

I **vassoi** che colorano gli aeroporti (e rendono i nostri voli più sicuri)

Controlli rapidi e tracciatura Rfid con la tecnologia della startup [One.Tray](#)

Ilaria Liberatore

Chi è



Federico Kluzer è uno degli ideatori delle ceste [One.Tray](#) insieme ad Alessandro Pedote, Nicolò de Brabant e Giovanni Scolari. La loro idea ha preso il volo grazie a Speed Me Up

Le utilizziamo ogni giorno per viaggiare, ci mettiamo sopra i nostri oggetti più personali, dal cellulare al portafoglio, dall'orologio alle scarpe. Difficilmente avremmo immaginato che l'innovazione potesse passare anche da loro e, anzi, la maggior parte delle volte, le abbiamo usate di fretta e un po' annoiati, presi dalla voglia di partire.

Stiamo parlando delle ceste che si utilizzano negli aeroporti durante i controlli di sicurezza. Ed è da questi oggetti un po' bistrattati che sono partiti quattro giovani imprenditori italiani — Federico Kluzer, Alessandro Pedote, Nicolò de Brabant e Giovanni Scolari — per realizzare la loro prima startup: [One.Tray](#). [One.Tray](#) produce la prima cesta interamente brandizzabile e flyer-

friendly, disegnata ad hoc per i controlli di sicurezza di ciascun aeroporto, per rendere le noiosissime procedure d'imbarco più piacevoli e snelle.

Si tratta di una cesta completamente personalizzabile, realizzata con una fibra di tessuto lavorata (già utilizzata nel settore dell'edilizia), dove la pubblicità viene direttamente stampata sull'oggetto, diventando il contenitore stesso, che può avere lo stesso colore e il logo del brand. «La tecnica produttiva che abbiamo brevettato ci ha permesso di adattarla a qualsiasi macchinario utilizzato nelle *security* aeroportuali, anche alle nuove rulliere automatizzate che stanno diventando lo standard di settore da un paio d'anni a questa parte», spiega a *Corriere Innovazione* Federico Kluzer, cofondatore e managing director di [One.Tray](#). Gli aeroporti in questo modo hanno un prodotto più leggero e maneggevole, che facilita il lavoro degli addetti alla sicurezza.

L'intuizione è venuta «perché viaggiando molto in aereo, ci siamo chiesti come si poteva migliorare l'esperienza dei passeggeri ai controlli di sicurezza, un momento che, in quanto passaggio obbligato, non può essere evitato», racconta Kluzer. Un'idea «semplice» ma dalla difficile realizzazione — per costruire il primo prototipo ci sono voluti quattordici mesi, e «continuiamo costantemente a lavorare per migliorare il prodotto» fanno sapere gli startupper — che ha spiccato il volo grazie all'edizione 2015 di SpeedMiUp, il programma di accelerazione dell'Università Bocconi, del Comune di Milano e della Ca-

mera di commercio di Milano.

[One.Tray](#) sembra piacere a tutti: chi viaggia, agli aeroporti e ai brand che vi si sponsorizzano (tra questi MasterCard, Telecom Italia, Fastweb, M&G Investments, IWBANK, Sisalpay, Netflix, AirFrance, Lufthansa e Gallo). Nel giro di due anni, partendo dai due più importanti aeroporti nazionali, quelli di Milano e Roma (attraverso le rispettive società di gestione aeroportuale Sea e Adr), la startup è riuscita a costruire una rete di quindi-

Il piano industriale

L'azienda ha raggiunto il «break even point» in 6 mesi e punta ai 10 milioni in quattro anni ci aeroporti italiani, con un traffico di circa 120 milioni di passeggeri all'anno (i dati si riferiscono al 2016: +15% sul 2015), pari a circa l'80% di tutto il traffico aeroportuale italiano. Gli aeroporti non hanno costi aggiuntivi, ma anzi ricavi in più, perché [One.Tray](#) condivide con loro le royalties. Le aziende apprezzano il fatto che la classica cesta si trasformi «in una piattaforma comunicativa, che associa il loro brand ad un servizio migliore, in esclusiva, in un rapporto *one-to-one* con il proprio target di riferimento, all'interno di un contesto premium come quello aeroportuale — spiega Kluzer —. Inoltre, l'opportunità che offriamo alle aziende è quella di lavorare con i loro grafici con il fine di realizzare progetti ad elevato Dna creativo. Il tutto anche con il supporto della tecnologia *eye-tracking* per identificare dove posizionare correttamente gli elementi grafici». Un successo

che ha permesso all'azienda di raggiungere il *break even point* a soli sei mesi dalla nascita, mentre nel medio periodo, tre quattro anni, mira a un giro d'affari pari a 10 milioni di euro, grazie alla «realizzazione di un importante progetto di internazionalizzazione che punta ad intercettare 400 milioni di passeggeri l'anno», svela Kluzer.

Intanto i *fab four* di **One.Tray** hanno appena lanciato la seconda versione del prodotto, realizzata con un materiale composito ancora più leggero, resistente e silenzioso, che «consente una

maggiore trasparenza ai raggi X, quindi un miglioramento della sicurezza, e sono in grado di supportare la tecnologia Rfid, posizionata all'interno della fibra, utilizzata per comunicare con le rulliere automatizzate sulle quali le ceste scorrono ed il relativo software», spiega Kluzer. Inoltre il prodotto ora è interamente differenziabile nei colori, nella grafica e nelle dimensioni, per soddisfare le diverse esigenze degli aeroporti e per migliorare l'esperienza del passeggero (ad esempio realizzandone modelli diversi per i varchi fast-track o per contenere og-

getti specifici come le scarpe).

Il prossimo obiettivo di Kluzer, Pedote, de Brabant e Scolari è ottenere la piena sostenibilità ambientale: «Stiamo cercando di definire una modalità produttiva per cui le ceste vengano realizzate con materiale non solo riciclabile, ma anche interamente riciclato. Il nuovo aggiornamento del prodotto — che rimane in continua evoluzione — avrà sicuramente questa importante caratteristica, in aggiunta a tutte le altre».



Viaggiando molto ci siamo chiesti come migliorare l'esperienza dei passeggeri durante i controlli

Le aziende apprezzano il fatto che la classica cesta ora si possa trasformare in una piattaforma comunicativa

