

A photograph of the Golden Gate Bridge in San Francisco, California, taken from a low angle looking up at one of the towers. The bridge's red-orange steel structure is prominent against a clear blue sky. The suspension cables and the bridge deck are visible, with traffic moving across it. In the background, the city and hills are partially obscured by a light mist or fog.

“Startups in Italy Facts and Trends”

Mind the Bridge Survey 2011



Executive summary

Mind the Bridge Foundation, con il supporto scientifico del CrESIT dell'Università degli Studi dell'Insubria di Varese, analizza annualmente la "galassia" delle startup italiane attraverso il proprio osservatorio privilegiato rappresentato dalle centinaia di imprese che partecipano ogni anno alla propria Business Plan Competition.

Dall'analisi 2011 emergono indicazioni estremamente interessanti di cui di seguito sono riportati i dati principali, lasciando al testo della Survey approfondimenti, dettagli e commenti.

Il prevalente campo di operatività è rappresentato dal web e dalle ICT che assorbono circa l'85% delle startup italiane. Numericamente inferiore risulta il ruolo delle imprese operanti nelle clean technologies (10%) e in ambito biotech/life sciences (5%).

La maggior parte delle startup è localizzata al Nord (39%) e al Centro Italia (35%), mentre ancora troppo limitata (10%) è la presenza di queste nel Sud e nelle Isole.

Va segnalato come una percentuale importante (9%) - ed in crescita nel tempo - abbia deciso di costituirsi all'estero, dato che può suggerire una carenza di attrattività del nostro paese per una impresa in via di costituzione. Fatto da monitorare con attenzione dal momento che una componente importante della galassia delle startup (oltre il 40%) è rappresentata da progetti di impresa ("wannabe startup") che non sono ancora stati costituiti come società.



Quindi, se non si interviene in modo rapido ed efficace sulle condizioni di contesto alla creazione di impresa, potremmo assistere, oltre a fughe di cervelli, anche ad un massiccio "corporate drain".

Ma chi sono gli startupper italiani? Il profilo medio che emerge è quello di trentaduenne, di sesso maschile (ancora troppo limitata l'imprenditoria al femminile, sia pure in crescita rispetto allo scorso anno), residenti al Centro-Nord, laureati e spesso in possesso di un Master o di un Dottorato di Ricerca. I dati su età media e formazione segnalano come le startup non si improvvisino dal nulla ma richiedano conoscenze di alto livello ed esperienza (quest'ultimo aspetto è confermato dal fatto che il 20% dei founder è alla sua seconda startup, a testimonianza del fatto che essere imprenditore è un lavoro che si impara facendolo).

Abbiamo verificato come il popolo degli startupper manifesti una spiccata mobilità, anche internazionale, che porta a spostarsi durante il proprio percorso di studi e di lavoro. Le startup migliori sono quelle con gruppi imprenditoriali con una propensione alla mobilità superiore rispetto alla media. I dati mostrano come i talenti siano attratti da università con reputazione e che offrono programmi di formazione di eccellenza (master, dottorati, non solo scientifici ma anche manageriali). Le startup vengono di conseguenza. Di qui la criticità di investire nella ricerca e formazione universitaria se si vuole avere un ritorno in termini di nuove imprese innovative.

Dalla ricerca emerge un livello di investimenti mediamente alto, nell'ordine di 70.000 euro a startup. Il bootstrapping è la forma più diffusa per reperire fondi (40% dei casi), i grant di ricerca aiutano soprattutto nel caso di imprese e progetti di impresa che partono nell'alveo universitario (spin-off formali o informali).

Il 23% delle startup italiane ha trovato finanziamenti da investitori terzi, in prevalenza seed (15%) e in misura più limitata da venture capital (4%) e da business angels (4%).

Di cosa hanno bisogno le startup italiane per crescere? Il 69% delle startup italiane afferma di essere alla ricerca di capitali da venture capital e il 50% di partners che possano aiutarle nello sviluppo della propria business idea. Quindi capitali, alleanze e un contesto normativo più "startup friendly".

Alberto Onetti

Chairman Mind the Bridge Foundation

Direttore, CrESIT, Università dell'Insubria di Varese

Introduzione

Quando si parla di startup si fa riferimento a nuovi progetti di impresa con una marcata vocazione all'innovazione e forti ambizioni di crescita. Questo modello d'impresa si associa di solito ad un fabbisogno di capitali che va oltre le capacità di autofinanziamento del nucleo dei soci fondatori (il cosiddetto "bootstrapping", definito nella letteratura anglosassone anche con il celebre modello delle 3 F, "family, friends and fools") e della azienda stessa (che in genere, per un certo periodo dopo l'avvio, non è in grado di produrre flussi di cassa). Di conseguenza le startup basano, nelle fasi iniziali, il proprio sviluppo sul ricorso a finanziamenti esterni da parte di investitori specializzati sull'equity, quali seed e venture capitalists e business angels. Quindi, ai nostri fini, definiamo come imprese **startup**¹:

- imprese appena costituite o progetti di impresa;
- operanti in ambiti innovativi;
- con intensi piani di crescita;
- che necessitano di apporti di capitale nelle fasi iniziali.

Il termine **spin-off** è invece di solito usato per connotare quelle startup i cui fondatori provengono da altre aziende (i cosiddetti "corporate spin-off") o da università o enti di ricerca (gli spin-off accademici). Spesso vengono considerate come spin-off solo quelle aziende che mantengono una relazione formale con l'azienda o l'ateneo di geminazione: in tali casi ciò si manifesta attraverso la partecipazione al capitale dello spin-off da parte dell'organizzazione di provenienza e/o un contratto di collaborazione tra quest'ultima e lo spin-off.

Le startup rappresentano un sottoinsieme delle nuove imprese che vengono censite ogni anno dalle statistiche nazionali. Di queste ultime, la gran parte opera in ambiti tradizionali e senza prospettive di crescita rapida ed intensa e, come tali, non possono essere considerate startup.

1 - La definizione proposta è in linea con quella di "young and new technology-based companies" adottata dalla più diffusa letteratura sulla imprenditorialità (Onetti A., Zucchella A., Jones M.V., McDougall P., 2010, *Internationalization, Innovation and Entrepreneurship: Business Models for New Technology-based Firms*, in "Journal of Management and Governance (JMG), Special Issue: Entrepreneurship and strategic management in Life sciences. Business Models for High-Tech Companies")

Le startup rappresentano invece la componente, sia pure numericamente minoritaria, connotata da maggiore dinamicità e da maggiore rilevanza in termini prospettici delle nuove iniziative imprenditoriali. Da queste difatti, come mostrano le più recenti analisi², dipendono le possibilità di crescita economica futura ed occupazionale di un sistema paese.

Di qui la rilevanza di analizzare questo fenomeno in profondità e di studiarne la magnitudine e le tendenze evolutive. Tuttavia mappare l'universo delle startup è lavoro complesso e difficile per una serie di ragioni.

- Le startup sono per loro natura caratterizzate da una mortalità molto più intensa rispetto alle imprese tradizionali. Ciò è dettato dal loro maggiore profilo di rischio che deriva dalle innovazioni che cercano di introdurre sul mercato e dalla maggiore portata dei loro piani di sviluppo.
- Le startup vengono spesso costituite solo una volta raggiunte alcune milestone ritenute critiche. Di qui la necessità di censire, se si vuole cogliere il fenomeno nella sua interezza, non solo le imprese già fondate, ma anche i progetti che non sono ancora stati formalizzati con la costituzione dell'impresa.
- Le startup spesso sono frequentemente oggetto di processi di "pivoting" che portano il nucleo dei fondatori a modificare, spesso anche radicalmente, l'oggetto della propria attività in modo da "evitare che il fallimento della idea iniziale provochi il fallimento dell'intera impresa". Quindi è frequente trovare che lo stesso gruppo di proponenti promuova poco tempo dopo un progetto di impresa differente, spesso anche denominato con un nome diverso.

2 - Le startup sono infatti responsabili della quasi totalità dei nuovi posti di lavoro creati negli Stati Uniti (circa il 63%), al netto dei posti di lavoro persi. In proposito si veda: Stangler D., Kedrosky P., 2010, "Neutralism and Entrepreneurship: The Structural Dynamics of Startups, Young Firms, and Job Creation" Kauffman Foundation Research Series: Firm Formation and Economic Growth, Ewing Marion Kauffman Foundation; Kane T., 2010, "The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction", Kauffman Foundation Research Series: Firm Formation and Economic Growth, Ewing Marion Kauffman Foundation.

L'individuazione e quantificazione dell'universo delle startup passa di necessità attraverso un assessment di natura qualitativa che vada a valutare il piano di sviluppo e la natura dell'attività. Al riguardo la migliore proxy possibile per identificare il fenomeno delle startup è quella rappresentata dal numero di progetti presentati per la richiesta di capitale a investitori professionali.

A tal proposito si stima che ai venture capital funds e business angels networks raggruppati intorno al VC Hub, il gruppo informale che raccoglie i principali investitori italiani, arrivino circa 800/1.000 richieste di finanziamento all'anno³. Tale numero riteniamo fotografici in modo accurato la dimensione del flusso annuale delle startup italiane, che, pur in assenza di dati analitici, risulta in crescita significativa negli ultimi anni. Più difficile esprimersi sulla consistenza complessiva del fenomeno, data la elevata dinamicità dello stesso.

Nei paragrafi che seguono presenteremo i risultati dell'analisi che abbiamo sviluppato sulle imprese e sui progetti di impresa che hanno partecipato alla Mind the Bridge Business Plan Competition 2011. La numerosità delle imprese partecipanti rende i dati di seguito presentati come fortemente rappresentativi della popolazione delle startup italiane, o perlomeno del segmento costituito da quelle maggiormente strutturate.

Ove significativo, andremo ad enucleare i dati relativi al sottoinsieme delle 15 startup che sono state selezionate come semifinaliste dal Selection Committee di Mind the Bridge. Questo gruppo ristretto può essere a buona ragione considerato come una proxy delle startup connotate da maggiori probabilità di successo. Indi, tramite l'individuazione dei tratti distintivi di queste imprese e il loro confronto con i dati relativi all'intera popolazione delle startup, cercheremo di fornire indicazioni utili per tratteggiare, sia pure in prima approssimazione, le discriminanti del successo di una startup.

3 - Questo numero è stimato sulla base delle richieste di finanziamento giunte ai principali fondi di investimento, al netto di eventuali duplicazioni. Una analisi di maggior dettaglio è in corso per arrivare ad una stima più puntuale delle dimensioni del fenomeno.



Startups versus wannabe-companies

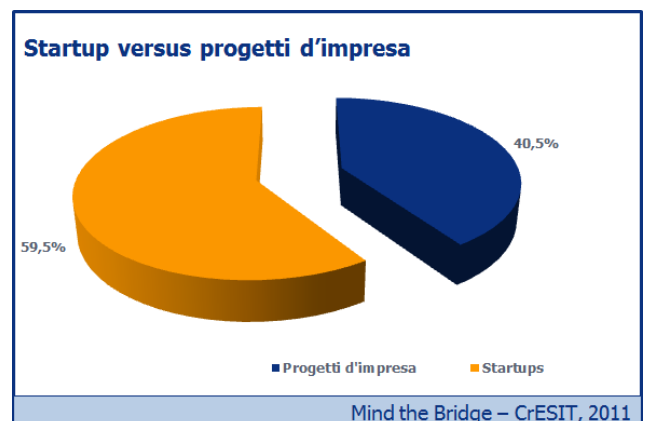
In precedenza abbiamo segnalato come le startup vengano spesso formalmente costituite solo dopo che la business idea sia stata validata e, in alcuni casi, solo una volta trovati i capitali necessari alla sua realizzazione. Di qui l'importanza di censire non solo le imprese già fondate, ma anche i progetti d'impresa che non sono ancora stati formalizzati con la costituzione in forma societaria.

I nostri dati confermano questa evidenza. Della popolazione d'indagine il 41% è rappresentato da progetti di impresa ("wannabe startup") che non sono ancora stati "strutturati" e costituiti come società.

Si tratta comunque di un fenomeno rilevante dal momento che, al di là della mancata formalizzazione, si tratta a tutti gli effetti di imprese al lavoro, che fanno investimenti e tracciano linee di sviluppo. Abbiamo difatti rilevato come, talvolta, queste "wannabe startup" (in particolare quelle emergenti dalle università e dai centri di ricerca) siano già risultate assegnatarie di grant e quindi dispongano ed investano risorse, al di là di quelle immesse dal nucleo dei fondatori.

Se restringiamo l'analisi alle aziende costituite emerge con forza la giovanissima età di queste nuove imprese. Si tratta infatti per la maggior parte di imprese giovani, in genere appena costituite, con età media di un anno.

"Il 41% delle startup non sono ancora formalmente costituite, ma, a tutti gli effetti, sono imprese al lavoro"



Ambiti tecnologici ed aree di business

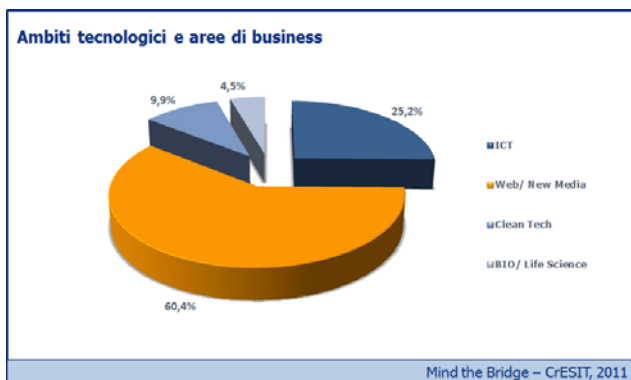
“La maggior parte delle startup sono web based”

In quali ambiti tecnologici operano le startup italiane?

Le imprese web based fanno la parte del leone: il 60% della popolazione opera in quest'ambito. A queste si aggiunge un ulteriore 25% che si concentra sulle Information and Communication Technologies (ICT).

Numericamente meno prevalente risulta il ruolo delle imprese operanti nelle clean technologies (il 10% della popolazione) e delle imprese attive in ambito biotech/life sciences (5%).

Dall'analisi dei dati risulta confermata la correlazione (inversa) tra la numerosità delle imprese e il livello degli investimenti richiesti per avviare il progetto di impresa. È noto come per far partire un progetto di impresa in ambito web o software siano richiesti investimenti minimi in fase di startup, al contrario di quanto avviene per lo sviluppo di tecnologie in campo biomedicale e biotecnologico o di dispositivi ed hardware.



La geolocation delle startup italiane

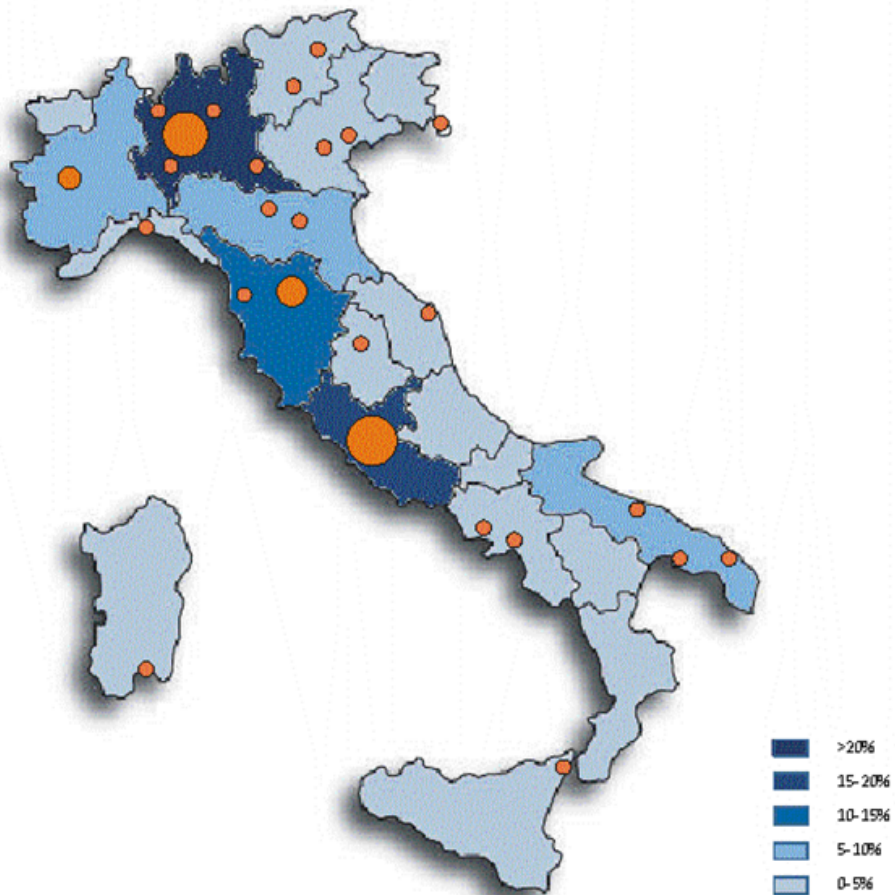
Dove sono localizzate le startup italiane? La maggior parte di queste è localizzata al Nord (39%) e al Centro Italia (35%), mentre solo il 10% origina dal Sud e dalle Isole.

Lombardia (25%) e Lazio (15%) sono le regioni a maggiore densità di startup, immediatamente seguite dalla Toscana (10%). Importante è anche il ruolo di Piemonte (7%), Emilia Romagna (6%), Puglia (5%) e Veneto (4,5%).

Se spostiamo il focus d'analisi sulle città, i centri più prolifici in termini di startup "concepite" risultano essere, nell'ordine, Roma, Milano, Firenze, Torino e Pavia. Si tratta non solo di grandi città ma anche di poli universitari di rilievo.

“Le startup italiane sembrano concentrarsi sull’asse Lombardia-Toscana-Lazio”

Startup geolocation: regioni e città principali



“Sempre più startup scelgono di nascere all'estero”

Questo ultimo dato segnala l'importanza, ai fini della costituzione di una startup, delle università e in particolare del percorso di studi universitario seguito dagli imprenditori. Si rimanda al prossimo paragrafo per un approfondimento su questi aspetti.

Rileva sottolineare come una percentuale importante (9%) abbia deciso di incorporarsi all'estero. Questo dato (in crescita negli ultimi anni) va letto come un segnale della sempre minore competitività del nostro paese nell'attrazione degli investimenti e nello specifico delle nuove imprese. Una startup essendo nelle fasi iniziali del proprio ciclo di impresa ha, per definizione, una propensione alla mobilità più accentuata rispetto ad una azienda già costituita e sviluppata. Pertanto, in presenza di condizioni di contesto percepite come non favorevoli (quali, ad esempio, maggiori costi di costituzione della entità legale, rigidità normative in tema di occupazione, costi e rischi legati alla eventuale chiusura d'azienda), gli imprenditori considerano sempre più l'opzione di localizzazione all'estero. Tra i poli di attrazione off-shore delle nostre startup si segnalano gli Stati Uniti e, in misura minore, Regno Unito e Canada. Si tratta di paesi di matrice anglosassone, connotati da un sistema di common law e quindi caratterizzati da un impianto normativo più funzionale ad imprese che puntano a raccogliere capitali e ad acquisizioni (sia attive che, soprattutto, passive).

Startup italiane: I principali poli di attrazione off- shore:

Silicon Valley (US)

Delaware (US)

Boston (US)

London (UK)

Mind the Bridge - CrESIT, 2011

Va segnalato come la scelta di localizzazione all'estero possa anche essere dettata da specifiche strategie aziendali, quali progetti di espansione su determinati mercati e di fundraising. In entrambi i casi, gli Stati Uniti, per le dimensioni del loro mercato interno e per lo sviluppo della industria del venture capital, rappresentano una meta decisamente attraente per una azienda con piani di sviluppo ambiziosi.

Il profilo degli startupper italiani

Lo startupper italiano ha in media 32 anni, è di sesso maschile nella grande maggioranza dei casi (87%, come confermato anche da altri studi, sebbene la percentuale di donne risulti in aumento rispetto allo scorso anno), ha un livello di istruzione medio-alto ed ha accumulato esperienze lavorative e imprenditoriali precedenti. Questi dati, che verranno approfonditi di seguito, confermano come una startup non si improvvisa dal niente, ma in genere richiede una solida ed ampia base di conoscenze e di esperienze.

La maggior parte degli imprenditori sono nati al Centro Nord (41% al Centro, 37% al Nord), solo il 22% al Sud o nelle Isole. Se consideriamo la residenza degli imprenditori (invece del luogo di nascita), le percentuali del Sud e delle Isole scendono dal 22% al 10%.

Le startup hanno un gruppo di founder composto in media da 2/3 persone ed impiegano in media da 3 a 4 dipendenti. Non si tratta quindi di "one man band", ma di gruppi imprenditoriali che aggregano competenze differenti. Infatti, le startup che hanno un solo founder sono solo il 9% della popolazione. Tale percentuale scende al 6% se consideriamo le "top 15" startup che hanno passato tutte le selezioni intermedie della Mind the Bridge Business Plan Competition.

Quest'ultimo dato conferma l'importanza, al fine del successo di una iniziativa imprenditoriale, di disporre di una base di competenze ampia e diversificata, da attuare mediante il coinvolgimento di persone che, con ruoli e prospettive diverse, possano aiutare lo sviluppo del business.

"Trentaduenne, di sesso maschile, residente al Centro-Nord, laureato, spesso con un Master o un Dottorato. Ecco Mr. Startup"

"Non imprese solitarie, ma gruppi di 2-3 persone"

“Le startup nascono intorno ad università con specializzazioni forti”

“Top università italiane” per titolo di studio conseguito dai giovani imprenditori italiani:

Laurea

- 1) Politecnico di Milano
- 2) Università degli Studi di Roma La Sapienza
- 3) Università degli Studi di Firenze

MBA in Italia

- 1) MIP Politecnico di Milano
- 2) Università Commerciale “Luigi Bocconi” e SDA – Scuola di Direzione Aziendale

PhD in Italia

- 1) Università degli Studi di Milano
- 2) Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
- 3) Università degli Studi Firenze / Università degli Studi di Padova

Mind the Bridge - CrESIT, 2011

Due terzi degli imprenditori hanno un background scientifico (61%), mentre un terzo ha una educazione di impostazione umanistica. Tali dati confermano la “trazione” scientifico-tecnologica delle startup innovative e, al contempo, contribuiscono a spiegare le difficoltà che molte trovano nel costruire un business. Persone con un background tecnico-ingegneristico faticano a trasformare la propria idea in impresa, soprattutto se non sono in grado di supplire a competenze manageriali attraverso l’ampliamento del nucleo imprenditoriale.

Già dal report dello scorso anno era emerso come l’“education” sia uno dei fattori che presentano correlazione più forte con la propensione a creare impresa e, fatto non sorprendente, con l’attitudine al successo della stessa. Per questo siamo andati a studiare un po’ più a fondo i percorsi di studio degli startupper italiani.

Il 90% circa ha una laurea di primo livello, mentre il 60% circa ha conseguito anche una laurea specialistica⁴. Nel 47% dei casi al Centro, nel 37% al Nord, nel 10% al Sud e nelle Isole, mentre il rimanente 6% all’estero. Tra le università più gettonate risultano il Politecnico di Milano, l’Università di Roma La Sapienza e l’Università degli Studi di Firenze.

4 - Questo dato è parzialmente “inquinato” dal fatto che le lauree specialistiche sono state introdotte in Italia in tempi relativamente recenti.

“Una startup riassume le esperienze precedenti dei fondatori, sia di studio, sia di lavoro, sia di impresa”

Il 25% ha anche un PhD o un MBA. Di questi l'80% ha conseguito il titolo in Italia (il Politecnico e la Bocconi di Milano risultano essere tra i più attivi al riguardo), mentre il restante 20% all'estero (Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Germania, Spagna e Svizzera sono le destinazioni più frequenti).

È interessante analizzare anche la mobilità mostrata dai futuri startupper durante il loro percorso di studi. Non è difatti infrequente registrare diversi spostamenti. L'11% dei wannabe-entrepreneur, una volta ottenuta la laurea triennale (“bachelor”), decide di spostarsi verso altre regioni italiane (6%) o all'estero (5%) per proseguire i propri studi con un master di primo livello. Tale mobilità risulta ulteriormente amplificata se si considera chi decide di proseguire negli studi con un dottorato di ricerca o un MBA. In questo caso le percentuali di spostamento salgono al 40%: il 20% si sposta all'estero, mentre il restante 20% si muove verso altre regioni italiane.

“Lo startupper non è radicato in un posto, ma ha una forte propensione alla mobilità”

La tabella a lato⁵ mostra i fattori che maggiormente influenzano la scelta della location di una startup. Come emerge, il luogo in cui viene compiuta la formazione di base e quello di nascita risultano meno significativi. Mostrano invece una correlazione molto alta con la sede

La startup nasce dove il CEO	
È nato	★ ★ ★ ☆ ☆
Ha conseguito la laurea	★ ★ ★ ☆ ☆
Ha conseguito il PhD/MBA	★ ★ ★ ★ ☆
Ha lavorato	★ ★ ★ ★ ☆
Ha fondato la sua precedente startup	★ ★ ★ ★ ★

di effettiva domiciliazione della startup i luoghi ove viene svolta la formazione di più alto profilo (dottorato e master) e quelli ove sono state svolte le esperienze lavorative precedenti (sia come lavoratore dipendente che, e soprattutto, le precedenti attività imprenditoriali). Attorno a quei posti si densifica il network di relazioni che saranno cruciali per l'avvio della startup.

Di conseguenza, emerge chiaramente come il potenziamento dei programmi specialistici delle università (sia in ambito tecnico-scientifico che manageriale) sia l'investimento più efficace per sostenere la creazione di impresa. Maggiore è la qualità e reputazione di questi programmi, maggiore è la loro capacità di attrazione di talenti e, di conseguenza, la possibilità di nascita di nuove imprese innovative.

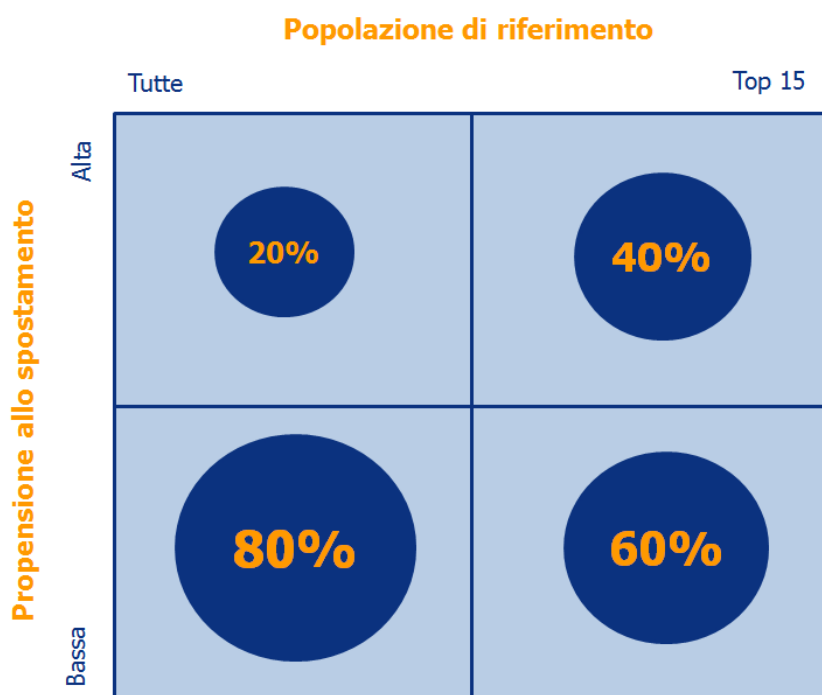
Mind the Bridge - CrESIT, 2011

5 - I dati si riferiscono solo al CEO (nel mondo anglosassone, corrisponde all'amministratore delegato di una società) della startup che, nelle fasi iniziali, rappresenta in genere la figura centrale nell'azienda e nelle scelte strategiche della stessa.

Ci sembra interessante fornire qualche indicazione di sintesi in merito alla “propensione alla mobilità” dello startupper⁶. La successiva matrice mostra infatti la propensione alla mobilità analizzata sulla base del numero di location toccate dal CEO precedentemente alla costituzione della startup di cui è attualmente a capo⁷.

La parte inferiore della matrice raggruppa i CEO che nel corso della loro vita hanno “toccato” non più di una o due location. La parte superiore, invece, raggruppa coloro che si sono spostati in più di due città diverse nel corso del proprio percorso di studi e di lavoro.

La parte sinistra della matrice riporta i dati relativi all’intera popolazione, mentre quella destra quelli che si riferiscono alle top 15 startup.



Mind the Bridge – CrESIT, 2011

Emerge abbastanza distintamente come gli imprenditori a capo delle startup migliori mostrino una propensione alla mobilità superiore rispetto alla media. Sembra confermata la tesi che individua nella mobilità (non solo domestica, ma soprattutto internazionale) uno dei driver dell’eccellenza. Una maggiore mobilità porta di fatto ad ampliare la rete di contatti e il bacino di esperienze che risultano poi determinanti per il successo delle successive iniziative imprenditoriali.

6 - I dati si riferiscono al CEO della startup che, nelle fasi iniziali, rappresenta in genere la figura centrale nell’azienda e nelle scelte strategiche della stessa.

7 - I possibili luoghi analizzati come tappe di un ipotetico percorso di uno startupper sono: luogo di nascita, città ove ha conseguita laurea, master, dottorato, luogo ove ha svolto la sua ultima esperienza lavorativa, sede operativa della sua ultima startup fondata prima di quella attuale.

Il ruolo delle esperienze precedenti

Abbiamo poi approfondito un tema chiave rappresentato dalle esperienze lavorative che gli imprenditori hanno fatto prima della costituzione della startup in cui sono attualmente coinvolti. Tale aspetto è considerato critico dalla più recente letteratura sulla imprenditorialità e, nello specifico, sul filone che analizza l'imprenditorialità seriale⁸.

Al riguardo abbiamo approfondito tre principali tipologie di esperienze che possono precedere la creazione di una startup:

- a. precedenti esperienze lavorative (lavoro dipendente);
- b. precedenti esperienze d'impresa (startup precedentemente fondate dal medesimo imprenditore);
- c. precedenti esperienze lavorative/di ricerca in ambito accademico.

a) Precedenti esperienze lavorative

L'80% degli startupper, prima dell'avvio della propria attività imprenditoriale, ha lavorato in azienda mediamente per 6/7 anni. Nel 33% dei casi tale esperienza lavorativa è stata svolta all'estero. Questa percentuale supera il 50% se si considerano le top 15 startup.

b) Precedenti esperienze d'impresa

Il 21% dei founder è alla sua seconda startup. Tra questi, in 2 casi su 10, la precedente esperienza imprenditoriale è stata fatta all'estero. Tra le "top 15", la percentuale di serial entrepreneur sale al 35%, così come la quota di startup incorporate all'estero (4 su 10).

“La startup di successo è raramente la prima che viene lanciata”

8 - In proposito si veda: Onetti A., Talaia M., Odorici V., Presutti M., Verma S., 2010, The Role of Serial Entrepreneurs in the Internationalization of Global Start-Ups: A Business Case, Journal of Strategic Management Education 6 (1): 79-94.

“Gli spin-off accademici faticano a diventare grandi imprese”

Un approfondimento interessante riguarda il dato relativo alle startup precedentemente costituite. Nel 75% circa dei casi si tratta di imprese ancora in essere e, nel 61% dei casi, gli imprenditori continuano ad essere coinvolti nelle precedenti startup.

Questo coinvolgimento sottolinea due aspetti che caratterizzano fortemente la figura dello “startupper”:

- l'importanza del “pivoting” cui si accennava nell'introduzione del report;
- il carattere seriale del “mestiere dell'imprenditore” che si perfeziona solo facendolo. In molti casi si tratta infatti di business condotti dall'imprenditore contemporaneamente/in modo parallelo (nel 61% dei casi precedentemente citati).

c) Precedenti esperienze di ricerca

Il 18% degli startupper hanno precedenti esperienze in ambito accademico (presso università e centri di ricerca pubblici). Questo segnala la diffusione ed importanza del fenomeno degli spin off accademici. Tuttavia, questa percentuale scende al 15% se si analizzano le top 15 startup, quasi a segnalare la difficoltà che gli spin-off universitari incontrano nel crescere e trovare capitali. Conferme simili si hanno se si guarda al numero dei brevetti, che sono 0,6 in media per startup, mentre scendono a 0,5 se ci si concentra sul sottoinsieme delle migliori 15 startup.

Degli startupper di estrazione accademica, quasi il 30% ha dichiarato di aver depositato almeno un brevetto. Il fatto di avere maturato una precedente esperienza nel campo della ricerca sembra essere un fenomeno strettamente correlato alla protezione della proprietà intellettuale. Non a caso il 60% dei brevetti registrati dalle startup italiane deriva da imprenditori che hanno avuto una precedente esperienza lavorativa in università o centri di ricerca.

Startup e fundraising

“Il 23% delle startup italiane ha trovato capitali da fonti esterne al nucleo dei fondatori”

Come segnalato nella parte introduttiva, le startup basano il proprio sviluppo sul ricorso a finanziamenti esterni da parte di investitori. Lo sviluppo del prodotto e del servizio e la sua immissione sul mercato passano attraverso un periodo (più o meno lungo, in funzione delle caratteristiche delle tecnologie sviluppate e dei mercati di destinazione) connotato da investimenti ingenti ed entrate nulle o comunque insufficienti a coprire le uscite. Il fundraising è finalizzato a traghettare la startup lungo le fasi connotate da “negative burn” fino al momento in cui questa incomincerà a generare cassa (diventando “cash flow positive”).

Le forme di finanziamento che abbiamo mappato ai fini della nostra analisi sono le seguenti:

- 1) Bootstrapping, ossia capitali raccolti dal gruppo dei fondatori nell’ambito delle risorse possedute direttamente o all’interno del nucleo familiare o della rete di conoscenti (“family, friends and fools”);
- 2) Grants, ossia finanziamenti in genere destinati al supporto di attività di ricerca in ambito universitario;
- 3) Seed Financing, finanziamenti ricevuti da fondi di investimento in genere collegati ad attività di incubazione e business development;
- 4) Business Angels, finanziamenti ricevuti da persone fisiche che in genere effettuano investimenti in forma associata (in rete);
- 5) Venture Capital, finanziamenti da fondi di investimento specializzati nel capitale di rischio.

La distinzione tra le diverse forme è spesso non agevole, soprattutto in un contesto, quale quello italiano, ove l’industria del seed/venture capital è ancora in fase di consolidamento e crescita.

Nell'elenco seguente presentiamo un tentativo di mappatura (ancora incompleto) dei principali operatori attivi nel nostro paese che ci proponiamo di tenere aggiornato insieme al report.

Elenco (draft) dei Venture e Seed Capital attivi in Italia:

360 Capital Partners (international)
Annapurna Ventures (seed/early stage)
Aster Capital (international, clean tech)
Atlante (100% Italia)
Connect Ventures (fund raising now)
Digital Magics (seed/incubator)
dPixel (seed)
EarlyBird (international, fund raising now in Italy)
EnLabs (seed/incubator)
H-Farm (seed/incubator)
IBAN (Italian Business Angle Network) (seed/angel network)
IIClub degli Investitori (seed)
Innogest (100% Italia)
Italian Angels for Growth (IAG) (seed/angel network)
JStone (seed)
Jupiter Ventures (early)
M31 (seed/incubator)
Mohai Capital (seed)
Piemontech (seed/early)
Pino Venture Partners (early stage)
Quantica (Sud Italia)
Toscana Innovazione (seed local)
TTVenture (seed/early)
Vertis (Sud Italia)
Zernike Meta Ventures (seed)

Mind the Bridge - CrESIT, 2011

La forma più diffusa tra le startup per reperire fondi è il bootstrapping (40% dei casi). Un 8% ha anche avuto accesso a grant per coprire parte dei costi di sviluppo dell'idea nelle fasi iniziali.

“Circa 70 mila euro sono in media investiti per startup”

Il 23% ha trovato finanziamenti da investitori terzi, in prevalenza seed (15%) e in misura più limitata da venture capital (4%) e da business angels (4%).

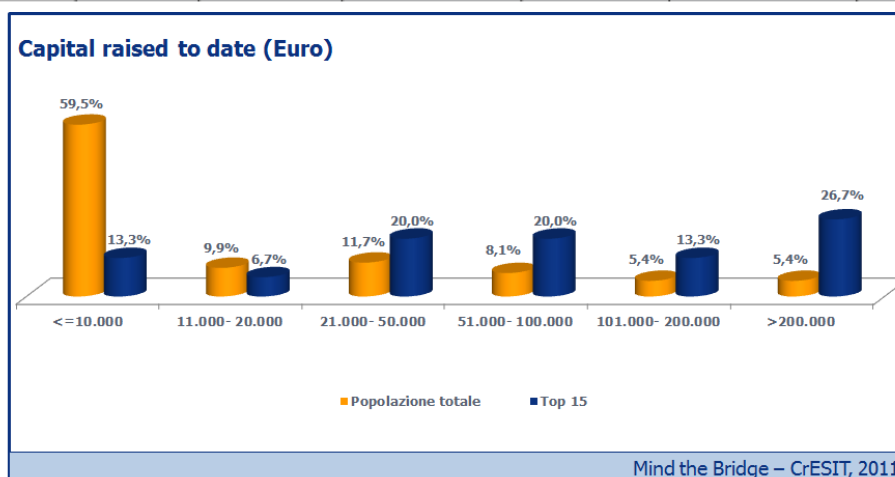
Ovviamente se si restringe l'analisi alle società già costituite (escludendo i progetti di impresa), crescono le percentuali di accesso a capitali tramite seed (21%), business angels (6%) e venture capital (6%).

In particolare, se limitiamo l'analisi alle top 15, si nota come le fonti di funding siano ancora più articolate ed evolute. Infatti, oltre al bootstrapping (47% dei casi) e a grant (20%), il 40% circa dichiara di aver avuto accesso al seed financing, il 7% a business angels ed il 13% a venture capital.

Il capitale in media raccolto dalle startup ammonta a circa 71 mila euro. Si tratta ovviamente di un dato medio che, come emerge dalla tabella di seguito riportata che propone la distribuzione in classi di investimento, presenta una elevata varianza (basti pensare che gli estremi variano da poche migliaia di euro a mezzo milione).

Se si considerano le sole top 15, il dato relativo al capitale medio sale a 136 mila euro circa, a testimonianza di come i progetti migliori tendano a trovare maggiore accesso a capitali.

CAPITAL RAISED TO DATE (Euro)						
	≤10.000	11.000-20.000	21.000-50.000	51.000-100.000	101.000-200.000	>200.000
Popolazione totale	59,5%	9,9%	11,7%	8,1%	5,4%	5,4%
Top 15	13,3%	6,7%	20,0%	20,0%	13,3%	26,7%



Cosa cercano le startup italiane?

Cosa serve alle startup italiane per crescere? Il 69% delle startup italiane afferma di essere alla ricerca di capitali da venture capitalist; questa percentuale sale al 76% se si restringe l'analisi alle società maggiormente strutturate.

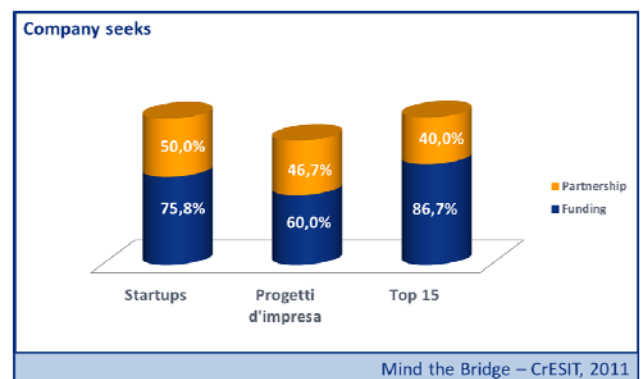
Dalla nostra indagine emerge, tuttavia, come le startup italiane non siano solo alla ricerca di fonti di finanziamento ma anche di partner strategici che possano supportarle nei propri processi di sviluppo.

Infatti, circa il 50% cerca un partner, che possa aiutare i founder nello sviluppo della business idea e portare le competenze al gruppo imprenditoriale esistente.

Ulteriore conferma di questa tendenza si trova nell'analisi dei "company seeks" per le top 15. Difatti se tutte le migliori startup confermano di essere alla ricerca di capitali, un percentuale molto ampia di queste (40%) cerca accordi strategici di partnership.

I capitali servono, ma il successo non sembra passare solo da quelli...

“Per crescere, non solo capitali, ma anche partnership strategiche”



Chi è Mind the Bridge

“Vogliamo promuovere in Italia un ecosistema imprenditoriale sostenibile aperto all'internazionalizzazione e improntato al merito e all'eccellenza”

La Fondazione Mind the Bridge (MtB) è un'iniziativa non-profit nata nel 2007 da un'idea di Marco Marinucci, manager di Google, durante una sua esperienza di lavoro: ispirato da un progetto di mentoring e business plan competition che stava seguendo in Africa e colpito dal forte impatto di una tale iniziativa, decise di replicare il modello in Italia con la speranza di ottenere un risultato altrettanto dirompente.

La Fondazione è gestita da un Board con Marco come Direttore Esecutivo e Alberto Onetti come Chairman, professore universitario con un'approfondita conoscenza dell'ecosistema della Silicon Valley ed una esperienza da imprenditore seriale. Alberto dirige anche tutte le operazioni in Italia. Il Board definisce gli obiettivi e le linee di azione della Fondazione.

Mission della Fondazione è quello di promuovere in Italia un ecosistema imprenditoriale sostenibile, etico, altamente professionale, aperto all'internazionalizzazione e improntato al merito e all'eccellenza. A tal fine Mind the Bridge è finanziata da fondazioni, società, imprese e donor e lavora in partnership con gli attori più significativi del sistema pur conservando una assoluta autonomia di azione.

Mind the Bridge intende supportare la nascita e lo sviluppo di idee di impresa innovative e consentire agli imprenditori italiani di entrare in diretto contatto con la Silicon Valley che è il più evoluto ecosistema imprenditoriale al mondo sia in termini di sviluppo tecnologico che di investimenti di capitale.

A tal fine Mind the Bridge organizza ogni anno una Business Plan Competition con l'intento di selezionare le migliori e più innovative idee di business fra tutti i talenti italiani.

Alle startup selezionate Mind the Bridge offre la possibilità di partecipare a eventi di formazione in Italia (quali un Boot Camp, "campo di addestramento" per aspiranti imprenditori, e a sessioni di Coaching, per migliorare la stesura e strutturazione del proprio piano per gli investitori) e al Mind the Bridge Venture Camp di Milano, evento internazionale cui partecipano imprenditori da tutto il mondo. Mind the Bridge organizza anche un roadshow negli Stati Uniti finalizzato a presentare le migliori idee italiane.

Attraverso la Business Plan Competition e il programma di affiliazione con i principali incubatori italiani, circa 40/60 startup selezionate sono ogni anno ammesse al "Mind the Bridge Gym", un programma di incubazione, formazione e mentoring che ha base in Silicon Valley a San Francisco.

Con tali programmi, lo sviluppo di attività di policy-making e la valorizzazione di role-model di successo, la Fondazione Mind the Bridge si prefigge come scopo ultimo quello di contribuire effettivamente a diffondere in Italia un nuovo approccio all'imprenditorialità, sostenendo lo sviluppo di una nuova generazione di imprenditori e imprese innovative italiane.

***"Vogliamo
costruire una
nuova
generazione di
imprenditori"***



Il report è redatto da Mind the Bridge Foundation con la collaborazione scientifica del **CrESIT - Research Centre for Innovation and Life Sciences Management dell'Università degli Studi dell'Insubria di Varese.**

Il lavoro di ricerca è stato coordinato dal Prof. Alberto Onetti e dalla Dott.ssa Alessia Pisoni. Il gruppo di ricerca è formato da Simona Bielli, Manuela Menegotto, Federica Peponi, Marco Talaia.



Contacts:

Mind the Bridge Foundation

San Francisco (CA) - USA

Website: www.mindthebridge.org

Email: information@mindthebridge.org

Twitter: [@MindTheBridge](https://twitter.com/MindTheBridge)

Blog: siliconvalley.corriere.it/