

La vitalità della Tiburtina Valley oggi si riflette anche nell'attività di piccole imprese sorte all'ombra dell'università della capitale



Dall'area, che registra il maggior numero di ricercatori e laureati nel Paese, escono soluzioni in grado di attrarre l'interesse del mercato

STARTUP

INDUSTRIA LE SOCIETÀ NATE DALLA RICERCA PUBBLICA

PATRIZIALICATA

Roma è l'area con la maggiore concentrazione di ricercatori, strutture di ricerca pubblica e università pubbliche del nostro Paese; nell'area della capitale si registra anche il maggior numero di laureati ogni anno.

Qui, nella Tiburtina Valley, la zona high-tech della metropoli che vede presenti le maggiori aziende italiane dell'industria aerospaziale, della difesa e delle telecomunicazioni, ha sede la Raptech, uno spin-off nato nell'ambito del Progetto Business Lab della Filas, all'interno del dipartimento di Ingegneria elettronica dell'Università di Roma Tor Vergata, dall'iniziativa di giovani ricercatori - Maurizio Manenti, Marco Berliocchi, Alessandro Bolognesi - e professori universitari - Aldo Di Carlo e Paolo Lugli. La Raptech opera nel settore delle comunicazioni wireless, in particolare Rfid e ZigBee. L'idea lanciata

Fronte del wireless per gli spin-off di Roma

Raptech e Wave, aziende nate in seno all'Università di Tor Vergata

e realizzata da Raptech è quella di mettere ordine negli uffici utilizzando minuscoli chip a radiofrequenza posti sui libri o sulle pratiche. Il sistema sviluppato da Raptech, chiamato "ArchiviaTech", permette di ritrovare un qualsiasi volume o dossier tra decine di migliaia di altri oggetti indicandone esattamente la posizione con dei chip.

Sempre nella Tiburtina Valley ha sede un altro importante spin-off, divenuto una delle poche aziende italiane del WiMax, la Wave Advanced Technology Applications. L'idea

risale al 2002: nel progetto di circuiti elettronici per ripetitori a microonde, utilizzati per la trasmissione del segnale televisivo e per il collegamento delle stazioni Gsm, gli ingegneri Sergio Arena e Tommaso Cavanna si rendono conto della criticità nell'uso delle frequenze radio per servire un numero di utenti sempre crescente che richiede comunicazioni digitali ad alta velocità.

Con l'aiuto del Business Lab, finanziato dalla Filas, e il patrocinio di Ernesto Limiti del Dipartimento di Ingegneria elettronica dell'Uni-

versità di Roma Tor Vergata, i due ricercatori si dedicano all'ingegnerizzazione di un chip predistorsore utilizzato per aumentare la linearità dei trasmettitori impiegati nelle nuove trasmissioni digitali. Nel febbraio 2005 nasce la Wave; in pochi mesi diventa un fornitore di soluzioni high-tech "made in Italy" in un mercato dominato dalle compagnie statunitensi e d'Oltralpe e viene scelta come partner di grandi aziende del settore aerospaziale e dell'Università Tor Vergata in alcuni progetti dell'Agenzia Spaziale

Italiana, per la progettazione di circuiti integrati a microonde; nel 2006 viene selezionata, insieme ad un'altra decina di aziende italiane, per la partecipazione agli Industry Space Days indetti dall'Esa.

Attualmente la Wave è coinvolta in un progetto di sviluppo di moderni ricetrasmittitori satellitari commissionato dall'Agenzia Spaziale Italiana, in collaborazione con l'Università Tor Vergata, il Politecnico di Torino e la ThalesAlenia Space Italia.

All'inizio di quest'anno è stato commercializzato il primo ricetrasmittitore-access point WiFi della Wave: WaveNet, uno dei pochi prodotti "made in Italy" di questo tipo oggi presenti sul mercato. I piani per il futuro prevedono ulteriori sviluppi nel campo della progettazione di circuiti integrati per l'aerospazio, per la televisione digitale terrestre e per il WiMax. ■

**SAS FORUM
ITALIA 2007**

17 - 18 ottobre 2007

Milano Convention Centre
Fiera Milano City

TALENTO, CULTURA, INNOVAZIONE

LA COMBINAZIONE VINCENTE PER L'INTELLIGENCE AZIENDALE

BUSINESS INTELLIGENCE ANALITICA E GRAFICA

PERFORMANCE MANAGEMENT

CUSTOMER INTELLIGENCE

RISK MANAGEMENT

INFORMATION MANAGEMENT

HR INTELLIGENCE

FORECASTING

TALENTO. Il valore che nasce dall'esperienza.

Testimonianze delle aziende che utilizzano la Business Intelligence.

CULTURA. Le informazioni come asset strategico.

Convegni e sessioni parallele per comprendere il valore competitivo dei modelli analitici.

INNOVAZIONE. Il cambiamento come fattore di sviluppo.

Nuove modalità per raccogliere, immagazzinare, analizzare e distribuire le informazioni.



ISCRIVITI

www.sas.com/italy

Per informazioni:
numero verde 800-179077
sasforum@ita.sas.com

sas

THE
POWER
TO KNOW.