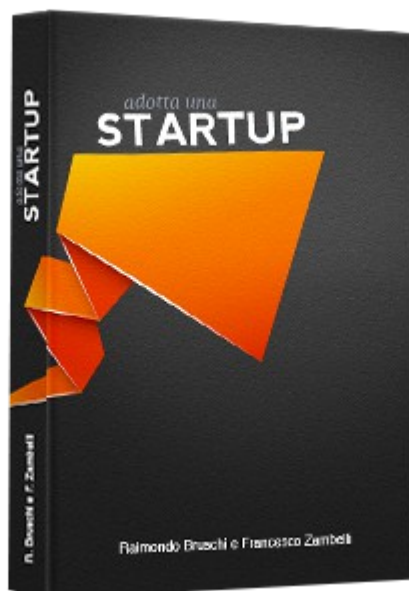


Adotta una start-up

versione 0.3 in rilascio continuo



Di Raimondo Bruschi e Francesco Zambelli

Dedicato agli imprenditori che non si stancano mai di lanciarsi in nuove imprese, con l'entusiasmo di raccogliere ogni sfida per trovare nuove strade per fare profitti.

Dedicato alle start-up che non cercano una exit strategy, ma una entry strategy nel mondo imprenditoriale.

Indice generale

1	Nascita di questo documento.....	4
2	Introduzione al modello "Adotta una start-up".....	7
3	Imprese e start-up: insieme per trovare una via d'uscita alla crisi.....	15
3.1	Cosa sono le startup.....	15
3.2	Cosa c'entrano le startup con le imprese	17
3.3	Il Grande Fratello delle startup.....	20
3.4	Adotta una start-up si addice al mercato degli investitori?.....	23
4	L'innovazione nelle imprese tradizionali.....	26
5	Servizi Internet Srl.....	29
5.1	Faxtomail.....	30
6	Adotta una startup: cosa significa in sintesi.....	31
6.1	Quali possono essere gli elementi che consentano il “matrimonio d'interesse” tra impresa e collaborazioni con nuove figure?.....	32
6.2	Come si sono regolate finora le imprese che hanno già sperimentato questo modello?	32
6.3	Percorso ipotetico di nascita della collaborazione.....	33
7	Altre storie di startup che fanno rete e si finanziano fuori dai circuiti a cui siamo soliti pensare.....	34
7.1	Talent Garden, da Brescia all'Europa.....	34
8	I soggetti dell'innovazione. Ripensiamo i loro ruoli. Cosa può fare il modello Adotta una startup per loro.....	37
8.1	Interessati:.....	37
8.1.1	Start-up:	37
8.1.2	Azienda tradizionale chioccia/ incubatrice:.....	37
8.2	Coinvolti.....	39
8.2.1	Venture capital /Business Angel /Agenzie. Pratiche Finanza Agevolata/Para o bancarie.....	39
8.2.2	Pubblica amministrazione, Stato, Enti locali.....	39
8.2.3	Promotori, media, giornalisti, blogger, opinionisti di rete, politici, finanziari, Associazioni di categoria orizzontali e verticali, forum, sindacati, Università' e scuole di formazione, consorzi di promozione/ricerca.....	40

Istruzioni: seguire il flusso centrale del testo, in caso di testo incolonnato leggere la colonna d'interesse

Imprenditori

Startupper

Imprenditori

Startupper

Istruzioni: seguire il flusso centrale del testo, nel caso di testo incolonnato leggere la colonna d'interesse

Adotta una startup

pag 3

1 Nascita di questo documento

Questo libro nasce prima di tutto da un desiderio di fare impresa/innovazione: quello di un ragazzo che trent'anni fa avrebbe voluto mettere in commercio una lampadina per illuminare il bauletto anteriore della mitica Vespa. Questo ragazzo come avrebbe potuto produrre questa lampadina geniale (dato che tutti i possessori del motorino Piaggio ne capivano l'utilità e ne sentivano il bisogno)? In che modo avrebbe potuto distribuire il suo prodotto? Solo con il tempo e molte imprese dopo, quel ragazzo diventato imprenditore ha trovato la risposta a queste domande.

Un libro ha sempre uno scopo e solitamente è quello di esporre le proprie idee. Non facciamo eccezione. Abbiamo cercato di tenerlo snello, leggero, fruibile, abbastanza breve da poter essere letto su uno schermo ma anche abbastanza lungo da meritare di essere stampato. Diviso in alcuni casi a seconda degli interlocutori: troverete incolonnate a sinistra le considerazioni dedicate agli imprenditori "tradizionali", a destra le considerazioni dedicate agli startupper.

Quando è nata la task force sull'innovazione e le start-up, Bruschi ha chiesto a Zambelli (collaboratore del team di comunicazione di Servizi Internet srl) di formalizzare il suo flusso di pensiero in un documento ricevibile. Dalle due pagine iniziali sono nati gli articoli sui giornali e, ora, questo documento. Anzi, questo "manifesto".

Questo manifesto viene scritto con l'obbiettivo ambizioso di fornire indicazioni utili su come potrebbe in Italia crescere un mercato favorevole allo sviluppo di idee innovative.

Un libro recentemente ha fatto fortuna raccontando come la Silicon Valley abbia generato un ecosistema molto particolare, e ha descritto quel modello per capire cosa lo differenzia dal resto del mondo.

Ci sembra che anche l'Italia abbia delle caratteristiche peculiari da offrire.

Il modello delle scuole bottega ha permesso di generare professionisti e piccoli imprenditori per decenni, anzi per centinaia di anni se aggiungessimo ai classici settori imprenditoriali anche l'arte e l'architettura. Le idee partite dai nostri garage hanno conquistato il mondo nel corso del

Novecento in settori come motori, cibo, design, moda, manifatturiero... anche se ultimamente di queste imprese ne sembrano restare sempre meno all'interno dei nostri confini.

Vogliamo fornire alcuni esempi di come si possa far crescere la propria idea imprenditoriale con l'aiuto e la passione di chi ha già fatto impresa, e ha bisogno di nuovi spunti e lanci. Con l'aiuto di chi ha bisogno di entusiasinarsi ancora per rilanciare. Vogliamo spiegare che quando si lancia un business lo scopo non può essere solo quello di essere comprati da Facebook o Google, e che anzi realizzare una propria impresa permette di ricevere soddisfazioni enormi anche senza volare oltreoceano.

Vogliamo fornire alcuni esempi di come le imprese possono innovare e restare competitive con pochi investimenti. Questo è possibile quando avviene l'incontro con la passione e la competenza di giovani innovatori disposti a rischiare pur di realizzare i loro sogni e i loro modelli di business. Aiutare una start-up a nascere può realizzare uno sbocco in un canale non ancora previsto e nuovi profitti in settori non immaginati.

Il nostro documento si rivolge agli imprenditori. Imprenditori vecchi e nuovissimi.

È un libro che non propone "exit"

ma "entry": entrata nel grande mercato dell'imprenditoria.

È un libro che propone una via d'uscita alla crisi seguendo strade più praticabili di tanti discorsi che vengono fatti e di tanti annunci che restano parole gettate al vento.

Cercheremo nelle prossime pagine di evidenziare delle luci e delle ombre, senza metterci contro nessuno. Non abbiamo nessuna pretesa di essere esaustivi e anzi partiamo proprio dal presupposto di raccontare solo ciò che conosciamo.

Oggi in tutta Italia ci sono imprenditori che si chiedono come poter uscire dalla crisi e ci sono sognatori che vorrebbero realizzare le loro idee. Auguriamo un felice incontro a queste due categorie e decidiamo di non stampare questo libro nel settembre 2012, data di rilascio della primissima edizione, proprio per darci la libertà di raccontare nelle edizioni successive tutte le storie che ci racconterete, di esperimenti e di successi, quando anche voi prenderete come esempio il modello

Adotta una startup

2 Introduzione al modello "Adotta una start-up"

Quello che vi proponiamo è di aprire le porte della vostra azienda a giovani innovatori che non sanno come partire.

Il modello che proponiamo è quello dell'adozione di una start-up da parte di un'impresa già esistente. Un'opportunità importante per un'impresa: riuscire a coniugare l'innovazione e il rinnovamento cercando nuove strade alternative nella gestione di ricerca e sviluppo, nei costi e investimenti, con lo scopo di aprire nuove brecce nei mercati di riferimento o in mercati che non erano stati presi in considerazione.

Si tratta di un modello già sperimentato: racconteremo alcuni esempi nel corso del libro.

Molte cose suoneranno nuove o mai sentite a voi imprenditori, soprattutto a quelli che vengono dal mondo della produzione fisica e che non sono appassionati di internet e nuovi canali di comunicazione.

Proprio a voi cercheremo di spiegare che cosa sono le start-up (possiamo intanto semplificare con la frase "nuove imprese che puntano sull'innovazione") e quali sono le loro difficoltà iniziali nell'avvio di impresa. L'adozione

che viene proposta non è un atto di carità: è un'occasione per fare nuovi profitti anche se condivisi con altri imprenditori.

Tra le altre cose cercheremo di fornirvi alcune note lessicali perché attualmente manca un linguaggio comune tra imprenditori navigati e nuovissimi.

Potete fare due cose distinte: aprire la porta a chi suona il campanello e vi propone delle idee da realizzare con il vostro aiuto. Oppure potete continuare a lavorare nel vostro business senza preoccuparvi di nulla. Almeno fino a che questa crisi, o la prossima, non potrebbe costringervi a ripensare almeno in parte i vostri prodotti.

Se invece siete curiosi e ogni volta che c'è un'opportunità di guadagno volete almeno dare un'occhiata, proseguite nelle pagine successive. Abbiamo tenuto incolonnati a sinistra i paragrafi dedicati specificatamente a voi. Questo non toglie che se volete potete continuare a leggere anche l'altra colonna.

Prima di continuare preferiamo spiegare in estrema sintesi questo modello.

A voi imprenditori diciamo: date a dei giovani con delle buone idee una scrivania, un telefono, un ufficio, un brand come parte del

vostro core business. Fateli fatturare ai clienti usando la vostra società, fate segnare le loro spese e i loro ricavi alla vostra segretaria di amministrazione. Parlate con loro, dategli i contatti dei vostri clienti potenzialmente interessati, guidateli nei loro contratti e nelle loro prime vendite.

Date loro uno stipendio non appena c'è un guadagno, coprite le spese non appena c'è la possibilità, dividete i profitti quando ci saranno. Trattateli come se fossero imprenditori responsabili di una divisione della vostra azienda. Se il prodotto funzionerà, avrete trovato una nuova strada per un business a cui forse non avevate nemmeno pensato.

Come definire voi startupper? Giovani imprenditori, persone che cercano un'occasione per sfondare nel mondo dell'innovazione, disoccupati / insoddisfatti alla ricerca di una propria strada che permetta di realizzare l'idea troppo a lungo tenuta nel cassetto? Oppure imprenditori vecchio stile che non si stancano mai di lanciarsi in nuovi progetti e nuove sfide. Chiunque voi siate, chi si trova nella condizione di aprire una start-up si pone spesso gli stessi interrogativi e si trova sempre di fronte a problemi comuni.

L'esperienza pluriennale nel campo

dei servizi per internet e per l'informatica di un'azienda bresciana, Servizi Internet, ci ha permesso di capire molte dinamiche di questo mondo. Non solo: abbiamo partecipato a numerosissimi eventi dedicati alle start-up in tutto il nord Italia e abbiamo deciso di raccontare quello che abbiamo visto e proporre una strada ancora poco battuta, pur essendo molto più semplice di tante altre. Coniugare il nuovo che arriva con quello che già c'è: entusiasmo dell'innovazione con il sapere della tradizione.

Vogliamo aiutare voi startupper ad aprire gli occhi su quello che c'è attorno a voi: non è sempre necessario cercare il successo attraverso una strada difficile e complicata, magari oltre oceano o nelle stanze di un venture capital. Guardatevi attorno, andate a suonare il campanello a chi ha bisogno di voi. Ci sono in questo momento centinaia di imprese sul territorio che hanno bisogno delle vostre idee e del vostro entusiasmo, che non sanno come uscire dalla crisi e che aspettano solo la vostra capacità di portare aria fresca in un mondo che sembra aver perso la capacità di rinnovarsi.

In questo libro parleremo di nuove e vecchie imprese, in un difficile momento storico in cui l'entusiasmo di migliaia di giovani e meno giovani si

scontra con le difficoltà economiche dell'Italia e dell'Europa. Negli scorsi mesi abbiamo incontrato centinaia di startupper, ovvero persone che cercano di realizzare le proprie idee fondando aziende solitamente nel campo dei settori che sono ancora aperti e dove ci sono margini di crescita: internet, informatica, cellulari, applicazioni, software, economia "verde", energia, sostenibilità ambientale.

Molte di queste persone vogliono avviare nuove imprese (con il termine preso a prestito dall'inglese, start-up) hanno la forza della passione, dell'età, dell'entusiasmo. Spesso però non hanno i soldi, l'esperienza, la cultura necessari per fondare e portare avanti un'azienda.

Partendo dall'esperienza della bresciana Servizi Internet, che nel corso degli anni si è spesso trovata nella situazione di lanciare nuovi servizi come se fossero delle nuove imprese, abbiamo deciso di stilare un modello di collaborazione tra "vecchi" e "nuovi" imprenditori, in cui l'azienda già esistente mette a disposizione le sue strutture e le sue competenze per la nuova azienda in via di nascita in modo da favorirne lo sviluppo, per poi dividere i profitti in una percentuale da concordare.

È un modello che si basa sulla fiducia, sulle relazioni, sulla voglia di fare impresa insieme. Vogliamo raccontarne pregi, difetti e difficoltà. Speriamo di poterlo raccontare anche in presentazioni nei territori dove poter incontrare imprenditori e startupper.

Ci sono molti tentativi di creare in Italia un sistema simile a quello della Silicon Valley, il luogo degli Stati Uniti dove si concentrano moltissime delle grandi aziende innovative e dove esiste un sistema di finanziamento delle nuove imprese che è tipico della cultura imprenditoriale d'oltre oceano. Una cultura che in questo momento è molto lontana da quella dell'Italia. Questi tentativi, pur spesso lodevoli, rischiano di essere irrealizzabili e di certo lo sono nel breve periodo.

Un breve periodo che ci trova ancora nel cuore di una crisi devastante e che rischia di cancellare molte imprese dai registri delle camere di commercio.

Un breve periodo che vede i giovani costretti a lavori precari e non

soddisfacenti, lasciando alle migliori menti italiane che desiderano sfondare poche alternative alla fuga all'estero.

Non vogliamo dire che “piccolo è bello” e non lo pensiamo neanche. Se però l'intero paese è in emergenza economica, serve una via di uscita percorribile senza perdere tempo a inseguire strade troppo lontane. Il nostro modello è applicabile subito, immediatamente.

Il primo esempio che ci viene in mente è quello di un giovane innovatore che volesse proporre di stampare le foto di un particolare programma per cellulari direttamente su mattonelle. Questo programma per cellulari si chiama Instagram e ha la particolarità di scattare fotografie con particolari filtri artistici e di forma quadrata. Questo programma si addice particolarmente a interagire con servizi esterni.

Ci sono decine e decine di milioni di persone che tutti i giorni scattano fotografie con il telefono cellulare e molti di loro potrebbero voler fare regali un po' originali: le loro foto stampate su mattonella.

Se voi foste questo giovane startupper, in grado di sviluppare il sistema di stampaggio di foto su mattonella, quali sono le problematiche che dovrete affrontare subito dopo aver sviluppato il software?

Di fronte a voi ci sarebbero problematiche molto complesse da risolvere, come quella della stampa, la fornitura delle mattonelle, la distribuzione, senza contare la burocrazia da affrontare per aprire una nuova azienda, trovare una sede, gestire gli ordini, avere un numero di telefono a cui rispondere, un commercialista, un avvocato per i contratti.

Se uno startupper arrivasse nella vostra fabbrica di mattonelle e vi chiedesse di sviluppare insieme questo sistema, come vi comportereste? Di fronte a voi c'è un ragazzo che non sa nulla di fatture, commercialisti, contratti. C'è solo il genio di un programmatore che prende delle foto scattate in qualche angolo del mondo, le vuole stampare sulle vostre mattonelle e poi inviare a chi le ha acquistate. Ci sarebbe da fissare un prezzo, gestire gli ordini, stilare contratti e trovare i corrieri più adatti. Chi meglio di voi lo può guidare in questa giungla burocratica-amministrativa? Del resto, se il suo prodotto funzionasse, sarebbe una bella opportunità per aprire un nuovo canale di vendita.

Il senso è questo: se lo startupper trovasse un'azienda di mattonelle disponibile ad “adottare” questo sistema, si potrebbe partire nel giro di poco tempo: ci sarebbe già la struttura produttiva, si potrebbero stilare i contratti con i corrieri per inviare le mattonelle in tutto il mondo e aprire il sito internet in grado di raccogliere gli ordini. Il nuovo servizio potrebbe essere non una vera e propria nuova azienda, ma un “brand”: una divisione aziendale indipendente che si gestisce le sue spese, contribuisce alle spese generali della struttura, ripartisce gli utili.

Se uno startupper andasse in una fabbrica a proporre di stampare su mattonella le foto pubblicate sul social network Instagram, potrebbe essere operativo in pochi giorni una volta creata la piattaforma di e-commerce. Se lo stesso startupper partisse con la piattaforma, per poi andare a cercare un Venture capital a cui proporre di finanziare tutta la faccenda, potrebbe perdere molto tempo senza magari riuscire a realizzare la sua idea di

business.

Tutti i casini per creare la Srl di colpo sono risolti! Il giorno in cui qualcuno vuole la prima mattonella stampata, fare la fattura è semplicissimo. Pensavate di chiamare il servizio Mattogram? Non cambia molto se invece sulle fatture riporterete l'intestazione "Mattogram di Ragni Mattonelle"...

Se la vostra azienda non vendeva via internet prima, ora finalmente ci sarebbe qualcuno che potrebbe insegnarvi come si fa. Il sito web prima vi serviva per offrire il catalogo e permettere ai vostri fornitori di trovare le indicazioni stradali. Avete sempre venduto all'ingrosso. I vostri clienti erano negozi, e non appassionati di fotografia in giro per il mondo.

3 Imprese e start-up: insieme per trovare una via d'uscita alla crisi

3.1 Cosa sono le startup

The easiest answer to “why startups?” is negative: because you can’t develop new technology in existing entities. There’s something wrong with big companies, governments, and non-profits. Perhaps they can’t recognize financial needs; the federal government, hamstrung by its own bureaucracy, obviously overcompensates some while grossly undercompensating others in its employ. Or maybe these entities can’t handle personal needs; you can’t always get recognition, respect, or fame from a huge bureaucracy. Anyone on a mission tends to want to go from 0 to 1. You can only do that if you’re surrounded by others to want to go from 0 to 1. That happens in startups, not huge companies or government.

(Peter Thiel, "On Startup", lezioni 2012)

Start-up in inglese vuol dire avvio, inizio. Se il significato nel campo economico avesse mantenuto quello semantico, avremmo facilmente identificato con la parola "start-up" ogni impresa nata da poco, diciamo con meno di tre anni di vita.

Questo termine però è entrato nel lessico comune dei neo laureati universitari statunitensi, soprattutto di quelli che da Stanford si muovono tra le aziende della Silicon Valley, generalmente per identificare le nuove imprese tecnologiche. Si usa nei media, nei libri, nelle lezioni universitarie. Quando è arrivato in Italia, portava dentro di sé un senso di innovazione e di giovinezza.

Quando si pensa a una start-up, compare quasi automaticamente nella mente degli addetti ai lavori un ragazzo con meno di 25 anni, appena uscito dall'università o studente fuori corso, che ha un'idea innovativa e cerca

qualcuno che la finanzi. Spesso questa idea si applica nel campo dell'informatica, internet, social network, software e applicazioni mobile per cellulari.

Dato che il settore è nuovo e in evoluzione, spesso si usa la parola start-up anche per le imprese che operano nei settori “verdi”, quindi che hanno a che vedere con nuovi modi di produrre energia, di ridurre l'inquinamento e di rendere più sostenibile l'impatto ambientale.

Perché si parla di Start-up principalmente nel campo dell'informatica e internet?

Perché le barriere d'entrata sono molto basse.

Perché oggi entrare direttamente nel mondo produttivo, solido, richiede investimenti e rischi troppo grandi.

Perché la possibilità di esportare le proprie realizzazioni anche fuori dall'Italia in questi settori è molto semplice.

La parola Start-up non porta con sé solo il significato di nuova impresa, ma anche il "desiderio" di fare impresa. Il modello che ha in mente uno startupper è la coppia di amici che in un garage costruiscono qualcosa di innovativo e lo lanciano nel mondo: non sono forse nate così Apple, Microsoft, Google e chissà quante altre imprese tecnologiche?

È importante capire che il desiderio di fare impresa è stato culturalmente dominante negli Stati Uniti fin dalla loro fondazione. La prima impresa, dopotutto, è stato liberarsi dal giogo britannico. Il "posto fisso" non è stato un valore per la maggior parte degli statunitensi, una differenza culturale notevole non solo con l'Italia ma anche con paesi considerati all'avanguardia delle tecnologie come il Giappone, dove gli imprenditori sono visti come dei pazzi, che si assumono dei rischi quando invece il massimo rispetto va a chi riesce a diventare un impiegato a vita. Non è inusuale in Giappone sentirsi dire che “dietro ogni fortuna c'è un grande crimine”.

Queste considerazioni riguardo al Giappone sono state fatte da Peter Thiel, fondatore di PayPal, durante le sue lezioni universitarie. Valgono anche per l'Italia? In un certo senso sì. Possiamo dire che per decenni, soprattutto al Sud e in alcuni settori tra cui quello della Pubblica amministrazione, in Italia c'è stato il mito del “posto fisso garantito”. Questo mito è scomparso

solo quando le leggi sono cambiate e a tutti è stato detto che nessun posto sarebbe stato più né fisso né garantito.

3.2 Cosa c'entrano le startup con le imprese

Negli ultimi anni molti giovani hanno iniziato a voler fare gli imprenditori. Se il lavoro non è più garantito a nessuno e bisogna assumersi dei rischi, tanto vale farlo da imprenditore che da dipendente. Il problema è che non tutti sanno fare gli imprenditori, non hanno né la cultura né lo spirito adatto.

Molti imprenditori degli ultimi decenni erano “ereditari”: non persone con un'idea di impresa e la sviluppano, ma che continuavano a portare avanti quella dei genitori e dei nonni. La concorrenza e i cambiamenti nelle dinamiche di mercato hanno reso molto difficile il sopravvivere di questi imprenditori. I figli dei bottegai (intesi come microimpresa) sono oggi dipendenti del centro commerciale che ha vinto sul negozietto di quartiere. La concorrenza internazionale ha obbligato a ridimensionamenti molte aziende nostrane.

Con la crisi odierna molti imprenditori hanno visto calare i fatturati e i profitti; hanno la necessità di innovare e di trovare nuovi sbocchi per i prodotti o

lanciarne di nuovi. Per fare innovazione, una strada percorribile senza investire troppe risorse è quella di trovare un punto di incontro con giovani innovatori. Fornire loro strumenti iniziali per lanciare la loro idea, pagare le spese e poi dividere i profitti.

Adotta una start-up è un modello che azzera i costi fissi di ricerca e sviluppo e quindi il più adatto a creare nuovi prodotti e trovare nuovi sbocchi commerciali. Tutto avviene in collaborazione con un giovane imprenditore che arriva e chiede la disponibilità della vostra struttura (o voi che la offrite). Quando il prodotto è pronto si comincia a venderlo e a tenere nota delle spese: mano a mano che il business funziona vengono coperti i costi e poi divisi i profitti.

I giovani startupper decidono in molti casi di fondare una nuova impresa, perché il lavoro dipendente non dà loro garanzie soddisfacenti. Partono da un'idea, un prodotto, un modello di business che pensano potrebbe stare in piedi ed essere profittevole. Ci provano, si buttano, magari si schiantano. Non tutti sono pronti a fare gli imprenditori e magari, in altre congiunture economiche, sarebbe stato più naturale per loro lavorare come dipendenti. Il tasso di

mortalità delle nuove imprese è altissimo. Quello delle cosiddette start-up è ancora più alto, ma siccome le barriere all'entrata sono più basse, in genere si rischia di meno come capitale iniziale.

Le start-up hanno il grande vantaggio dell'entusiasmo e il grande svantaggio di arrivare sul mercato spesso senza l'esperienza operativa, ma solo accademica.

Le domande che si pongono tutti gli startupper sono spesso le stesse: come aprire la partita Iva e quanto dovranno pagare di tasse, come aprire la società e quale forma di società è meglio, a chi rivolgersi per raccogliere i primi fondi, cosa raccontare ai possibili finanziatori per renderli interessati e nello stesso tempo proteggere le proprie idee.

Le difficoltà iniziali sono uguali per tutti: fondare una società, trovare una sede, le prime attrezzature necessarie per partire.

C'è poi la difficoltà del cliente numero 1, anzi dei clienti numero 10 - 100 visto che spesso quando si decide di fondare un'azienda si ha ben in testa chi potrebbero essere i primi acquirenti del prodotto.

Adotta una start-up è un modello che azzeri i costi fissi di avvio di una nuova azienda: la nuova impresa nasce all'interno di quella già esistente e utilizza la struttura

consolidata: fatturazione,
amministrazione, sede.

3.3 Il Grande Fratello delle startup

Non in tutti i settori è facile trovare qualcuno che abbia delle buone idee per sviluppare il proprio business. È vero anche il contrario: ci sono molte persone che hanno delle ottime idee e che non sanno come fare per svilupparle. Esiste un vero e proprio ecosistema che negli ultimi anni ha cercato di fornire agli startupper più strumenti possibili per presentare le proprie idee. Lo segnaliamo qui nella sezione idealmente dedicata agli imprenditori perché pensiamo che qualche volta potrebbe essere interessante andare a dare un'occhiata a quello che accade in questi eventi.

Solitamente le presentazioni delle idee avvengono nella forma di Pitch Elevator, ovvero brevi discorsi che come dice la parola stessa non dovrebbero durare più di una manciata di minuti: idealmente è il tempo che vi concederebbe un potenziale investitore se lo incontraste in un ascensore (elevator in inglese).

Partecipare a queste presentazioni o trovarne traccia sul sito

startup.ancara.net può essere un buon modo per incontrare persone che potrebbero offrire qualcosa di nuovo al vostro business, se riuscite a incorporarle nelle vostre attività. Tra gli ambiziosi obiettivi di startup.ancara.net c'è anche quello di favorire l'incontro tra imprenditori del vecchio e del nuovo: vedremo nei prossimi mesi se sarà possibile percorrere anche questa strada.

Negli ultimi mesi si sono moltiplicate in Italia iniziative che hanno coinvolto soggetti disparati, da giovani sognatori a tecnici dell'amministrazione pubblica, passando per figure politiche, investitori e consulenti, con l'obiettivo di dare visibilità alle idee innovative italiane.

Ci sono stati concorsi, aperitivi, articoli su giornali, nuove testate giornalistiche, investimenti, è stata creata una "task force" governativa, sono stati raccolti milioni di euro di capitali privati che hanno fatto venire l'acquolina in bocca a tutti coloro che cercavano una via d'uscita alla crisi, non solo quella economica generale, ma anche a quella della categoria d'appartenenza o personale.

Sono spesso in corso in ogni angolo della Penisola iniziative a sostegno della nascita di start-up, principalmente eventi di presentazione che possono favorire l'incontro con potenziali investitori o concorsi che mettono in premio qualcosa per aiutare la nascita delle nuove imprese. Negli ultimi

anni un team di Servizi Internet Srl ha partecipato agli eventi di un po' tutto il nord Italia, tra Milano, Brescia, Trento, Verona, Torino, Bergamo e altri.

Le iniziative sono diverse tra loro, proviamo a elencarne alcune che fanno da modello:

- **Start-up weekend:** si arriva il venerdì sera, si propone la propria idea, si costruisce un team e si cerca di realizzare insieme l'idea durante l'arco di un fine settimana. Di solito si ha a disposizione un minuto per presentare l'idea, tutte le idee vengono votate e ne vengono scelte dieci. Tra le persone in sala si capisce chi vuole provare a realizzarla e si lavora sull'idea, sulla presentazione in forma di pitch elevator, sul business model con lo scopo di convincere la giuria. La domenica pomeriggio i dieci selezionati hanno a disposizione pochi minuti per presentare quello che hanno fatto. Chi vince ottiene una certa visibilità ed eventualmente incontri con possibili finanziatori.
- **Aperitivi di presentazione:** non è un formato vero e proprio, sono degli incontri informali che vengono organizzati per facilitare l'incontro tra chi vuole fare una start-up e chi vuole investire soldi. A Milano ci sono gli incontri mensili di Startuppami, una realtà che con il Sole24ore la scorsa estate ha chiamato a raccolta decine di start-up. A Milano e Roma Indigeni digitali organizza gli “aperitivi digitali”. A Brescia Talen Garden organizza con cadenza più o meno mensile lo “startupperlo”, dal nome del famoso aperitivo locale.
- **Start cup:** sono concorsi solitamente organizzati con il supporto delle università, enti di formazione o soggetti legati alle istituzioni dell'economia o di internet. Dopo aver presentato le proprie idee secondo il formato richiesto, i selezionati entrano in un percorso di formazione che coinvolge diverse giornate, finalizzato a sistemare il business plan, il business model, il pitch di presentazione. I vincitori possono ottenere dei premi vincolati all'apertura della società che andrà a realizzare l'idea di impresa e solitamente concorrono al premio nazionale per l'innovazione. Il grande vantaggio è il percorso formativo che offrono: molte buone idee non superano il vaglio del famigerato foglio di excel dove ci si rende conto per la prima volta dei costi di realizzazione, di quanto serve per il break even e tutte le

altre problematiche legate all'apertura di un'impresa. Sempre meglio non realizzare un'idea piuttosto che investire su un progetto che nemmeno sulla carta può stare in piedi. Il Registro italiano dei nomi a dominio ne ha organizzata una per il prossimo autunno.

3.4 Adotta una start-up si addice al mercato degli investitori?

Gli startupper sono solitamente abituati a ipotizzare la propria impresa sul modello statunitense, ovvero con la presenza nel mercato di soggetti disponibili a investire nelle società con quote finanziarie rilevanti al fine di lanciarle, farle diventare profittevoli e poi rivendere le proprie quote. È stato questo il modello che ha permesso di lanciare compagnie globali, recentemente soprattutto nel mondo informatico, in grado di sbarcare in borsa con un'altissima capitalizzazione e di permettere ai primi investitori di guadagnare molti soldi.

Anche in Italia si sta sviluppando un mercato di questo tipo e ci sono stati diversi casi di investimenti corposi che seguivano questa logica.

Molti startupper cercano di farsi finanziare in questo modo, anche se in Italia in questo momento è ancora piuttosto difficile. Il mercato VC sconta un certo ritardo, esattamente come il mercato dei Business Angel e del

Seed money.

Non solo gli investitori sono in ritardo, ma anche i fondatori delle start-up: una delle difficoltà che spesso hanno gli startupper è capire la differenza tra i vari investitori e quando rivolgersi a quello giusto. Un errore tipico è presentarsi da un investitore di “taglio” sbagliato: chi vuole investire meno di 50-100mila euro, solitamente nella primissima fase, non è la persona a cui rivolgersi quando si sta cercando un milione di euro. Dimenticarsi di seguire la scaletta di passaggio tra un gradino di investimento e l'altro è uno degli errori più comuni per gli startupper.

Il modello “adotta una startup” si potrebbe integrare molto bene con un mercato di investitori interessati a un portafoglio di quote in diverse aziende e a fare da “advisor” nell'avvio di nuove imprese. Una delle difficoltà infatti che potrebbe esserci nel modello “adotta una startup” è quello di fornire una sorta di sussidio vitale ai giovani startupper che entrano in collaborazione con l'impresa tradizionale per sviluppare il nuovo prodotto.

Il ruolo di un possibile investitore potrebbe essere quello di fornire il capitale necessario per i primi mesi in cambio di una quota del “brand”. Il vantaggio rispetto a un prestito bancario non starebbe negli interessi da restituire, ma nella *cogestione* della parte finanziaria del brand e nella condivisione del rischio di impresa: una banca vuole riavere i suoi soldi, un investitore una quota rilevante degli utili ma solo nel caso in cui gli utili ci siano.

Vantaggi dovrebbero arrivare con il prossimo decreto governativo dedicato proprio alle start-up. Secondo le anticipazioni, dovrebbero essere presenti alcune innovazioni. Ad esempio per le start up potrà scattare la contabilità

per cassa, fino a 5 milioni di fatturato, e non solo relativa al pagamento dell'Iva ma anche dell'Ires. Il pacchetto include anche il contratto tipico per lavorare in start up con l'ipotesi di uno sgravio totale sui costi per quanto riguarda l'Irap; le «start up stock options» (remunerare una prestazione di lavoro con quote della società), «work for equity» (possibilità di remunerare i servizi forniti da un professionista esterno con quote della società invece che con il pagamento di una fattura). Altre proposte che erano state fatte alla Task Force che ha lavorato la scorsa estate sulle start-up riguardavano le garanzie per i prestiti, confidi, gli studi di settore.

Probabilmente il modello “adotta una startup” non si addice a chi vorrebbe realizzare la sua idea per poi rivenderla. Alcuni casi che sono capitati anche a Servizi Internet meritano di essere raccontati.

Lo scopo principale per una start-up che viene adottata da un'altra impresa è quello di portare innovazione in questa impresa. Dato che le conoscenze e le capacità innovative stanno sul lato dello startupper, un atteggiamento focalizzato verso la “exit” in senso classico del mercato dei Venture capital non viene ben visto dall'azienda chioccia. Il problema dell'azienda chioccia, soprattutto in Italia, è quello di riuscire a crearsi un nuovo spiraglio di crescita, in un mercato già esistente o in nuovo mercato. Se lo startupper arriva a proporsi, e poi annuncia il suo desiderio di voler andare nel giro di poco tempo a vivere in Silicon Valley, difficilmente può trovare ascolto.

Come abbiamo detto fin dal titolo

di questo documento, vorremmo calare nella realtà le aspettative di molti startupper. Sebbene ci siano stati diversi casi di startupper di successo, che hanno visto i loro prodotti acquistati da giganti come Microsoft, Facebook e Google (anche italiani), la maggioranza delle start-up dovrebbe puntare ad essere redditizia indipendentemente dall'acquisizione di una grande azienda.

La nostra proposta infatti è quella di appoggiarsi a qualcuno per partire (start-up) e condividere con questo qualcuno gioie e dolori dell'imprenditoria.

Non possiamo sapere se il modello “adotta una startup” andrà bene a tutti, se sarà profittevole per ogni azienda in crisi che cerca di restare sul mercato, se permetterà a giovani startupper di realizzare i loro progetti.

Sappiamo però che “adotta una startup” può essere una buona chance per coniugare il desiderio di nuove imprese e gli strenui tentativi di trovare nuovi mercati.

4 L'innovazione nelle imprese tradizionali

Le imprese produttive per innovare devono dedicare al settore di ricerca e sviluppo una quantità ingente di risorse. Senza andare nelle aziende di grosse dimensioni, dove è possibile che un settore R&S esista strutturalmente, sono le piccole medie imprese solitamente ad avere difficoltà enormi nel cercare di portare innovazione all'interno.

La difficoltà principale delle grandi aziende potrebbe essere organizzativa, ovvero l'imprenditore non riesce a dare al settore R&S tutto lo spazio che necessiterebbe e la fiducia necessaria sui cambiamenti proposti.

Nelle PMI, soprattutto in quei settori di mercato che sono cambiati notevolmente per via di globalizzazione e tecnologia, potrebbe essere molto difficile trovare una strada per lanciare qualcosa di nuovo che permetta di restare competitivi. Abbandonare certezze produttive per investire nell'innovazione è spesso paragonabile a fondare una nuova azienda.

Con una grossa differenza: il fallimento di una nuova azienda potrebbe avere dei costi molto minori. Un team che si lancia in una nuova impresa è spesso entusiasta della propria idea e decide di lavorarci giorno e notte, se necessario, soprattutto nella fase di avvio. Un entusiasmo che non in tutte le imprese tradizionali è facile trovare.

Peter Thiel sintetizza molto bene alcuni problemi tipici di un'impresa:

In un'azienda di 100 persone, non tutti coloro che ci lavorano si conoscono tra loro.

In alcuni casi diventa più importante far vedere che si sta lavorando, più che lavorare davvero.

Le startup sono importanti perché sono piccole. Dato che la dimensione e la complessità di un affare è pari all'incirca al quadrato delle persone coinvolte, le startup sono in una posizione unica per abbassare i costi di coordinamento e interni per riuscire a realizzare gli obiettivi.

Ovviamente ci sono degli imprenditori creativi che riescono a inventare nuove strade anche in settori che tutti darebbero per morti e sepolti.

Altri invece pensano di aver conquistato un grande vantaggio competitivo e di essere protetti dalle forti barriere all'entrata del loro settore: sono quelli più a rischio di non accorgersi che il mondo sta cambiando e che anche nel loro settore sta per arrivare un grosso cambiamento.

Proviamo a immaginare un produttore di packaging plastici che abbia conquistato una quota di mercato notevole e che si senta molto sicuro del suo business. L'arrivo delle stampanti 3d a basso costo potrebbe

sconvolgere completamente questo mercato, perché tutte le imprese in grado di creare prodotti potrebbero crearsi da sole anche il packaging, spendendo pochissimo. L'imprenditore potrebbe non accorgersi di questo cambiamento in arrivo, oppure vederlo e attrezzarsi per reinventare la sua impresa, per esempio vendendo modelli software di packaging pronti da stampare o distribuendo le "ricariche" delle stampanti 3d. Potrebbe addirittura essere lui stesso a portare nell'azienda cliente le stampanti 3d e occuparsi del packaging da remoto, risparmiando sui costi di distribuzione e mantenendo il vantaggio del disporre lui solo del modello.

Cambiare modo di produzione per restare nello stesso mercato è comunque più semplice che rivoluzionare per buttarsi in un mercato totalmente nuovo.

Quando il proprio settore di riferimento è in crisi, non tutti gli imprenditori sono in grado di trovare l'idea geniale in grado di invertire la curva del declino. Paradossalmente, forse sarebbero in grado di realizzarla: con la loro esperienza, struttura, competenza. Quello che manca spesso è la spinta innovativa di qualcuno che, messo in condizioni di lavorare, realizzi il suo personale sogno imprenditoriale senza doversi occupare di tutte le difficoltà dell'avvio dell'impresa. Perché quindi non accogliere le idee e la buona volontà di un giovane innovatore, e realizzare i suoi

prodotti in collaborazione risparmiando sui costi di ricerca e sviluppo?

5 Servizi Internet Srl

L'eccellenza italiana è fatta non solo di grandi aziende che hanno conquistato il mondo in determinati settori, dalle auto di lusso al cibo fino alla moda e al design, ma di una miriade di piccole aziende laboriose che hanno spesso fatto sistema e permesso lo sviluppo di grandi imprese. Possiamo immaginare che le grandi aziende sempre di più avranno bisogno di piccole start-up a cui delegare diversi rami e settori, in prevalenza la ricerca e lo sviluppo di idee innovative.

Le recenti acquisizioni che sono avvenute nel settore dell'informatica, con piccole start-up acquistate da grandi colossi, contribuiscono solo in parte a rafforzare questa tesi. Nel mercato statunitense c'è un'altissima richiesta di persone di alto profilo, per le aziende è difficile capire chi possa essere un buon "acquisto" aziendale ed è più facile inglobare un'impresa anziché assumere direttamente i suoi ingegneri/fondatori.

Per spiegare "adotta una startup" è importante raccontare l'esperienza di chi ha immaginato questo modello.

Servizi Internet Srl è una società che nasce da un'esigenza: creare una casa comune dove diverse attività potessero coesistere, ognuna con una propria autonomia e costi di gestione ridotti al minimo. Nasce da un'altra azienda, Ancara.net, principalmente dedicata all'erogazione di servizi di hosting e housing. A essi a poco a poco si stavano aggiungendo altri servizi sempre fruibili tramite internet e in particolare tramite browser come Internet explorer e Mozilla Firefox.

Tutti questi servizi iniziavano ad avere una propria identità, non solo un

proprio nome ma anche un proprio responsabile e del personale dedicato. Per andare avanti bisognava dare a questa identità una gestione amministrativa precisa.

Quindi nasce la società Servizi Internet Srl, di cui fanno parte ormai numerosi brand: Ancara.net, FaxToMail, Registrailtuomarchio, Comprapec, molti altri. Ognuna di queste divisioni ha una sua autonomia finanziaria, contribuisce alle spese generali e divide i profitti in modo autonomo.

È un modello che si basa molto sulla fiducia, soprattutto nella fase di avvio. È interessante però raccontare la storia di alcuni di questi prodotti, perché spiega bene sia le difficoltà sia i vantaggi del modello.

5.1 Faxtomail

FaxToMail è un servizio di ricezione Fax via email, con il suo “cugino” SendFax che permette di inviare da una casella di email un documento Doc o Pdf verso un qualsiasi numero di fax.

Questo prodotto nasce dalla voglia di fare impresa di Sandra Bertolacci che ha accettato i rischi del progetto che Bruschi voleva lanciare attorno all'anno 2000: “fare un fax che arrivi via mail”.

L'accordo tra i due era abbastanza semplice: vieni da noi, inizia a strutturare il servizio, i primi guadagni copriranno le tue spese, poi quelle della struttura e poi divideremo gli utili. Ogni singolo euro viene annotato su un foglio di Excel per tenere traccia di tutto.

Questi sono i termini dell'accordo che viene offerto più o meno a tutti quelli che arrivano in Servizi Internet e propongono una loro idea realizzabile e compatibile con il core business dell'azienda. Diciamo che più o meno ogni idea che abbia solo costi variabili nel campo dell'informatica è compatibile con Servizi Internet.

Studiato il prodotto e realizzato, il cuore della questione diventava vendere Faxtomail. Un prodotto che potrebbe interessare tutti quelli che devono organizzare le informazioni via fax e farli leggere a più persone, oppure tutti coloro che vogliono risparmiare eliminando carta e inchiostro, oppure ancora tutti coloro hanno necessità di ricevere e spedire i fax in mobilità o di archivarli a costi bassi.

Partire in questo modo è stato molto più morbido che prendere una sede, cercare una struttura, cominciare da zero. Bertolacci racconta: “Bruschi mi era accanto ogni volta che avevo bisogno. La sua struttura era affidabile, le difficoltà amministrative sono state risolte dalla sua competenza e inoltre avevo il vantaggio di un portafoglio di clienti possibili”.

In realtà non sono stati tantissimi i clienti di Servizi Internet (che all'epoca si chiamava solo Ancara.net) che hanno deciso di acquistare il Fax. “Mi sono serviti però come trampolino di lancio”, continua Bertolacci, “per fare le prime chiamate e imparare a vendere”.

Bertolacci è rimasta quasi un anno a una scrivania nella stanza di Servizi Internet senza guadagnare un euro. Poi il prodotto ha iniziato a essere comprato, ha trovato il suo mercato. Uno dei vantaggi di essere in SI era quello di iniziare a fatturare alla prima vendita, senza necessità di aprire una nuova società, nuovi conti correnti, nuove procedure amministrative. “Non c'è mai stata una svolta, un punto in cui la crescita dei clienti si è impennata o si è appiattita. Abbiamo sempre venduto in modo graduale”.

Oggi Faxtomail è uno dei fiori all'occhiello della famiglia Servizi Internet, ha utili quasi del 30% rispetto al fatturato e continua a usare la struttura amministrativa di SI, contribuendo a pagare le spese. Considerando che SI reinveste sempre gli utili, è difficile capire se SI starebbe in piedi senza Faxtomail.

6 Adotta una startup: cosa significa in sintesi

Ne abbiamo parlato diffusamente finora, è giunto il momento di spiegare più nel dettaglio il contenuto del modello “Adotta una start-up”.

Un'azienda, anche piccola, può fare da “tutore” a una o più Start-up, mettendo a disposizione la propria esperienza sul mercato per ottenere in cambio lo sviluppo di nuove idee.

Una start-up, invece di inseguire il sogno di espatrio o di acquisizione

milionaria da parte di una grande corporation, può decidere di svilupparsi come "Brand" all'interno di un'esperienza aziendale già esistente, anche se in crisi per perdita di quote di mercato o perché il settore di riferimento non "tira" più. L'innovazione della start-up trova alleanza nell'esperienza dell'azienda che mette a disposizione la sua struttura e permette di essere immediatamente pronta a vendere i suoi prodotti.

"Adotta una startup" insomma genera vantaggi per entrambi: la formazione sul campo e la presenza di una struttura consolidata per chi propone l'idea, la possibilità di sviluppo in un settore per chi la ospita.

6.1 Quali possono essere gli elementi che consentano il "matrimonio d'interesse" tra impresa e collaborazioni con nuove figure?

Non ci saranno mai norme sufficienti a siglare accordi di questo tipo. Necessariamente si deve partire dalla fiducia, a volte un semplice contatto "a pelle", che il team che compone la start-up genera nell'imprenditore affermato. Esattamente come un "pitch" provoca sentimenti di entusiasmo o scetticismo, durante le iniziative di presentazione al pubblico, il primo sguardo tra imprenditore e start-up potrebbe già decidere il futuro della collaborazione.

6.2 Come si sono regolate finora le imprese che hanno già sperimentato questo modello?

La prima parola che viene in mente, da scrivere probabilmente sui muri della stanza che viene data a disposizione degli startupper, è fiducia.

Quando c'è la fiducia, non servono leggi speciali dedicate al problema.

In concreto, le due parti che decidono di avviare la nascita di un nuovo prodotto/brand e di affidarlo a un team di giovani innovatori devono partire da un file excel. Segnare le spese, tutte le spese, e decidere come investire. Decidere chi assumere, come dividere i guadagni. Gestendo tutta la contabilità come se si trattasse di due imprese separate.

Il modello infatti non è da immaginare come di rapporto subordinato. Sono due imprenditori, uno che fa da chioccia e l'altro che fa da responsabile del prodotto, che si alleano in qualcosa in cui credono entrambi.

Una struttura di questo tipo offre il vantaggio immediato di una sburocratizzazione dell'avvio delle nuove aziende. Non servono nuove società, non serve una nuova amministrazione. Permette inoltre l'utilizzo di lavoratori eventualmente sottoccupati nell'azienda madre.

È più redditizio e vicino nel tempo il contribuire a ristrutturare e rinnovare l'esistente, mantenendo il consolidato di esperienze e strutture che oggi ancora vivono, che non il rischio di rimanere con nulla di nuovo.

Si potrebbe magari pensare di realizzare una sorta di defiscalizzazione dei nuovi ricavi per favorire la nascita del nuovo asset, ma questo potrebbe essere sfruttato da qualcuno per inventarsi una nuova azienda all'interno della propria per pagare meno tasse, e non solo per innovare.

6.3 Percorso ipotetico di nascita della collaborazione

L'incontro tra l'azienda chioccia e la start-up è stato fruttuoso? Bene! Diamo quindi dei suggerimenti su cosa sistemare per partire davvero.

- Scegliere un logo, nome e identificativo della start-up adottata. Valutare se è il caso di depositare marchi e brevetti.
- Stendere un documento in cui prevedere la definizione del mandato tra le parti che consenta la piena autonomia, regolamentato come un rapporto societario, che si sviluppa in un definito periodo di tempo.

Conviene che questo documento sia firmato digitalmente e marcato temporalmente, magari ospitato in copia su un servizio come linkok.eu per essere sicuri che nessuno manometta l'originale.

- Fissare una rendicontazione periodica, effettuata in azienda e certificata da parte di un terzo soggetto coinvolto, come eventuali venture capital, business angel, operatori di finanza agevolata e para bancaria.
- A quel punto si può iniziare subito con la fatturazione a numerazione separata o nella progressiva dell'azienda ospitante, riportando i propri segni distintivi, ma menzionando con il suffisso "di..." l'azienda ospitante e tutti i suoi riferimenti in sede sociale, partita iva e codice fiscale.

7 Altre storie di startup che fanno rete e si finanziano fuori dai circuiti a cui siamo soliti pensare

7.1 Talent Garden, da Brescia all'Europa

Davide Dattoli è un giovane imprenditore che dopo aver fondato l'azienda Viral Farm e aver collaborato al social network familiare Save the Mom ha deciso di creare uno spazio per aiutare le start-up e i free lance a mettersi in rete. Doveva essere un ufficio dove lavorare con gli amici, nel progetto iniziale. Talent Garden (Tag) è diventato invece un brand che in pochi mesi ha conquistato Brescia, Bergamo, Milano, Torino, presto Padova e altre città italiane e straniere tra cui Berlino e Londra. "Un elenco provvisorio, chissà cosa ci sarà quando andrà in stampa il libro", ci dice a ferragosto, in una videochat mentre si trova a all'estero per capire se si aprirà un Talent Garden anche lì.

In Tag uno startupper / freelance trova una scrivania, una segreteria, la connessione a internet e optional come stanze riunioni e sale da conferenza. Chi ci entra, dopo un'esame per capire se è adatto come competenze e come spirito, si trova a lavorare fianco a fianco a professionisti del web e della comunicazione. Continua la sua vita da

freelance, ma in un ambiente stimolante che serve per cortocircuitare le idee e rendere più facile realizzare nuove imprese.

“La nostra idea di partenza è stata quella di non cercare un Venture capital ma dei partner nella media imprenditoria locale. A Brescia abbiamo coinvolto l'Editoriale bresciana, a Bergamo Ferretti Casa e così via dicendo. Doveva essere uno spazio di co-working, dove gli abitanti potessero incontrarsi e mettere le proprie competenze uno al servizio dell'altro: in realtà siamo andati oltre”. Co working infatti sarebbe un “semplice” spazio dove lavorare in condivisione con altri. Talent garden invece si pone l'obiettivo di connettere talenti.

L'idea di cercare dei partner locali nella media imprenditoria che abbiano qualcosa da offrire (tipicamente, i locali dove far nascere Talent Garden) si adatta molto al modello di adotta una start-up. Come lo stesso Dattoli ci ha confermato “non saremmo mai partiti se avessimo dovuto trovare le decine di migliaia di euro necessarie per coprire le spese dei locali. I partner ci hanno dato dei canoni agevolati”.

E che cosa ci hanno guadagnato?

“Hanno diversificato il loro investimento. A fronte di revenue più basse, come un affitto agevolato, hanno trovato visibilità e anche delle competenze che chissà cosa porteranno. Nessuno può prevedere cosa può nascere dall'unione del digital con il tradizionale”.

La strada di Talent Garden è ancora tutta da percorrere. Per ora i soci hanno il brand, e ogni struttura locale che apre si organizza in modo sostanzialmente indipendente.

A Davide abbiamo anche rivolto domande per capire cosa pensa del mercato start-up in generale: “A una start-up mi sentirei di dire di non partire immediatamente dai Venture capital. Alcune start-up sbagliano completamente il target e si rivolgono a Vc che solitamente investono molto meno o molto di più delle esigenze. Altri si immaginano le exit milionarie e non capiscono che in realtà il mercato italiano è completamente diverso da quello americano, non solo perché i Vc hanno già fatto molti round ed exit che hanno portato molti soldi. Ad esempio negli Stati Uniti spesso le acquisizioni si fanno per portare in casa delle competenze che servono all'azienda che compra, perché è più semplice che assumere in maniera tradizionale”.

Dattoli si riferisce al fenomeno del “acqui - hired”, ovvero quando una grande compagnia ne acquisisce una piccola solo per assumere i suoi dipendenti. Questo fenomeno, è stato analizzato in diversi studi¹ in cui si legge

It saves face for the entrepreneur to say, "I sold my company to Google." The professors found that the majority of acqui-hired companies couldn't have raised another round of funding. Taking a "buy out" offer sounds a lot better than having the company go out of business.

[...]

Acqui-hiring is good for big companies because it keeps VCs happy. If Google had the choice between poaching a startups employees, and robbing a VC of the ability to say it had an exit, or just doing the acqui-hire, the acqui-hire is better in the long run. It might end up costing a little more, but it keeps VCs happy, and down the road the VCs might be able to help out Google.

1 Per una sintesi, un articolo su Business insider "Why So Many Startups Are Being Acqui-Hired" <http://frazam.be/7a> che sintetizza a sua volta un articolo di Fortune "Attack of the acqui-hires" <http://frazam.be/7p>

8 I soggetti dell'innovazione. Ripensiamo i loro ruoli. Cosa può fare il modello Adotta una startup per loro.

8.1 Interessati:

8.1.1 Start-up:

Persona o team in procinto di sviluppare un'idea innovativa, con l'idea di fondare un'azienda.

Compito all'interno del modello "adotta una startup": identificare azienda che fornisca aiuto logistico, gestionale e amministrativo frutto dell'esperienza consolidata, che sia substrato per lo sviluppo dell'idea. Tipico può essere un'azienda dello stesso settore di riferimento, dove la spinta iniziale si è persa per disparati motivi.

Cosa ci guadagna:

Introduzione al modo lavoro immediato

Possibilità di sviluppare la propria idea e confrontarsi con il mercato

Reddito meritocratico

Introduzione cultura aziendale

Fattori critici

Remora di vedersi scippata l'idea

Strumento di sfruttamento sottopagato

Rinuncia al sogno di vendere la propria idea a un gigante del settore

Dividere i profitti con un'impresa tradizionale

8.1.2 Azienda tradizionale chioccia/ incubatrice:

Soggetto interessato a diversificare il proprio mercato, che sia intenzionato o abbia necessità di innovarsi in settori diversi dalla cultura di provenienza

dell'imprenditore.

Compito: tramandare la cultura aziendale, creando incontro tra imprenditori vecchi o illuminati attenti alle questioni di mercato, focalizzati alla generazione di profitti reali, e i giovani sognatori inesperti. Riproposizione del modello "scuola bottega" che ha fatto la fortuna del sistema di PMI italiano, sopperendo a un'istruzione scolastica ottima per la teoria e la cultura, ma spesso lontana dal mondo economico reale.

Cosa ci guadagna

nuovi sbocchi e riconversioni aziendali, nuovo mercato

defiscalizzazione delle patrimonializzazioni e degli asset intangibili

nessun onere iniziale

ruolo e riscatto sociale dell'impresa

ruolo attivo nel successo della ripresa

indotti di mercato

nuovo canali distributivi e tecnologici

recruitment di nuove risorse

cessione di know how e asset di R&S

Fattori critici:

Accettare di lavorare fianco a fianco con un altro imprenditore inteso come giovane persona o disoccupato

Provenienza da una cultura diversa.

Prevenzione e non apertura all'ascolto e al dialogo, non solo per spiegare ma anche per capire

prevenire l'invidia

8.2 Coinvolti

8.2.1 Venture capital /Business Angel /Agenzie. Pratiche Finanza Agevolata/Para o bancarie

Compito: affiancare le startup e le imprese con l'obiettivo di fornire l'assistenza in termini di gestione aziendale e finanziaria, sfruttare la propria conoscenza dei mercati e dei soggetti operatori. Effettuare report periodici, stimolare il profitto e la crescita, come svolge e si presuppone nella figura del socio di capitale, in questo caso essendolo o meno.

Vantaggi di questo modello:

Nuovo ruolo d'advisor gestionale e finanziario

Formazione e consulenza

Ruolo, relazioni e visibilità

Profittabilità imprese, cessioni di quote minoranza

Ove finanziatori rendite d'interesse defiscalizzati

Fattori critici

Rinuncia all'obiettivo di generare profitti speculativi attraverso la vendita nel breve periodo,

puntare sui profitti e auto sostentamento che l'idea può generare

Mancanza di risorse economiche o finanziarie

Alcuni di questi soggetti investitori sono tradizionalmente più interessati a riscontri nel mercato finanziario attraverso exit, che non a costruire un'azienda in grado di stare sul mercato

8.2.2 Pubblica amministrazione, Stato, Enti locali

Compito: fornire supporto, inviti, guide e altre indicazioni normative. Studi di defiscalizzazioni specifiche, che si rapportino ai soli nuovi ricavi o favoriscano nuovi asset all'interno delle azienda ospitante o newco, senza sottrarre l'ordinario gettito fiscale e anzi stimolando. Regolamentare e normare ove necessari.

8.2.3 Promotori, media, giornalisti, blogger, opinionisti di rete, politici, finanziari, Associazioni di categoria orizzontali e verticali, forum, sindacati, Università' e scuole di formazione, consorzi di promozione/ricerca.

Compito: Creare, favorire e fornire, stimolare visibilità a momenti di incontro tra le parti.

Cosa ci guadagnano:

Ritorno di immagine

Creazione di consenso

Lavaggio di coscienza

Nuovi modi di relazionarsi concittadino

Fattori critici:

Difficoltà di comunicare

Vulnerabilità

Timore di un modello che non prevede né strumentalizzazioni né clientelismi

Maggiore controllo della Pubblica amministrazione da parte dei cittadini.