

## Giovani startupper libanesi, americani e indiani vincono le finali mondiali del concorso per startup a impatto sociale

FabricAID (Libano), NeMo (USA) e Thinkerbell LABS (India) sono i vincitori della competizione Global Social Venture Competition, ideata dall'Università della California Berkeley, che per la prima volta nella sua storia ha fatto tappa a Milano, in Università Cattolica

Milano, 13 aprile 2018 - Una giuria internazionale di personalità dell'ecosistema startup, investitori, imprenditori e accademici della UC Berkeley's Haas School of Business e Università Cattolica del Sacro Cuore ha assegnato oggi, a Milano, un montepremi di 80 mila dollari messo in palio dalla GSVC – con il supporto di Mastercard Centre for Inclusive Growth, Perkins Family Foundation e Dow – a team di giovani imprenditori per sviluppare le loro idee di business a impatto sociale e ambientale:

1° Premio: \$40.000: FabricAID (Libano)

Rispondendo alla domanda su come il premio aiuterà la startup libanese nei suoi prossimi passi, un emozionato Omar Itani, co-fondatore di FabricAID, ha detto: «Inizieremo a produrre mobili utilizzando i vestiti. Si tratta di un nuovo progetto per il quale avevamo bisogno di capitali e ora abbiamo quarantamila dollari da investirci. Creerà nuovi posti di lavoro per persone che vengono da contesti molto svantaggiati o per orfani visto che svilupperemo questo progetto proprio in collaborazione con un orfanatrofio.»

FabricAID ha ideato un sistema di raccolta, riciclo e redistribuzione di abiti usati. I vestiti vengono raccolti, classificati, ordinati e puliti per essere venduti a prezzi irrisori in negozi di seconda mano, mercati e negozi - creati da FabricAID con un programma di social franchising - per raggiungere le comunità più marginalizzate. Gli abiti in cattivo stato vengono riciclati per produrre, ad esempio, l'interno dei materassi. <http://bit.ly/GSVC2018-FabricAID>

2° Premio: \$25.000: NeMo (USA)

«La GSVC ci darà sicuramente molta notorietà e risorse per generare un vero impatto e tradurre la nostra idea in qualcosa di concreto da offrire alle persone che ne hanno maggiormente bisogno, in particolare in Uganda dove stiamo lavorando», ha affermato Benjamin Ostrander, co-fondatore di NeMo rispondendo alla domanda su quale impatto avrà la GSVC sulla startup statunitense.

NeMo offre un dispositivo a basso costo e indossabile, e smartphone pre-programmati che permettono alle madri e alle famiglie che vivono nelle aree rurali di monitorare anche a casa in modo continuativo e accurato i segni vitali dei neonati e identificare e valutare eventuali segni di pericolo. Il progetto pilota è stato condotto in Uganda. <http://bit.ly/GSVC2018-NeMo>

3° Premio: \$10.000: **Thinkerbell Labs** (India)

Dopo la cerimonia di premiazione, un'entusiasta Sanskriti Dawle, co-fondatrice della startup indiana ha affermato «Penso che quello che porteremo con noi di questa esperienza è questo

incredibile gruppo di persone che, come noi, sono impegnati a imprimere un vero cambiamento sociale e credono nel loro business. Abbiamo realizzato che siamo tutti nella stessa barca e che seppur in settori diversi affrontiamo le stesse sfide. E poi, diecimila dollari faranno certamente una bella differenza!»

Grazie a un dispositivo audio-tattile, Thinkerbell Labs permetterà agli studenti non vedenti di imparare a leggere e a scrivere, sia a mano che al computer, in codice Braille. Il dispositivo consiste di componenti hardware come uno schermo Braille, una tavoletta Braille e una tastiera Perkin Style Braille. <http://bit.ly/GSVC2018-ThinkerbellLabs>

Oltre ai primi premi, sono stati assegnati **tre premi speciali**. Il Priya Haji Memorial Award (\$2.500) - assegnato in memoria dell'impact entrepreneur ex-studentessa della UC Berkeley's Haas School of Business al migliore tra i team che non sono entrati nella rosa dei sei top-finalist - è stato riconosciuto a Acari (USA) la startup che forma i pescatori messicani e offre loro l'attrezzatura per lavorare e vendere l'invasivo pesce-gatto trasformandolo in una fonte di reddito e creando nuovi posti di lavoro. <http://bit.ly/GSVC2018-Acari>

Gli **altri due premi** sono stati assegnati direttamente dagli studenti dell'Università Cattolica, che hanno potuto votare la loro startup preferita e hanno scelto [Musana Carts \(Uganda\)](#) - carretti per venditori ambulanti di cibo da strada per migliorare le condizioni igieniche e di sicurezza - per il People's Choice Award (\$1.500), il premio assegnato a chi dei sei top-finalist ha ottenuto più voti, e [Konexio \(Francia\)](#) - formazione ITC per migliorare l'integrazione sociale e l'ingresso nel mondo del lavoro di rifugiati e migranti - per il Quick Pitch Award (\$1.000), assegnato al primo arrivato tra i tredici team semifinalisti.

«I tre team vincitori di questa edizione provengono da paesi e contesti profondamente diversi tra loro, confermando da un lato la globalità di questo concorso e dall'altro la volontà senza confini dei giovani di farsi attori del cambiamento e trovare soluzioni innovative per risolvere problemi della società in cui vivono» ha affermato **Andrea Mezzadri**, Project Manager della GSVC Italy, a conclusione della cerimonia di premiazione.

La tre giorni di eventi organizzati da ALTIS Università Cattolica ha attirato l'attenzione di un vasto pubblico di imprenditori, business angel, social venture capitalist, manager di incubatori e acceleratori, ma anche di accademici e studenti universitari, su un settore in forte crescita come quello della impact entrepreneurship.

«I progetti di questa edizione confermano il valore di questo concorso. Con le loro idee innovative, molte delle quali promuovono un utilizzo della tecnologia a fini benefici, tutte le startup in gara hanno il potenziale di generare un impatto significativo a favore di un mondo migliore. L'impatto sociale rimane un'area di interesse prioritaria per la Haas School of Business dell'Università della California Berkeley e siamo orgogliosi di promuovere questo concorso. Siamo grati e riconoscenti ad ALTIS per tutto il lavoro che svolge per le selezioni italiane che da dieci anni a questa parte svolge in Italia e per aver organizzato e ospitato questa diciannovesima edizione delle Finali Mondiali», ha affermato **Jill Erbland**, GSVC Program Director della Haas School of Business, University of California Berkeley.

«Regione Lombardia ha sostenuto con convinzione la Global Sociale Venture Competition e continuerà a promuovere contest di questo genere. Queste iniziative - capaci di mettere a

confronto giovani che in ogni parte del mondo vogliono fare impresa in modo socialmente responsabile - meritano grande attenzione da parte delle Istituzioni, perché offrono importanti spunti di riflessione e servono a tracciare la via per uno sviluppo più sostenibile», ha commentato il Presidente di Regione Lombardia, **Attilio Fontana**.

A sostegno della manifestazione, oltre a Regione Lombardia, main partner dell'iniziativa, Intesa Sanpaolo, partner storico della GSVC Italy, Impact Hub Milano, Prospera e Réseau Entreprendre Lombardia.

«Intesa Sanpaolo Innovation Center supporta i processi di innovazione e internazionalizzazione delle PMI e lo sviluppo delle startup a più alto potenziale competitivo. Con la StartUp Initiative accompagniamo i 'campioni di domani' in un percorso di crescita che passa attraverso il confronto e la collaborazione con realtà già consolidate e l'incontro con investitori italiani e internazionali. Il sostegno alla Global Social Venture Competition conferma il nostro costante impegno nello sviluppo economico 4.0 del Paese e la nostra attenzione alla Circular Economy e alla Corporate Social Responsibility, con l'obiettivo di diventare la prima Impact Bank al mondo. Siamo particolarmente lieti di essere partner di GSVC fin dalla prima edizione italiana e di aver contribuito a portare a Milano la finale internazionale, un evento che conferma gli importanti risultati raggiunti insieme alla StartUp Initiative nelle 9 edizioni italiane precedenti, nelle quali oltre 80 startup finaliste hanno incontrato più di 800 potenziali investitori, raccogliendo quasi 10 milioni di euro» – dichiara **Maurizio Montagnese**, Presidente Intesa Sanpaolo Innovation Center.

«È stato un onore poter ospitare le Finali mondiali di questa edizione della Global Social Venture Competition che si conferma per noi una partnership strategica per creare valore condiviso e sostenere i giovani, veri motori dello sviluppo», ha aggiunto **Vito Moramarco**, Direttore di ALTIS. «In un'economia globale sempre più dinamica, per i vincitori, ma anche per quanti sono arrivati alla fase finale di questo importante concorso, si prospettano grandi sfide ma sono certo anche grandi successi» ha concluso il Direttore di ALTIS.

Descrizioni delle startup e brevi interviste ai team in gara disponibili online: [bit.ly/GSVC2018-Teams](http://bit.ly/GSVC2018-Teams)

## CONTATTI

**Eleonora Carcascio**  
ALTIS Università Cattolica  
Cell. +39 338 1686078  
[press@gsvc.it](mailto:press@gsvc.it)

**Silvia Persi**  
ALTIS Università Cattolica  
Cell. 348 4985689  
[silvia.persi@unicatt.it](mailto:silvia.persi@unicatt.it)

**INTESA SANPAOLO**  
Media Relations  
Corporate & Investment Banking e International  
Media  
Direzione Relazioni Esterne  
Tel. +39 02 87967504  
[nicola.capodanno@intesaspaolo.com](mailto:nicola.capodanno@intesaspaolo.com)

## Global Social Venture Competition (GSVC)

Giunto ormai alla diciannovesima edizione, la GSVC è un concorso internazionale, ideato e promosso in California dalla HAAS School of Business, UC Berkeley, per creare una sinergia tra mondo accademico, imprenditoriale e finanziario al fine di favorire la nascita e lo sviluppo di imprese in cui sostenibilità economica e impatto sociale e/o ambientale siano integrati nella strategia aziendale, in una prospettiva d'azione win-win. Quest'anno, per la prima volta dalla sua nascita, le finali mondiali della GSVC si sono tenute in Europa a Milano. I 19 team si sono contesi un montepremi di US\$ 80.000 e sono arrivati in Italia dopo aver superato le competition locali, che hanno visto coinvolte 550 idee di business da tutto mondo.

**ALTIS è l'Alta Scuola dell'Università Cattolica del Sacro Cuore** che si occupa di imprenditorialità e management per lo sviluppo sostenibile. Su questi temi, svolge attività di ricerca, consulenza e formazione. ALTIS crede nel valore

dell'imprenditorialità come sviluppo di attività economicamente sostenibili per rispondere alle istanze sociali. Dal 2008 organizza l'Italian Round della Global Social Venture Competition (GSVC). Nel 2010 ha dato il via al progetto E4Impact, creando un network di Executive MBA nell'Africa sub-sahariana che formano impact entrepreneur a servizio dello sviluppo economico e sociale. E4Impact, fondazione nel 2015, oggi opera in 7 Paesi africani, ha formato oltre 680 imprenditori, di cui 33% donne, che hanno generato più di 3.500 posti di lavoro. Dal 2014, ALTIS ha dato vita a un Executive Master in Social Entrepreneurship (EMSE) per formare imprenditori sociali capaci di eccellere nella gestione e sviluppo delle loro organizzazioni. L'EMSE ha formato oltre 100 imprenditori e manager e ha erogato quasi 160.000 euro in borse di studio. ALTIS, inoltre, collabora alla realizzazione del percorso Dr. Startupper, il programma attraverso cui l'università Cattolica prepara i propri studenti post-laurea e dottorandi a sviluppare capacità imprenditoriali.

**Intesa Sanpaolo** è il gruppo bancario nato dalla fusione di Banca Intesa e Sanpaolo IMI, due grandi realtà bancarie italiane caratterizzate da valori comuni che si sono aggregate per crescere, per servire meglio le famiglie e per contribuire ulteriormente allo sviluppo delle imprese e alla crescita del paese.

Intesa Sanpaolo si colloca tra i primissimi gruppi bancari dell'eurozona con una capitalizzazione di mercato di 49,7 miliardi di euro.

Intesa Sanpaolo è leader in Italia in tutti i settori di attività (retail, corporate e wealth management). Il Gruppo offre i propri servizi a 12,3 milioni di clienti avvalendosi di una rete di circa 4.700 sportelli presenti su tutto il territorio nazionale con quote di mercato non inferiori al 12% nella maggior parte delle regioni.

Intesa Sanpaolo ha una presenza selettiva in Europa centro-orientale e nel Medio Oriente e Nord Africa, grazie a circa 1.100 sportelli e 7,6 milioni di clienti delle banche controllate operanti nel commercial banking in 12 Paesi.

Vanta inoltre una rete internazionale specializzata nel supporto alla clientela corporate, che presidia 25 Paesi, in particolare il Medio Oriente e Nord Africa e le aree in cui si registra il maggior dinamismo delle imprese italiane, come Stati Uniti, Brasile, Russia, India e Cina.