

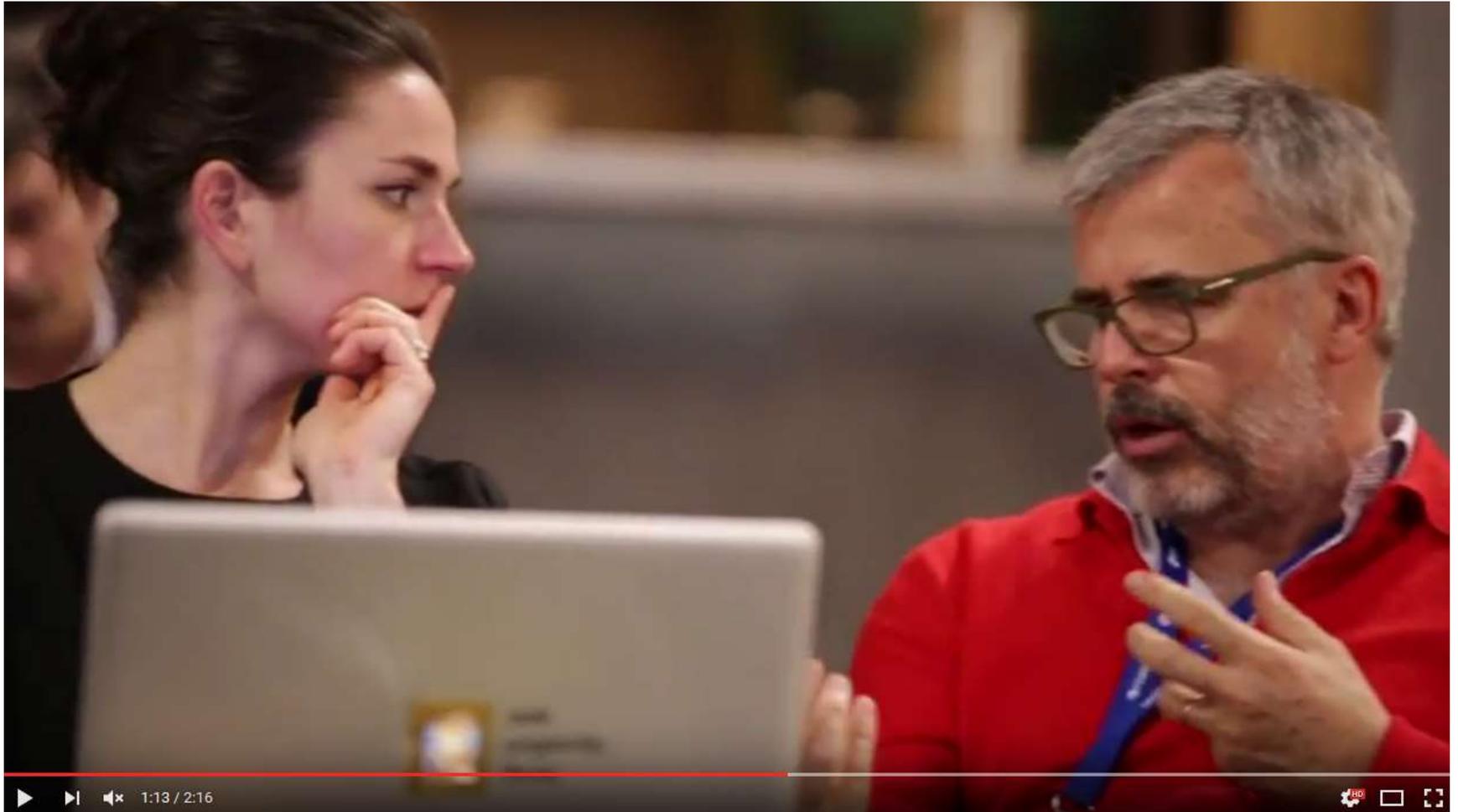


CURRICULUM PER IMMAGINI

Il supporto alle Start-up

Andrea Granelli

settembre 2019



Contributo alla nascita e crescita di alcune importanti Start-Up

Braccio destro di Nichi Grauso in VOL - Video On Line (1995)



Nichi Grauso



Fondatore e Ceo di tin.it (1997-2000)

Parla Andrea Granelli

Anche Tin.it in azienda

Da quando la diffusione dell'accesso gratuito al Web ha obbligato i principali operatori italiani a offrire connessioni gratuite agli utenti consumer, la fetta di mercato della fornitura di accesso e servizi agli utenti business è diventata ancor più appetitosa. Tin ha quindi rotto gli indugi, e ha lanciato una proposta commerciale focalizzata per le piccole e medie imprese, un settore in cui sta già attiva ma non in modo molto aggressivo. Con la definizione all'interno del gruppo Telecom di una struttura Itekonet, che integra sia l'offerta di Tin, sia quella di InternetBusiness, rivolta alle grandi aziende, infatti, è stato possibile concentrare le forze in quest'area e realizzare una integrazione dell'offerta residenziale e aziendale, entrambi ormai responsabilità di Andrea Granelli.

Domanda. Tin sta cambiando vocazione da fornitore di accessi alle famiglie a fornitore di servizi al business?

Risposta. Assolutamente no, siamo nati e rimaniamo un provider residenziale. Ma la nostra esperienza nella conoscenza delle abitudini e delle esigenze delle famiglie online italiane ci rende estremamente adatti a sviluppare un'offerta integrata che si estenda alle imprese, per offrire i servizi giusti alle aziende che vogliono fare commercio elettronico e che necessitano conoscere il pubblico di riferimento e Tin sta appunto sfruttando la sua conoscenza del consumer per dare gli strumenti più adatti alle imprese che vogliono operare sul Web.

D. Negli ultimi mesi il quadro competitivo per Tin è cambiato molto: da provider leader nel segmento della vendita di accessi alle famiglie avete diviso adeguatamente l'offerta di connessioni gratuite e riformulare nuove forme di reddito, puntando più nettamente sui segmenti business. Come si evolverà l'attività di Tin in relazione a questi cambiamenti?

R. In effetti, il nostro modello di business si è modificato: prima la maggior parte dei ricavi proveniva dalla vendita di abbonamenti. Adesso una parte verrà dall'interconnessione, in base al traffico generato con i collegamenti gratuiti. I costi di abbonamento continueranno comunque una voce importante del nostro fatturato, ma saranno controposti per servizi premium. In questi giorni abbiamo annunciato il lancio a dicembre dell'offerta adde (Internet ad addo velocità su linea telefonica, ndr) in 25 città. Il prezzo non è stato ancora deciso ma sarà una novità per il sistema italiano: una tariffa flat, come negli Usa, dove il consumatore paga un canone mensile fisso che comprende anche il traffico, e quindi non è influenzato dal tempo di connessione. Con l'ampiezza di banda dell'adde sono possibili vere applicazioni multimediali. Il secondo capitolo della nostra offerta è relativo al web hosting, con nuovi prodotti per facilitare la presenza delle aziende in rete. Infine, c'è l'aspetto della visibilità, cioè commercio elettronico e pubblicità, che sarà un vero centro di ricavo per Tin in un secondo tempo, cioè quando ci sarà una maggiore diffusione delle infrastrutture.

D. Cosa cambia per Tin con il nuovo assetto societario del gruppo?

R. La struttura ora è più efficace e c'è maggiore efficienza sia nel governo aziendale sia nelle possibilità di integrazione commerciale. Il nuovo assetto crede fermamente nello sviluppo di Internet, su tutte le piattaforme. Abbiamo annunciato l'intenzione di offrire Pc semplici, ideati per la navigazione, in affitto, per aumentare la penetrazione superando la barriera dei costi, e con l'installazione in casa, con il massimo di aiuto all'utente. Ma continueremo a seguire lo sviluppo delle altre piattaforme di accesso a Internet, dalla web 7x24 al cellulari.

CORRIERE DELLA SERA

L'analisi elaborata dal perito nominato dal Tribunale valorizza le prospettive di crescita del gruppo

«Tin.it vale 40.208 miliardi»

Le conclusioni della Ernst & Young sulle attività Internet di Telecom

MILANO — Tin.it vale 40 mila miliardi di lire. Anzi, per la precisione, 40.208 miliardi. È questo il risultato della società di revisione contabile Ernst & Young, su incarico del Tribunale di Torino: è la prima volta che un esperto indipendente mette nero su bianco una stima ufficiale del valore delle attività Internet del gruppo Telecom. Ma prima del voto della fusione, previsto per autunno, il gruppo guidato da Roberto Colaninno ha conferito tutte le proprie attività Internet a una società ad hoc, la immobiliare Simgamnet. Quest'ultima sarà interamente posseduta da Itekonet, come in Tin.it, in attesa di essere assorbita da Seat.

Proprio in vista del conferimento, come prevede la legge, il Tribunale di Torino coadiuvato da Telecom ha dato incarico a un perito indipendente di valutare gli asset della futura Tin.it. Ernst & Young si è messa su un doppio binario. Ha formulato una valutazione puramente societaria (46 miliardi) che sarà valida a tre mesi. D'altra parte però ha anche analizzato l'attività e le prospettive di Tin.it per giungere a una stima del valore di mercato della società. Un valore basato su 40 mila miliardi circa sulla base, appunto, di punti, ed è confrontato con alcuni concorrenti internazionali, che però non vengono specificati. È la stima formulata dalla Ernst & Young si basa sui dati societari al 31 dicembre scorso e potrebbe diventare un parametro di riferimento anche per il prossimo Autunno per il mercato. Fusione con la Seat di Lorenzo Pirelli. Fatta l'analisi i vertici della Telecom si sono incontrati a cominciare con la fusione vera e propria sulla base di un rapporto di consegna alle parti tra i vertici della Pagine Gialle e quelli di Tin.it. Questo significa che la attività Internet di Telecom abbiamo lo stesso valore di Seat, che è quotata in Borsa. E Piazza Affari, sulla base della quotazione della società Itekonet, l'azienda di 40.208 miliardi, circa 30.700 miliardi. Come dice il consulente, almeno in questo momento il prezzo di mercato, infatti, corrisponde alla somma del profitto, che rende a poco più di un mese fa. Bisogna però ricordare che a marzo, sull'onda dell'annuncio per la Microsoft, Seat era arrivata a quotazione a 80 mila miliardi di lire. L'analisi della Ernst & Young è ricca di dati, in gran parte segreti. Dalla società emerge, per esempio, che Tin.it ha sviluppato nel 1999 un fatturato lordo di 146 miliardi e con una quota del 99% e di gran lunga il leader di mercato. Al secondo posto c'è l'adde, con un giro d'affari di 87 miliardi e una quota del 21%, davanti a LNet (64 miliardi e 14%). A fine dicembre Tin.it poteva vantare 104 mila abbonati a pagamento e 1 milione e 500 mila abbonati free, cioè a canone zero. Il secondo operatore in graduatoria, ovvero Infostrada, era invece attestato a quota 356 mila abbonati a pagamento e 1 milione e 139 mila clienti free. Un paragono della perita è dedicato anche all'e-commerce, una delle nuove frontiere di sviluppo di Internet. Secondo la Ernst & Young, Tin.it arriverà a ricavare circa 7 miliardi dalle-commerce, ma questa cifra è destinata a salire rapidamente fino a 100 miliardi.

LE FAPPE DELL'OPERAZIONE

- **TIN.IT DIVENTA SPA.** È il primo passaggio, già avviato. L'operazione: Telecom ha incorporato la divisione Internet in una società controllata al 100% che ha preso il nome di Tin.it Spa.
- **BOSSONE PADDALE.** All'assemblea di luglio Telecom delibererà una quotazione variabile di poco più dell'8% di Tin.it conferendo a Seat Pagine Gialle che in cambio assumerà il capitale sociale ricevuto dalle parti di Itekonet.
- **FUSIONE IN SEAT.** Tin.it sarà incorporata in Seat sulla base di un rapporto di concorrenza alla pari e il 10% in mano. Da l'operazione Telecom avrà oltre il 60% del capitale di Seat.it.



«Mr. Net», l'aito virtuale di Tin

<Hai già un mouse ma non sei ancora su Internet?>

Basta scegliere l'abbonamento a Telecom Italia Net che fa per te per entrare in Internet alla grande.

(E avere un mondo di servizi a tua disposizione.)

tin.it è una Internet



Trasforma lo CSELT in TILab - the innovation company



Con la voce
si ride, si piange,
si canta.
E ora si naviga.



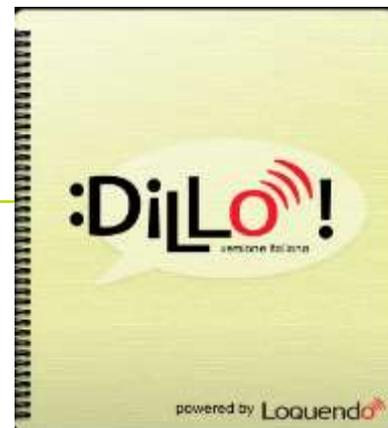
Giovanni Soldini ha
realizzato un trimarano
rivoluzionario.
Noi incoraggiamo
sempre l'innovazione.



È nata Luqando e ora la voce lancia il canale più versatile. Luqando è la nuova avventura che noi di Telecom Italia Lab abbiamo costruito unicamente per fornire servizi ad alto livello basati sulla tecnologia vocale. La sua prima creazione è VoMailto. Un sistema unico ed esclusivo che permette di navigare su internet semplicemente parlando ad un telefono. VoMailto offre l'accesso diretto ad ogni sito HTML, e permette di creare siti interattivi. Lettori di quotazione, sistemi di prenotazione, orari dei mezzi di trasporto che possono accordare e rispondere alle tue parole. Canale di accesso a lettere e-mail senza alcuna rete, registrando semplicemente il percorso e la fantasia. Come facciamo noi identificando, standardizzando e sviluppando idee innovative.



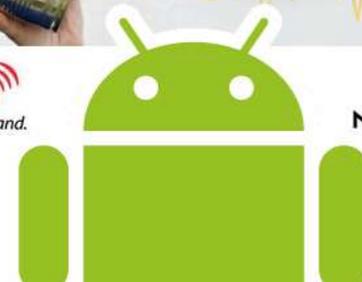
Il nuovo trimarano Fila Tri è stato appena varato e Giovanni Soldini è pronto a partire per l'Oceano Racing Multinazi Oniro, il circuito di regate che sa bene a memoria la barca e l'equipaggio. Telecom Italia Lab, l'Innovation Company del Gruppo Telecom Italia, lo accompagnerà in questo lungo giro nel Mediterraneo. Gli strumenti di rilevazione meteorologica e quelli di comunicazione satellitare, forniti dal Gruppo Telecom Italia, aiuteranno lui e il suo equipaggio a rimanere in contatto con il resto del mondo. Come Leonardo, anche Soldini è pronto a sperimentare nuove tecnologie.



Azienda leader nelle tecnologie vocali (sistemi per la sintesi vocale e l'interazione vocale automatica uomo-macchina come il riconoscimento ed autenticazione vocale o l'esecuzione di un determinato comando tramite ordine vocale) creata in Telecom Italia nel 2001 come spin-off di CSELT nel 2001



Loquendo
We Speak. We Listen. We Understand.



NUANCE

Venduta nel 2011 all'americana Nuance Communication per un Enterprise Value di **53 milioni di euro**. Al momento della vendita, Loquendo è stabilmente in attivo di bilancio, con 65% di fatturato dovuto al commercio con l'estero.



Sistema di **Loquendo** che aiuta a governare l'imbarcazione attraverso comandi vocali: riconosce solo la voce di Soldini (in mezzo al suono delle onde, dei temporali, del vento ...) e gli permette di controllare la barca «riposandosi», fondamentale quando naviga in solitario (ad esempio con la sua «Classe 40»)

COIRICH – Italian Research Infrastructure for Cultural Heritage

CoIRICH è una Infrastruttura di Ricerca (IR) distribuita multidisciplinare finalizzata alla Conservazione e Analisi del Patrimonio Culturale (PC), settore nel quale l' Italia ha una riconosciuta leadership a livello internazionale

È focalizzata sulla diagnostica dei beni culturali e integra infrastrutture e tecnologie esistenti in diverse regioni italiane e da anni operanti nel settore della scienza e tecnologia applicata al Patrimonio Culturale

È parte della infrastruttura di ricerca IRICH, coordinata dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali (MIBAC) che nel 2010 - insieme alla Pontificia Commissione di Archeologia Sacra, all' ENEA e alla infrastruttura per Luce di Sincrotrone ELETTRA - è stata inserita dal MIUR nella Roadmap Italiana delle Infrastrutture di Ricerca di interesse Nazionale e Pan-Europeo nell'area *Social Science and Humanities* (classificazione ESFRI)

Soci fondatori di CoIRICH:

- **CONSIGLIO NAZIONALE DELLE RICERCHE -CNR**
- **Kanso s r.l.**
- **eFM s.r.l.**
- **ISTITUTO NAZIONALE DI FISICA NUCLEARE - I.N.F.N.**
- **POLITECNICO DI MILANO**
- **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA**
- **UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI ROMA 'TOR VERGATA'**



Telecom: a.a.a. 500 giovani per internet cercasi

AL VIA PIANO DI ASSUNZIONE DI 6.200 PERSONE

Roma, 22 gen 2011 (Adnkronos) - *A.A.A. 500 giovani neolaureati cercasi per Internet: parte così*, con l'annuncio di Telecom di volere assumere e formare, nei prossimi anni, giovani neolaureati e diplomati da orientare sulle attività legate ad Internet il piano assunzioni che **in tre anni dovrebbe portare nel gruppo 6.200 persone, di cui almeno 2000 dal Sud.**

"Con questo programma - ha spiegato soddisfatto il presidente e AD di Telecom, Roberto Colaninno - il Gruppo conferma gli impegni assunti per **realizzare nei prossimi anni un rilevante piano di sviluppo attraverso cui contiamo di reperire oltre 6.000 nuove risorse**, delle quali 2.000 al Sud. Il progetto per Internet - ha proseguito - risponde alle esigenze di trasformare il gruppo Telecom e renderlo in grado di raccogliere la sfida di un mercato competitivo".

Telecom: a.a.a. 500 giovani per internet cercasi

CERCHIAMO 400 FACCE NUOVE PER INVENTARE IL TUO FUTURO CON INTERNET.

DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DELLA COMUNICAZIONE GLOBALE.

VISITA WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO O CHIAMA IL NUMERO VERDE 800-015500.

COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO?

TELECOM
ITALIA
www.telecomitalia.it

SYNDICATA DI TELECOM ITALIA HA AVUTO UN GRANDE SUCCESSO. GRAZIE AI TANTI ESPRESSIONI RICEVUTE ABBIAMO TROVATO LE PRIME 100 PERSONE CHE ABILIANO INVENTARSI UN FUTURO CHE NON È FINITO DA IL NOSTRO PROGETTO PREVEDE 200 ASSUNZIONI: FINO AL 2002. QUINDI, MOLTI ALTRI GIOVANI POSSONO AVERE L'OPPORTUNITÀ STRAORDINARIA DI ESSERE ASSUNTI IN UNA DELLE SOCIETÀ DI TELEFONIA FISSA, MOBILE, INTERNET, INFORMATION TECHNOLOGY O THE NEXT THING. INIZIANDO CON 50 MESI DI FORMAZIONE. PER SAPERNE DI PIÙ VISITA IL NOSTRO SITO O CHIAMA IL NUMERO VERDE. IL NUOVO VOLTI DEL FUTURO POTREBBE ESSERE IL TUO.

Telecom: a.a.a. 500 giovani per internet cercasi

MANCANO 200 FACCE PER DARE UN VOLTO NUOVO AL FUTURO.

DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DELLA COMUNICAZIONE GLOBALE.

COME VORRESTI CHE FOSSE IL FUTURO?

VISITA WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO

I RAGAZZI CHE VEDETE, GIÀ LAVORANO CON NOI. ORA CERCHIAMO ALTRI 200 GIOVANI DIPLOMATI, LAUREATI E APPASSIONATI DI INTERNET DA ASSUMERE IN UNA DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO TELECOM ITALIA, INIZIANDO CON 6 MESI DI FORMAZIONE. VISITA IL NOSTRO SITO WWW.TELECOMITALIA.IT/FUTURO. POTRAI ESSERE UNO DI LORO.

**Contributo allo
start-Up di alcune
iniziative innovative:
master, premi, fiere ...**

Ha contribuito a "lanciare" il tema "tecnologie per i beni culturali e sviluppo economico"



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI

Tecnologie e Sistemi Produttivi per la Cultura

MiBAC

ROMA - 14 Marzo 2007

Complesso
di San Michele a Ripa
Sala dello Stenditoio
Via di San Michele, 92



Tecnologie e Sistemi Produttivi per la Cultura

PROGRAMMA DEL CONVEGNO

9.00-10.00 Registrazione dei partecipanti

10.00-13.30 **Sessione 1**
Apertura dei lavori

Introduce
Danielle Mazzonis
Sottosegretario di Stato al Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Moderatore
Andrea Granelli
Consigliere del Ministro per i Beni e le Attività Culturali

Francesco Rutelli
Vicepresidente del Consiglio dei Ministri
e Ministro per i Beni e le Attività Culturali

Luigi Nicolais
Ministro delle Riforme e Innovazione nella Pubblica Amministrazione

Linda Lanzillotta
Ministro per gli Affari Regionali e Autonomie Locali

Pierluigi Bersani
Ministro per lo Sviluppo Economico

Andrea Bianchi
Direttore Generale dello Sviluppo Produttivo e della Competitività
Ministero per lo Sviluppo Economico

Giovanni Ragone
Consigliere del Ministro per l'Università e la Ricerca

Gianfranco Imperatori
Segretario Generale Associazione Civita

Fabio Gobbo
Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio
Segretario Generale CIPE

Vincenzo Milanesi
 Rettore dell'Università di Padova
Componente del Comitato di Presidenza CRUI

MiBAC

Tra i fondatori di DNA Italia - la prima fiera sulle tecnologie per il patrimonio culturale



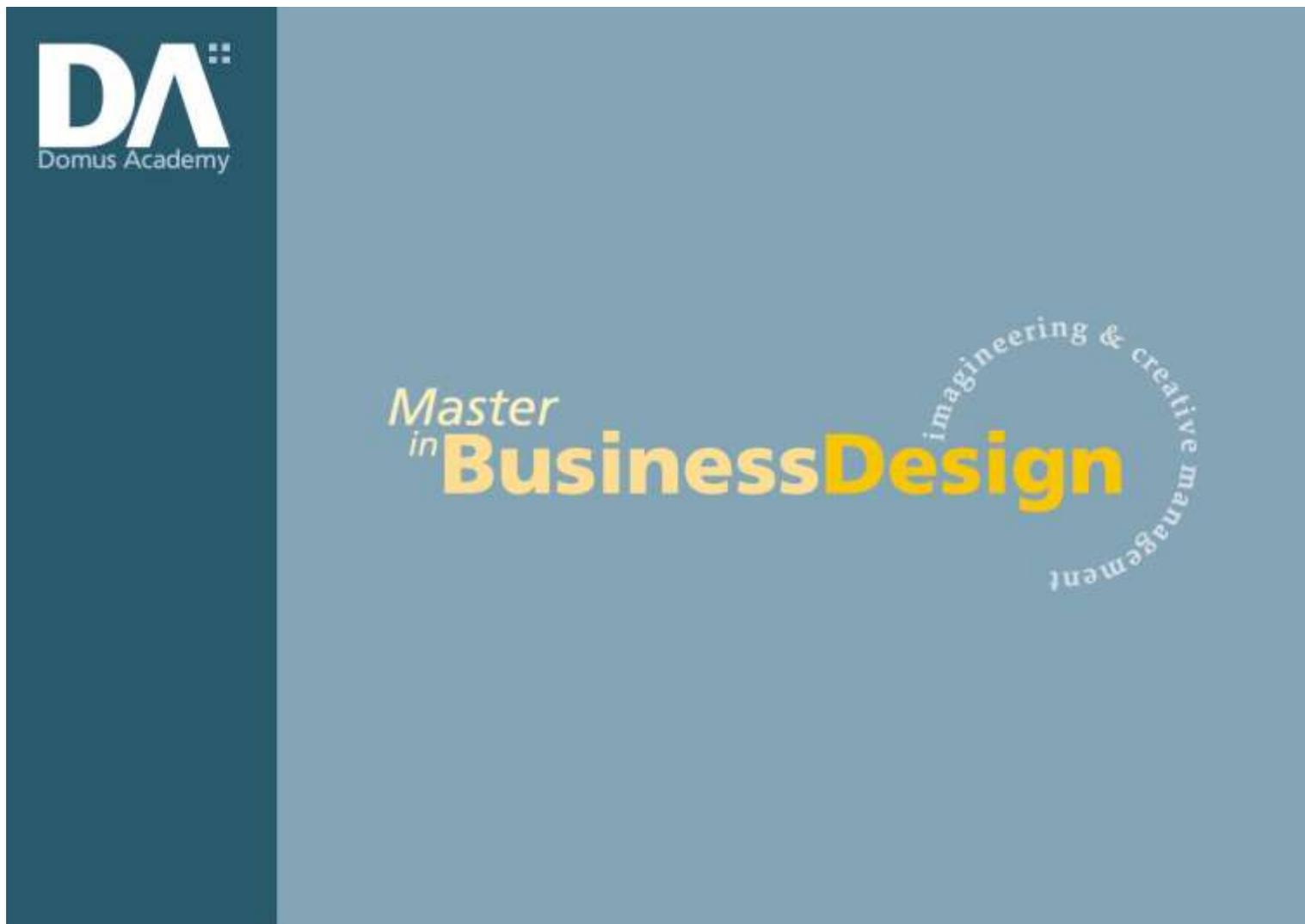
Con Domus Academy, progettazione del primo corso in “design dell’esperienza culturale” (2007)



Con Domus Academy, progettazione dei primo corso in "design dell'esperienza culturale" (2007)

| | | | |
|--|--|---|---|
| <p>Jelena Rudek, Croatia An artistic code.</p> | <p>Mika Nishizaki, Japan The Ultracool special project: the Museo and Fontana experimental case.</p> | <p>Ariane Martiny, France WoO Work calm Opus Mizak.</p> | <p>Saranika K. Somsaram, India LEVI'S YPS Diesel.</p> |
| <p>Jenni Ohm, Korea The BMW & Mercedes manage brand.</p> | <p>Nisopon Rissanan, Thailand Planning the changes.</p> | <p>Karin Sunde Beck, Denmark SOLEBALANCE - Balance Enhancing Footwear.</p> | <p>Assad Haddad, Lebanon Entice, quality Mizak.</p> |
| <p>Jodi Fierro, Australia The design of the Agromarkets North West Composite LLC, USA.</p> | <p>Jin Zhang, China Suzhou.</p> | <p>Claudia Lorenz, Italy The design of the clothing and strategy in fashion industry, comparing LVMH and INDITEX.</p> | <p>Said Cemil Erten, Turkey YS Yorum Elektrik Co.</p> |
| <p>Gregory Politeck, U.S.A. Fujitsu.</p> | <p>Terri Warchuck, Israel Israeli furniture, bath, and automobile in competition.</p> | <p>Jennifer Flame, Germany aall.</p> | <p>Olivia Ho Wang, Taiwan Pansonic Beauty Suzhou.</p> |
| <p>Blanca Benito, Mexico MUDOS 3600000 Open at Disney Base System.</p> | <p>Marta José Zubizarra, Spain The design of the furniture, the WHISPER'S THE TREE.</p> | | |

Con Domus Academy e SDA Bocconi, progettazione del primo corso in "Business design" (2007)



Con Domus Academy e SDA Bocconi, progettazione del primo corso in "Business design" (2007)

Master in Business Design *imagineering & creative management*
 13 mesi a partire da novembre
 13 months starting November

Direttore/Director
 Giulio Ceppi

Coordinatore Didattico/Teaching Coordinator
 Andrea Tosi

Gestione e innovazione di impresa: il modello del Made in Italy

MBD è un particolare formato di Master in Business Administration and Innovation che crea sinergie positive tra discipline differenti. MBD rappresenta una nuova frontiera dove progettisti, esperti di organizzazione aziendale, studiosi di tecnologie dell'informazione, di comunicazioni, di marketing, manager ed imprenditori, contribuiscono alla formazione di un nuovo linguaggio strategico, di nuovi codici operativi. MBD è un modello didattico innovativo che estende una visione radicale del *learning by doing*, per creare ambienti in cui gli studenti imparano facendo e analizzano problemi per progettare e verificare soluzioni. MBD è una *Faculty interdisciplinare* che si relaziona direttamente con il mondo produttivo delle imprese e delle aziende per definire temi di ricerca e di progetto su cui lavorare.

Le imprese e la sponsorizzazione del progetto formativo di MBD

MBD vive grazie a un legame forte con un network di aziende e imprese, che partecipano in modo attivo e diretto alle attività di formazione degli studenti. Questo network contribuisce tramite borse di studio, lezioni e presentazioni di casi aziendali, e fornisce in accordo con la Faculty:
 - temi dei 4 moduli formativi secondo cui è organizzata la didattica;
 - temi per i seminari di progetto.

Della collaborazione di Domus Academy si sono avvalse negli ultimi anni aziende leader tra cui: 3M™, Artemide, Cappellini, Deborah Group, Ermenegildo Zegna, Fiat, Fujitsu, Gas, Honda, Ideal Standard, Ikea, MelinPot, Mitsubishi, Nokia, Oregon Scientific, Pioneer, Pirelli & C, Real Estate, Samsung, Swarovski, Teuco e VictorVictoria.
 In particolare, per MBD:
 3M™, Autogrill, Calzedonia, Elica, Pininfarina.

MBD esplora le nuove forme di relazione tra creatività e impresa, innovazione e gestione.



MBD investigates new kinds of relationships between creativity and business, innovation and management.

Enterprise management and innovation: the Made-in-Italy model

MBD is a particular format of Master in Business Administration and Innovation that creates positive synergies between different disciplines and represents a new area where designers, experts in enterprise and corporate organisation, in information technology, communication, marketing, managers and entrepreneurs contribute to the creation of a new strategic language and of new operative codes. MBD is an innovative teaching model that applies a radical vision of the *learning by doing* approach to realise an environment in which the students learn by analysing problems, designing and verifying the solutions. MBD is an *interdisciplinary Faculty* in direct contact with the productive world of enterprise and companies to define research and project themes to explore.

Companies and the sponsorship of MBD's teaching syllabus

MBD's mainstay is its strong relationship with a network of companies and enterprises, actively and directly participating in the students' training, with an integrated contribution through scholarships, lectures and presentations of case histories, as well as planning together with the Faculty:
 - the themes of the four modules of the teaching organisation;
 - the issues to develop in design workshops.

In the last years many important companies have been collaborating with DA: 3M™, Artemide, Cappellini, Deborah Group, Ermenegildo Zegna, Fiat, Fujitsu, Gas, Honda, Ideal Standard, Ikea, MelinPot, Mitsubishi, Nokia, Oregon Scientific, Pioneer, Pirelli & C, Real Estate, Samsung, Swarovski, Teuco and VictorVictoria.
 In particular for MBD:
 3M™, Autogrill, Calzedonia, Elica, Pininfarina.

Lancio dell'IDI - Interaction Design Institute di Ivrea (2001-2005)

La scuola - fondata da Telecom Italia e ubicata a Ivrea presso la "Casa Blu" progettata da Edoardo Vittoria per Adriano Olivetti - ha operato dal 2001 al 2005, quando il suo insegnamento è stato incorporato all'interno della Domus Academy.

La missione aziendale della scuola venne descritta sulla rivista di architettura *Blueprint* nel seguente modo: «Pur seguendo lo spirito dei corsi di *CRD* (corsi di *Computer Related Design* tenuti al Royal College of Art di Londra e in seguito chiamati *Design Interactions*), Ivrea, oltre al design e alla tecnologia, esplorerà il mondo degli affari».

L'ipotesi del Master si basava sul credo che ci fosse oggi anche "un'arte" nell'immaginare nuovi modelli di business e sulla consapevolezza che, in parte per l'ampiezza dei loro studi, i laureati in design spesso acquisissero ruoli strategici in aziende e necessitassero pertanto di essere formati nell'"imparare da se stessi".

Anche se l'Istituto svolgeva attività di consulenza esterna e ospitava ricercatori da tutto il mondo, la sua attività principale consisteva nel **master in Interaction Design** che, durante i suoi 5 anni di esistenza, ha laureato quattro classi di una ventina di studenti ciascuna, che oggi lavorano nell'ambito del design in giro per il mondo.

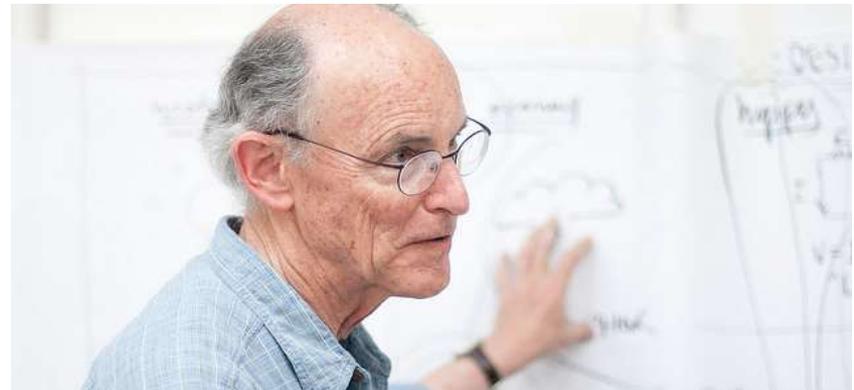
Alcuni membri della faculty dell'IDI



Gillian Crampton Smith



John Tackara

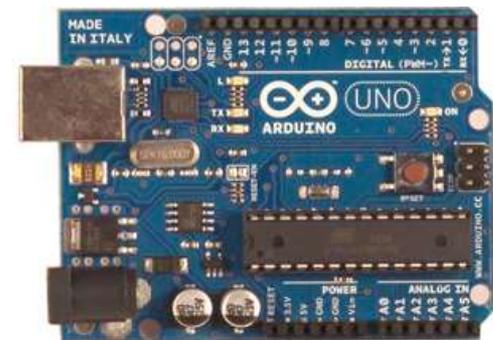


Bill Verplank

Un docente "famoso" di IDI



Massimo Banzi è l'inventore di **Arduino**, un framework open source che permette la prototipazione rapida e l'apprendimento veloce dei principi fondamentali dell'elettronica e della programmazione. È composto da una piattaforma hardware per il physical computing sviluppata presso l'Interaction Design Institute. Il nome della scheda deriva da quello di un bar di Ivrea (che richiama a sua volta il nome di Arduino d'Ivrea, Re d'Italia nel 1002) frequentato da alcuni dei fondatori del progetto. Questa si basa su un circuito stampato che integra un microcontrollore con pin connessi alle porte I/O, un regolatore di tensione e quando necessario un'interfaccia USB che permette la comunicazione con il computer. A questo hardware viene affiancato un ambiente di sviluppo integrato (IDE) multiplatforma.



Contributo all'ideazione, lancio e gestione di alcuni premi nazionali di innovazione



8 Giugno 2009,
Cerimonia di Premiazione, in presenza del Capo d



Lancio - insieme a Flavia Trupia – di «PerLaRE», associazione per il rilancio della retorica



Organizzazione – prima in Italia – di una *Disputatio ultramquae partem* tra un'università e un carcere



REGINA COELI VS TOR VERGATA

È GUERRA. DI PAROLE.

Gara di retorica tra i detenuti di Regina Coeli e gli studenti di Tor Vergata.

Sabato 5 marzo 2016, ore 10
Roma, via della Lungara 29

Per assistere alla gara scrivi a:
info@perlaoretorica.it
www.perlaoretorica.it

La Disputatio ultramquae partem prevede che le due squadre sostengano una tesi e poi la «smontino» sostenendo la tesi opposta. La tesi – molto controversa – oggetto della *disputatio* è stata «**è giusta e quali limiti deve avere la legittima difesa?**»

Contributo al lancio del primo Olivetti Design Contest



The image is a screenshot of the Domus website. At the top, the word "domus" is written in a large, bold, black sans-serif font. To the left of the logo, there is a search bar with the text "Search Domus..." and a Facebook "Mi piace" button indicating 582,371 likes. To the right of the logo, there are links for "English Sign up / Login" and "SCOPRI » domus DIGITAL EDITION" with a small icon of a laptop. Below the logo, there is a navigation menu with links: "Architettura / Design / Arte / Prodotti / Archivio Storico / Shop / Domus1000". Underneath, there is a list of content categories: "Contenuti [Notizie](#) / [Interviste](#) / [Opinioni](#) / [Portfolio](#) / [Recensioni](#) / [Video](#) / [Green](#) / [Smart City](#) / [Scuola](#) / [Rivista Editoriale](#) / [Questo mese](#) / [Edizioni locali](#) / [Dall'archivio](#)".

The main content area features a large image of a black Olivetti cash register. Overlaid on the bottom half of the image is a dark blue semi-transparent box containing the text "Olivetti Design Contest" in a large, white, bold font. Below this, in a smaller white font, it reads: "Destinato agli studenti di alcuni fra i più prestigiosi istituti italiani, il primo Olivetti Design Contest invita a ripensare la tipologia del registratore di cassa." At the bottom of this box, there is a link "Notizie" underlined.

Coaching, mentorship, formazione e ... «manuali» per gli imprenditori di start-up ad alto potenziale



Supporto continuativo alle start-up



| Mission | |
|---|---|
| TARGET | OBJECTIVE |
| B! PEOPLE approx 20 people + trainers | Promote the renewed Company's digital mindset Empower employees both as trainers and attendees. |
| STARTUPS approx 35 people | Generate further goodwill towards all startups of b-ventures network (b-ventures portfolio, IMPACT, ShareInAction, etc.) providing them a first class workshop → b-ventures Academy PUSH mode |
| MEDIA approx 3 people | Boost further the awareness of b-ventures as a real value-added program for startups, as opposite of a pure co-working space |
| INVESTORS approx 20 people | Facilitate the networking and create opportunities to share professional and international views. |

| PLENARY | WORKSHOP | ROUNDTABLE | INTERACTIVE |
|--|--|---|---|
|  |  |  |  |
| <u>BE EFFECTIVE</u> | <u>BE SKILLED</u> <u>BE ORGANIC</u> | <u>BE ORGANIZED</u> <u>BE DETAILED</u> <u>BE FUTURE-PROOF</u> <u>BE CAREFUL</u> <u>BE TECHNICAL</u> | <u>BE DIGITAL</u> <u>BE ATTRACTIVE</u> <u>BE ACKNOWLEDGED</u> <u>BE SELLER</u> |



Mentor in alcune iniziative EU

IMPACT MENTORS

Mentor: Area di competenza: Nazionalità:

The image displays a grid of 18 individual portraits of mentors. The portraits are arranged in three rows and six columns. The individuals shown include men and women of various ethnicities and ages, some in professional attire and others in more casual clothing. The background of the grid is black, and the text 'IMPACT MENTORS' is prominently displayed at the top in white. Below the title, there are three filter dropdown menus labeled 'Mentor:', 'Area di competenza:', and 'Nazionalità:', each with a small downward arrow and the text 'All' inside the selection box.



Supporto continuativo alle start-up



11.00-20.00 (lunch included)

Pitch re-building & rehearsal

Individual work tables with the assistance of coaches and financial experts (Gianluca Dettori, Federico Travella, Mauro Del Rio, Pietro De Nardis, Carlo Frigato, Andrea Granelli)



Qualche pubblicazione di ausilio agli start-upper

CORRIERE DELLA SERA
CORRIERE INNOVAZIONE/NEWS

GLI 11 CONSIGLI

Gesti, sguardi e insicurezze che aiutano Ecco il manuale del parlare in pubblico





La retorica degli antichi per creare pitch efficaci

• K A N S O •

**COME PRESENTARE UN PROGETTO O UNA BUSINESS IDEA:
IL CONTRIBUTO DELLA RETORICA**

Andrea Granelli

25 novembre 2016



CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE INNOVAZIONE

**Cinque regole per presentare un progetto agli
investitori e convincerli**

*Di Flavia Trupia e Andrea Granelli, fondatori dell'Associazione Per la Retorica
(<http://www.perlaretorica.it>)*

26 giugno 2015

Contatti



Via Piè di Marmo, 12
00186 Roma

Tel. +39 06 6786747
Fax +39 06 62284353

info@kanso.it
www.kanso.it



andrea.granelli@kanso.it
www.agranelli.net/rassegna_AG.html