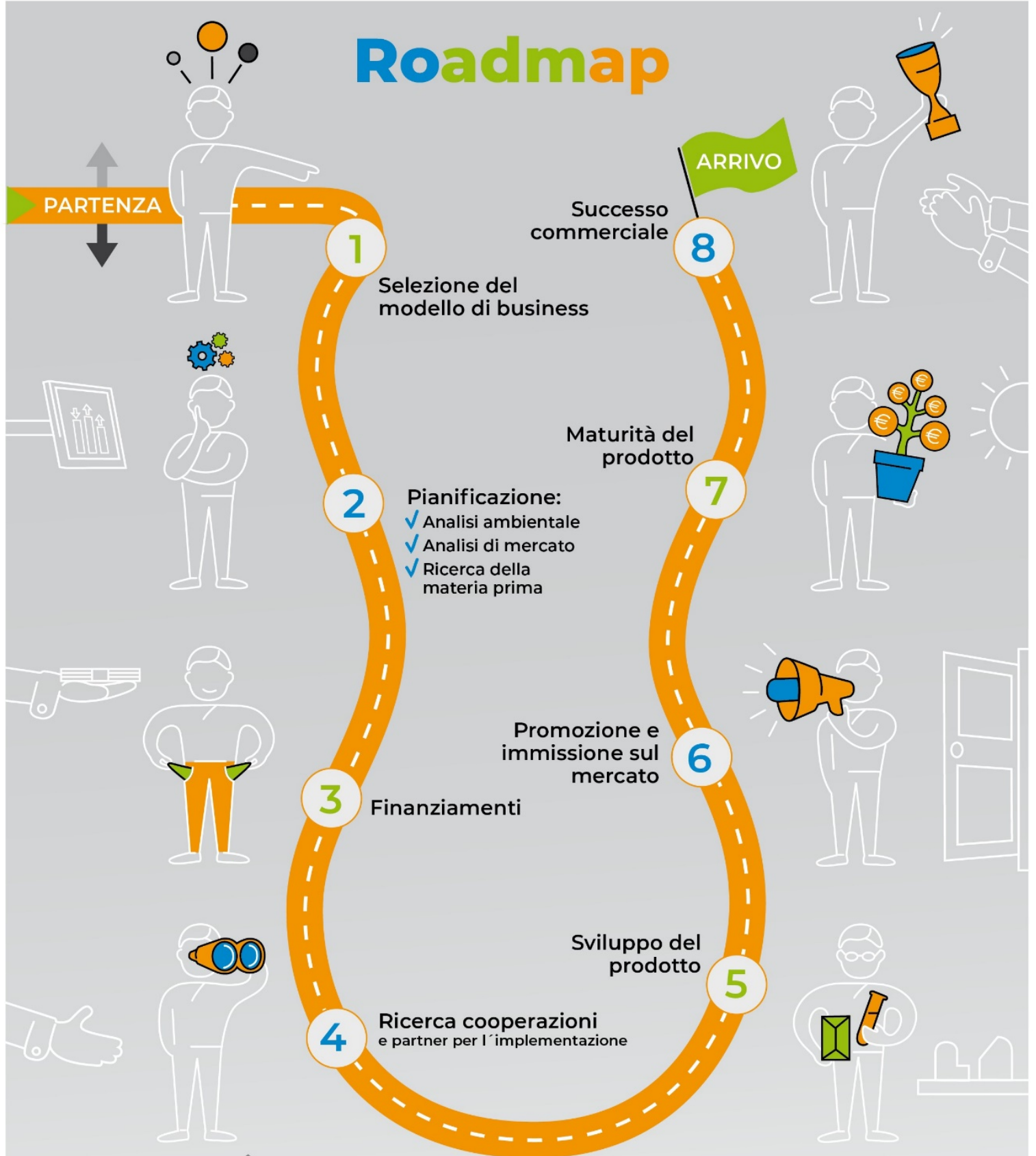
Inoltre, lo sviluppo di questo modello di business riflette alcuni dei punti chiave della strategia nazionale di sviluppo sostenibile e degli obiettivi di sviluppo sostenibile:

- finanziare e promuovere **ricerca e innovazione sostenibili**;
- migliorare **l'efficienza dell'uso delle risorse** e promuovere meccanismi di **economia circolare**;
- ridurre la produzione di rifiuti e promuovere il mercato delle **materie prime secondarie**;
- garantire la sostenibilità **dell'intera filiera agricola**;
- promuovere **un consumo e una produzione responsabili**.

LINEE GUIDA PER PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Per uno sviluppo aziendale di successo, dall'idea al prodotto pronto per il mercato, sono necessari alcuni passaggi. La seguente roadmap fornisce una panoramica dei punti più importanti che devono essere considerati per l'implementazione del modello di business "ciuccio alle erbe". Informazioni più dettagliate sulla disponibilità di materie prime, possibili partner di implementazione e schemi di finanziamento possono essere trovate nella prima parte di questa guida. Le informazioni qui presentate vi supporteranno nei primi passi verso la realizzazione della vostra idea imprenditoriale e consentiranno di effettuare valutazioni iniziali in merito alla ricerca delle materie prime, alle analisi ambientali e di mercato.

Roadmap



PARTENZA



1. Durante il progetto AlpBioEco sono state condotte analisi preliminari per validare la fattibilità del modello di business. Sei un imprenditore e ti interessa realizzare il ciuccio alle erbe partendo dai nostri risultati? In questa tabella di marcia troverai indicazioni passo passo sulle fasi già realizzate e sul lavoro ancora da fare.



2. Prendi come riferimento i risultati della nostra analisi di mercato e, se lo ritieni necessario, conduci un sondaggio su scala più ampia per stimare l'interesse del tuo gruppo target e ricevere i primi feedback. Sulla base dei risultati, seleziona un health claim per il prototipo e determinare quali erbe utilizzare, in quale forma (ad es. idroliti, aromaterapia, ecc.) e in quali dosi. Informati fin dall'inizio sulle autorizzazioni, certificazioni e test necessari per il marketing, in modo da poter pianificare meglio le tempistiche e le fasi successive.



3. Per sviluppare un prototipo è necessaria una fase preliminare di ricerca e sviluppo, che necessita di finanziamenti. Scopri le possibilità di finanziamento pubblico e privato presso le istituzioni regionali di sostegno alle imprese. Per saperne di più sulle organizzazioni che possono supportarti nella tua ricerca di finanziamenti, consulta la sezione dedicata nella prima parte di questa guida.



4. Per sviluppare il prodotto avrai bisogno del supporto di diversi partner nel tuo territorio: una rete di erbicoltori alpini che forniscano la materia prima, un produttore di bio-gomma con cui collaborare per la produzione del ciuccio, un'università o centro di ricerca che ti supporti nello sviluppo del prototipo.



5. Una volta trovati i tuoi partner, procedi con la progettazione e realizzazione del prototipo. Assicurati che il prodotto soddisfi gli standard di qualità richiesti dalle normative europee e assicurati di ottenere le certificazioni necessarie. Se necessario, pensa a registrare il prodotto tramite un brevetto.



6. A questo punto, è ora di pianificare il lancio sul mercato del tuo prodotto. Considera se testare un Minimum Viable Product con un lancio su piccola scala in modo che i tuoi potenziali clienti possano darti un feedback per aiutarti a migliorare il tuo prodotto prima di un lancio su larga scala. Pensa attentamente ai canali di distribuzione che desideri utilizzare, ai partner che ti supporteranno nel marketing del tuo prodotto e ai canali di comunicazione che desideri utilizzare. Assicurati che la tua azienda abbia le competenze necessarie per pianificare un ingresso di successo del prodotto nel mercato e, in caso negativo, valuta se puoi affidarti a esperti esterni. Probabilmente avrai bisogno di un nuovo round di finanziamento per iniziare a commercializzare il tuo prodotto. Forse dovrai considerare crowdfunding ed equity come fonti di finanziamento.



7. Una volta definiti i rapporti con fornitori, distributori e altri partner, è il momento del lancio sul mercato. Definisci con precisione il tuo cliente target e accompagna il lancio sul mercato del prodotto con una campagna di marketing mirata per raggiungere i tuoi potenziali clienti e informarli sull'unicità del tuo prodotto.



8. Alla fine del percorso, avrai lanciato sul mercato un prodotto innovativo ed ecosostenibile, contribuendo a diversificare le tue linee di produzione, aumentare l'innovazione nelle Alpi ed evitare sprechi nella catena del valore delle erbe. Ben fatto!





ABOUT US

You want to know more details about our project?



Please find more detailed documents on our homepage:
www.alpine-space.eu/alpbioeco



Interested in the latest news?
Subscribe to the newsletter on our website.

Follow us on:



AlpBioEco
#AlpBioEco



AlpBioEco



YouTube AlpBioEco

Please
contact us,
we will be
happy to
advise you!

CONTACT

Anna Bäuerle ||| Project coordination ||| EU Interreg Project AlpBioEco ||| alpbioeco@sigmaringen.de

PROJECT PARTNERS



PROJECT FUNDERS



EUROPEAN UNION

This project is co-financed by the European Regional Development Fund (ERDF) through the Interreg Alpine Space programme.
Support from the European Union:
1.820.666 €



Federal Ministry
of the Interior, Building
and Community

This project is funded by the "Federal Transnational Cooperation Programme" of the German Federal Ministry of the Interior, Building and Community

