

Dal Ticino l'intelligenza digitale che porta le persone all'aria aperta

Matteo Pellissone racconta la crescita di Crion, l'ecosistema digitale nato a Lugano che aiuta persone, aziende e territori a trasformare il desiderio di vivere l'outdoor in esperienze concrete. Oggi Crion collega oltre 1.500 professionisti verificati e più di 2.000 attività in nove Paesi e sta sviluppando con SUPSI una nuova componente di intelligenza artificiale per valorizzare il territorio.

conoscere i costi e capire come raggiungere la destinazione. «Tutte queste variabili possono diventare un ostacolo», conferma Matteo Pellissone, cofondatore della società, cresciuto in Inghilterra e stabilmente a Lugano dal 2014, con una forte passione per il territorio che lo ha portato a diventare vicepresidente di AITI Up, con la quale aiuta quasi 60 startup ticinesi nel loro percorso di crescita. «Entrando in Crion si

proposte da professionisti certificati e verificati. Si possono prenotare lezioni di sci e arrampicata, escursioni, tour in mountain bike, passeggiate a cavallo, canyoning, parapendio e molte altre attività. L'obiettivo è rendere semplice la ricerca, ma soprattutto aiutare l'utente a scegliere un'esperienza coerente con le proprie capacità e aspettative». Crion nasce come marketplace, ma il suo modello di sviluppo è sempre più B2B2C. Attraverso il Partner Hub, brand outdoor e destinazioni possono attivare le proprie comunità offrendo esperienze selezionate e prenotabili, integrate nei loro canali digitali. «Mettiamo a disposizione la nostra tecnologia e la rete di professionisti verificati per permettere ai partner di trasformare il coinvolgimento della community in attività reali sul territorio», precisa Pellissone. Tra le collaborazioni sviluppate da Crion figurano Helly Hansen, Smith Optics del gruppo Safilo ed Elan, storico marchio di sci. L'iscrizione alla piattaforma è gratuita, ma la pubblicazione delle attività è sottoposta a controlli precisi. «Ogni professionista deve presentare un certificato aggiornato e un'assicurazione di responsabilità civile», spiega. «Alle aziende e alle associazioni

chiediamo anche la documentazione societaria. Ma, oltre alle qualifiche, la relazione personale conta molto. Per questo permettiamo all'utente di conoscere in anticipo il professionista attraverso il profilo, la biografia, l'esperienza e i suoi canali social. Vogliamo che possa scegliere non soltanto un'attività, ma anche la persona con la quale condividerla». A questo canale si aggiunge una proposta dedicata al welfare aziendale. Le imprese possono acquistare voucher da distribuire ai collaboratori, che li utilizzano su Crion per prenotare un'attività all'aperto. «È un modo per trasformare il welfare in un beneficio concreto», dichiara, «legato al benessere, al movimento e al rapporto con la natura. I datori di lavoro, in questo

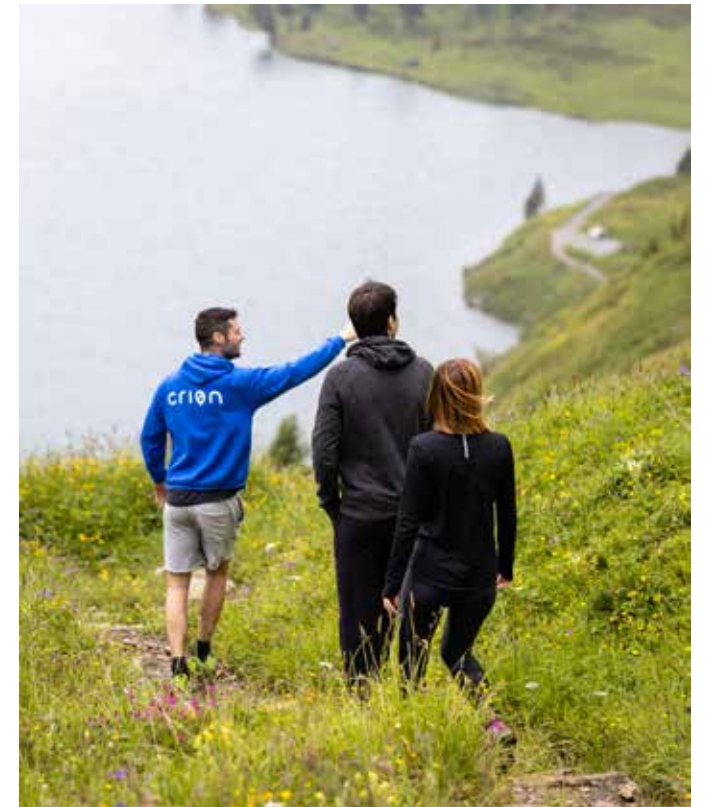
modo, diventano un vettore di impatto positivo sul territorio». Alla base di Crion si trova una lunga storia di amicizia e di passione per la montagna. Matteo Pellissone e Carlo Gerbino si conoscono da quando avevano cinque anni e sciavano sulle piste di Limone Piemonte. Entrambi sono stati atleti, maestri e allenatori di sci, continuando poi a esplorare il mondo dell'outdoor dalla Patagonia alla Nuova Zelanda, dall'Alaska al Giappone. «Nel frattempo abbiamo seguito percorsi professionali differenti», ricorda Pellissone. «Io sono cresciuto nel mondo finanziario e di pianificazione strategica in un gruppo multinazionale. Carlo Gerbino, che è ingegnere e segue la componente tecnologica di Crion, ha lavorato nella consulenza e successivamente in UBS». Durante i loro viaggi hanno continuato a osservare la distanza esistente tra le persone che vivono nelle città e i professionisti attivi nei territori mon-



Milioni di persone vorrebbero trascorrere più tempo all'aria aperta, ma

spesso l'intenzione non riesce a trasformarsi in azione. Bisogna scegliere l'attività, valutarne le difficoltà, trovare un professionista affidabile,

selezionano la località, la data e il tipo di attività desiderata. Sono disponibili oltre duemila esperienze in nove Paesi e in più di cento località,



tani. La pandemia ha reso questa frattura ancora più evidente: mentre cresceva il desiderio di stare all'aperto, molti professionisti della montagna non potevano lavorare. «Da questa contraddizione è nata l'idea di costruire un collegamento digitale tra domanda e offerta», conferma. Inizialmente Crion era un progetto sviluppato nelle ore serali e durante i fine settimana. L'incontro con il sistema regionale dell'innovazione ha contribuito a trasformarlo in una vera impresa. «Nel 2021 sono entrato in contatto con Barbara Pin, responsabile di Boldbrain Startup Challenge, che si è appassionata all'idea e mi ha convinto a partecipare al programma», racconta ancora Matteo. «Siamo arrivati in finale e quell'esperienza si è dimostrata decisiva. Boldbrain ci ha dato i primi strumenti per strutturare una startup, ma soprattutto la consapevolezza che il progetto potesse avere un impatto concreto. Un altro momento determinante è arrivato nel 2023, durante una presentazione pubblica. Dichiarai che non stavamo cercando capitali, ma contatti capaci di aiutarci a diffondere la nostra missione ma al termine dell'incontro due investitori ci proposero, insieme al proprio network, anche un sostegno finanziario». È nato così il primo round, che ha permesso ai fondatori di lasciare le precedenti occupazioni, dedicarsi completamente al progetto e trasformare la società in Crion SA. «Oggi siamo presenti in nove Paesi, lungo l'intero arco alpino, nei Pirenei e in Scandinavia», conferma Pellissone. Abbiamo più di millecinquecento professionisti verificati, oltre sessanta ambassador tra atleti, content creator e operatori locali. Alle collaborazioni con Helly Hansen si sono aggiunte quelle con Smi-



th Optics del gruppo Safilo, Elan e il gruppo svizzero Nidecker. Crion ha inoltre ricevuto il sostegno della Fondazione Milano Cortina 2026, partecipato all'Impact Club di Impact Hub Ticino e sta avviando una collaborazione con Bellinzona e Valli Turismo per valutare l'applicazione della nostra tecnologia alla digitalizzazione dell'offerta locale». «Abbiamo vinto un Innovation Booster promosso da Innosuisse con un progetto dedicato al welfare aziendale e, nel 2026, ottenuto un assegno per l'innovazione da CHF 15.000 per realizzare con SUPSI uno studio di fattibilità sull'evoluzione della componente di intelligenza artificiale. Microsoft for Startups ci ha inoltre riconosciuto un finanziamento in crediti Azure e accesso al supporto tecnico necessario per accelerare lo sviluppo». Crion coinvolge inoltre studenti e neolaureati dell'Università della Svizzera italiana nelle attività di comunicazione e marketing. La valorizzazione del territorio costituisce uno degli aspetti più originali del progetto. «Esistono centinaia di professionisti che operano ogni giorno sul territorio, ma spesso non dispon-

gono di strumenti digitali né dell'accesso ai grandi canali di comunicazione», dichiara Pellissone. «Promuovere una regione significa anche sostenere chi vi lavora, digitalizzare l'offerta e rendere accessibili esperienze che altrimenti resterebbero sconosciute». La prossima evoluzione di Crion sarà legata all'intelligenza artificiale e segnerà il passaggio a vero strumento di orientamento. «Il marketplace tradizionale si limita a mettere in contatto domanda e offerta, ma grazie all'intelligenza artificiale vogliamo invece aiutare direttamente l'utente a decidere». Per realizzare questa evoluzione, rafforzare i canali B2B e ampliare la distribuzione internazionale, Crion ha aperto un round seed da CHF 1,2 milioni. «Una prima parte dei capitali è già stata raccolta e stiamo dialogando con nuovi investitori e partner strategici», conclude Pellissone. «Cerchiamo persone e organizzazioni che condividano la nostra visione: utilizzare tecnologia e intelligenza artificiale per aiutare più persone a stare meglio all'aria aperta, generando allo stesso tempo nuove opportunità per professionisti e territori». 