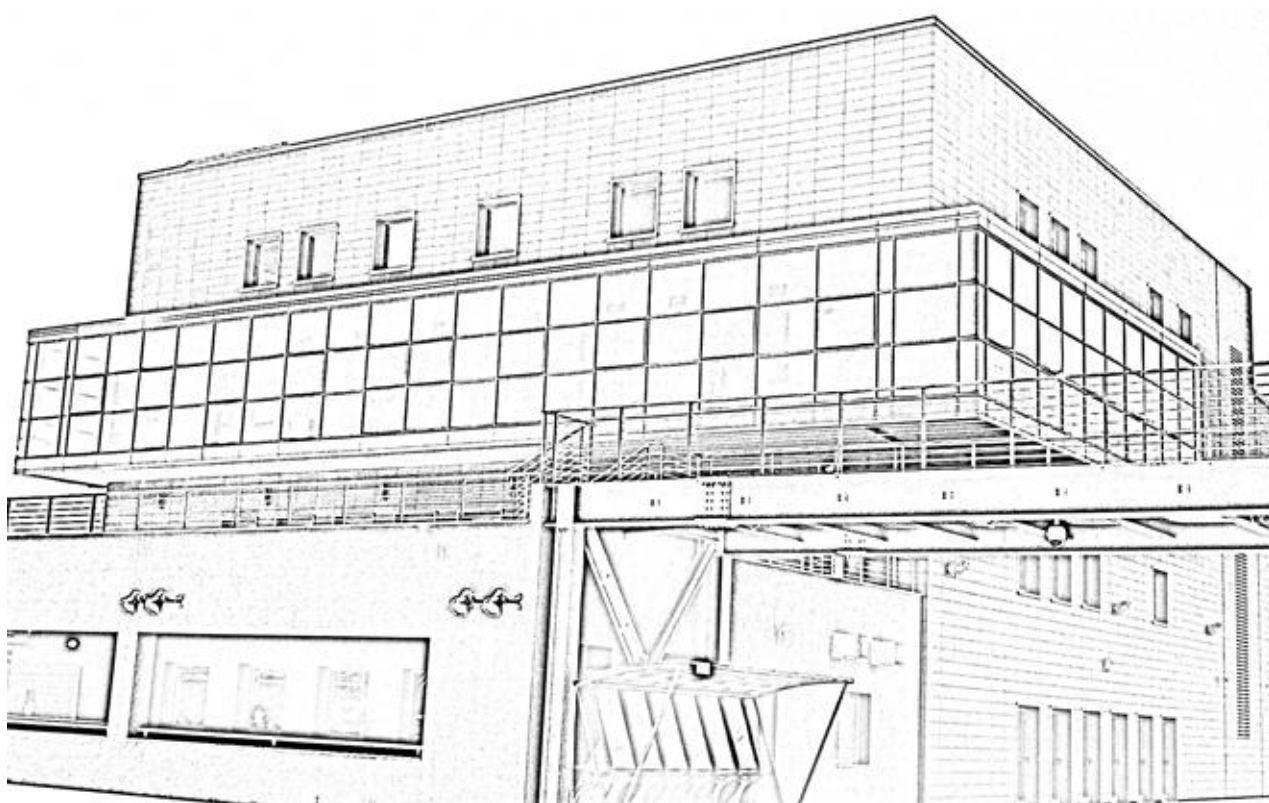

RAPPORTO DI MONITORAGGIO



NATUREXTRA

Esperto 1: Ing. Giuseppe Lombardo

Esperto 2: Dr.ssa Rosanna Tolone

Esperto 3: Dr.ssa Chiara Mustarelli

Visita aziendale: 18/10/ 2011..... **Condivisione rapporto:** 27/10/ 2011

ANALISI AZIENDALE

1. ANAGRAFICA

Azienda:	NATUREXTRA
Forma societaria:	Srl
Data di costituzione:	26/11/2010
Capitale sociale:	€ 10.000
Sede legale:	Via Pasquali 79, 87040 Mendicino (CS)
Sede operativa:	Via Pasquali 79, 87040 Mendicino (CS)
Telefono:	0984494282-0984631949,Fax: 0984494282-0984631767
E mail:	natureextra@natureextra.it - web: http://www.natureextra.it/
Settore:	Ricerca Scientifica nel campo delle scienze naturali
P.IVA	03100560782
Contatti:	Ing. Giacomo Martirano

2. L'AZIENDA E I SUOI PROTAGONISTI

Storia. Missione. Soci (quote sociali, esperienze). Organizzazione. Personale e collaboratori. Le reti di collaborazione e relazioni.

Missione:

NATUREXTRA è un'impresa che nasce dalla collaborazione di ricerca, avviata all'interno del Dipartimento di Scienze Farmaceutiche dell'Università della Calabria, in settori scientifici complementari quali la botanica, la fitochimica e l'informatica applicata al territorio. L'azienda mira a realizzare prodotti innovativi provenienti dalla flora mediterranea, con particolare riferimento alle peculiarità etnobotaniche calabresi, da destinare al mercato farmaceutico, nutraceutico e cosmetologico.

Il capitale sociale è di 10.000€ ed i soci con le relative quote sono:

1. Ing. Giacomo Martirano (Presidente del CdA) con 33%
2. Prof. Giancarlo Statti con 33%;
3. Dr. Dimitar Ouzounov con 33%;

Organizzazione:

La società presenta un consiglio di amministrazione i cui soci sono o Presidente (Ing. Martirano) o consiglieri (Prof. Statti e Dr Ouzounov). In particolare:

- l'ing Martirano, già direttore tecnico di Epsilon Italia srl, ha responsabilità per l'area commerciale e finanziaria;
- il prof Statti, docente dell'Unical, riveste il ruolo di responsabile dell'area R&D;
- il Dr. Ouzounov, docente a contratto presso l'UNICAL ed amministratore delegato della Chlora s.a.s, è il responsabile dell'area produzione.

I tre soci impegnano circa il 40% del loro tempo per svolgere attività all'interno dell'azienda. NATUREXTRA non ha alcun dipendente ed è inattiva dal punto di vista fiscale.

3. I PRODOTTI / SERVIZI E LE TECNOLOGIE

Prodotti/Servizi. Stadio di sviluppo. Sviluppi futuri (obiettivi, tempi). Tecnologie innovative. Processi produttivi. Attrezzature, metodologie. R&S e servizi innovativi.

Ad oggi NATUREXTRA non presenta alcun prodotto per essere commercializzato. I prodotti, in fase di sviluppo e caratterizzazione, sono principalmente estratti innovativi provenienti dalla flora mediterranea, con particolare riferimento alle peculiarità etnobotaniche calabresi, da destinare al mercato farmaceutico, nutraceutico e cosmetologico. Il know-how principale dell'azienda si concentra sull'accurata conoscenza del territorio calabrese, una approfondita conoscenza delle proprietà delle piante calabrese e l'implementazione di tecniche specializzate per estrarre i principi attivi. Il know-how è brevettabile ma ancora l'azienda non ha avviato alcuna procedura, né tantomeno ha fatto una ricerca di anteriorità.

L'azienda, inoltre, non possiede alcun processo produttivo ed usufruisce dei laboratori dell'UNICAL per estrarre dei *dimostratori*. Nel contempo l'azienda presenta un alto grado di consapevolezza delle normative e certificazioni che servono per avviare una linea produttiva e quindi della loro successiva commercializzazione.

4. IL MERCATO

Sbocchi di mercato potenziali/attuali. Concorrenti. Accordi e collaborazioni tecnologiche e commerciali. Commesse e progetti attivati / da attivare.

Il mercato di riferimento è stato individuato in aziende farmaceutiche, cosmetologiche e nutraceutiche presenti sul territorio nazionale e/o internazionale di dimensioni piccole o media che non presentano, al loro interno, un dipartimento di ricerca e sviluppo.

Collaborazioni:

L'azienda ha avviato collaborazioni con imprese agricole locali e con associazioni di categoria (CIA e Confagricoltura) per la raccolta e autocertificazione della materia prima. NATUREXTRA, ha inoltre avviato dei primi contatti con imprese di trasformazione/produzione nei settori di interesse le cui trattative , però, non sono andate a buon fine.

Bandi pubblici:

Nell'ultimo hanno l'azienda ha presentato qualche progetto a livello Nazionale (bandi del MISE ed bandi Ministero dell'Ambiente) ed Internazionale (FP7), in partenariato con UNICAL o altre imprese, per il finanziamento delle sue attività. Inoltre l'azienda ha perfezionato un accordo di collaborazione con CLASS ONLUS, finalizzato alla partecipazione congiunta a progetti e iniziative in campo ambientale.

Ad oggi, però, l'azienda non risulta vincitrice di alcuna iniziativa presentata.

Promozione e pubblicità:

Nessuna promozione sui sul know-how o sui prodotti in fase di sviluppo.

ANALISI SWOT

Confronto con gli sviluppi previsti nel Business Plan. Aggiornare e discutere l'analisi SWOT.

Punti di Forza

- Alta competenza tecnica-scientifica;
- Conoscenza di gestione amministrativa e dei permessi necessari per avviare l'attività produttiva e di commercializzazione dei prodotti;
- Conoscenza della etnobotanica calabrese;

Debolezze

- Assenza di team leader
- Soci dedicano poco tempo all'attività dell'azienda;
- Assenza di personale a contratto;
- Nessun avvio di procedura per la protezione dell'attività intellettuale;
- Alto costo per realizzare una catena di produzione

Opportunità

- Possibilità di avviare partenariati con Laboratori di Ricerca;
- Possibilità di attrarre stagisti/tirocini;
- Presenza di una realtà stimolante (incubatore TECHNEST, Università, LIO, SPIN) per avviare nuovi prodotti di business, nuovi contatti di natura commerciale e non, e la possibilità di avviare partenariati con altri spin-off e conoscere advisor e mentor tecnologici.

Minacce

- Materia prima vincolata al ciclo produttivo/stagionale delle piante;
- La materia prima deve essere trasformata entro un intervallo di tempo determinato altrimenti il suo principio attivo si deteriora;
- Prodotto vincolato fortemente al territorio Calabrese e ciò comporta alti costi di trasporto poiché i potenziali clienti sono tutti fuori regione.

ACTION PLAN

Descrivere le azioni da realizzare (obiettivi, contenuti, service providers,)

L'azienda presenta un alto potenziale di sviluppo dovuto alle alte competenze tecniche e scientifiche maturate negli anni. Presenta un elevato background scientifico ed accordi con Dipartimento di Scienze Farmaceutiche dell'UNICAL. Tuttavia ad oggi non si presenta come una *realtà aziendale* basata sulla produzione e commercializzazione di un prodotto. C'è assenza di team leader, consapevole delle dinamiche di spin-off, e capace di promuovere l'azienda. I soci dedicano relativamente poco tempo alla vita societaria e l'azienda necessita, gioco forza, almeno una/due unità tecnico/scientifico e commerciale per avviarsi. E' essenziale cominciare ad avviare le procedure di protezione del know-how sviluppato cominciando a realizzare delle ricerche di anteriorità per comprendere se ciò che si sta sviluppando sia innovativo (dalla discussione è emerso che il know-how si basa su nuove tecniche di estrazione di principi attivi – quindi nuova procedura). Bisogna cominciare a realizzare una famiglia di brevetti basata sulla tecniche estrattiva ed almeno uno/due brevetti incentrati sul prodotto: ciò servirà per contattare Business Angels e/o Venture Capital e quindi trovare fondi per avviare una piccola catena produttiva.

I prodotti di NATUREXTRA si basano principalmente sulla materia prima vegetale che, gioco forza, è fortemente vincolata al suo ciclo stagionale. Pertanto si consiglia di poter prevedere più linee di prodotto diversificate per ciclo stagionale in modo tale da poter operare durante tutto l'arco annuale. Tuttavia l'azienda soffre anche di una debolezza intrinseca: il suo know-how si basa sulla forte conoscenza della specie etnobotaniche calabresi. Ciò comporta che i loro prodotti si basano solo ed esclusivamente su peculiari specie di flora vegetale. Si consiglia di trovare nuove tecniche e/o metodologie e/o specie di flora vegetali tali per cui i prodotti siano più facilmente accessibili a livello nazionale. Si consiglia per questo di visionare ed andare a trovare la realtà produttiva del Dr. Francesco Tassone (personal factory) che ha innovato il settore delle malte introducendo una innovativa miscela ed una macchinario che si personalizza in funzione delle esigenze del cliente finale.