



Dipartimento di Economia & Management

Cattedra di Economia Aziendale

Lean Startup Business Concept e
I Metodi di Finanziamento per le *Startup*

RELATORE

Prof. Giovanni Fiori

CANDIDATO

Andrea Castellaneta

Matr. 205001

Anno Accademico 2018/2019

INDICE:

Introduzione.....	5
Capitolo 1. <i>Lean Startup Business Concept</i>	
1.1 Cosa si intende per <i>Startup</i> e il concetto di scalability.....	7
1.2 Il concetto di <i>Lean Startup</i>	12
1.3 Canvas <i>Business model</i> vs <i>Business Plan</i>	15
Capitolo 2. <i>I Programmi di Incubazione e Accelerazione</i>	
2.1 Definizioni e Differenze tra Incubatori ed Acceleratori.....	20
2.2 Le fasi principali dei Programmi offerti.....	21
2.3 la Metodologia SCRUM.....	23
Capitolo 3. <i>I Metodi di Finanziamento per Startup</i>	
3.1. Auto-Finanziamento, <i>Bootstrapping</i>	26
3.2 Finanziamento come Capitale Di Debito.....	
3.2.1 Finanziamenti Pubblici e Bancari.....	30
3.2.2 Il Fondo di Garanzia per le <i>Startup</i> Innovative.....	31
3.2.3 Il Fondo nazionale dell'innovazione.....	
3.3 Finanziamento come Capitale Di Rischio.....	
3.3.1 Le 3F e I <i>Business Angel</i>	33
3.3.2 I Fondi di <i>Venture Capital</i> e CVC.....	36
3.3.3 <i>Crowdfunding</i> e le Piattaforme Digitali.....	38
Conclusione.....	40
Bibliografia.....	43

Alla mia Famiglia, per la costante Presenza e Fiducia.

*Ringrazio Giulia D'Amato e Alessio Boceda,
founder di StartupGeeks,
per il supporto nella ricerca dei materiali oggetto di studio.*

Introduzione

Il desiderio di approfondire la mia conoscenza del settore delle *startup*, italiane ed estere, nasce in me durante i primi anni di studi universitari. Durante il terzo anno di laurea triennale, ho avuto modo di frequentare il corso “*Understanding Startup fundamentals*”, offerto dal Luiss Enlabs, un acceleratore di *startup*, frutto di una *joint venture* tra la *LVenture Group s.p.a* e l’Università LUISS Guido Carli. Al termine del corso decisi, quindi, che le *startup* e i loro metodi di finanziamento sarebbero state l’oggetto di studio del mio elaborato finale.

Il mercato delle *startup* italiano mostra, infatti, numeri in forte crescita già da più di cinque anni. Stefano Firpo, ex Direttore Generale per la Politica Industriale del Ministero dello Sviluppo Economico, già nel 2016, affermava:

“Le *startup* rappresentano un importante segmento del sistema produttivo italiano e costituiscono un fondamentale *asset* su cui il Paese gioca il suo potenziale di crescita futura, in un contesto competitivo sempre più globale e sempre più determinato dal connubio fra conoscenza, innovazione e spirito imprenditoriale”.

A confermare tale trend e la portata dello sviluppo di questo settore, ci sono anche la promozione di tante iniziative e l’istituzione di fondi per l’innovazione e le *startup* da parte dei governi italiani ed esteri. In Italia è stata infatti prevista, nella Legge di Bilancio 2019, l’istituzione del Fondo Nazionale per l’Innovazione, il quale immetterà nel mercato investimenti per un totale di 1 miliardo di euro.

Invece, in Francia il presidente Macron ha annunciato l’istituzione di un fondo che si propone di investire ben 5 miliardi di euro in *startup* tecnologiche, nei prossimi tre anni. Considerando, quindi, che l’argomento è estremamente attuale e che la sua rilevanza si mostra in costante crescita, ho deciso di strutturare il mio elaborato come segue.

Nel primo capitolo, ho iniziato ad analizzare il tema partendo dalle basi concettuali di questa forma aziendale, ricostruendo così una definizione, generale, del concetto di *Startup*. Sono passato poi ad analizzare gli elementi caratterizzanti che distinguono una *startup* da un'azienda tradizionale e i punti chiave del *Lean Startup Business Concept*. Il capitolo si conclude con la descrizione ed analisi di due modelli, indispensabili per la costituzione e lo sviluppo di una *startup*: il *Business Model* e il *Business Plan*.

Il secondo capitolo verte, invece, sul ruolo dei primi due “protagonisti” del settore *startup* analizzati nell'elaborato, ovvero gli Incubatori e gli Acceleratori. A quest'analisi, si aggiunge una veloce *overview* sulla policy governativa italiana e le misure agevolative introdotte, a partire dal 2012, a favore di investitori e incubatori italiani.

Il terzo ed ultimo capitolo è incentrato, invece, sulle opportunità di accesso ai capitali attraverso cui le *startup* possono aspirare ad una crescita rapida e continua. Attraverso un'analisi dei diversi metodi di finanziamento, vengono così presentati anche i restanti “protagonisti” che svolgono un ruolo, determinante, nel delicato processo di sviluppo e maturazione delle *startup*.

1° CAPITOLO

1.1 Cosa si intende per *Startup* e il concetto di *scalability*

Definire il concetto di *startup*, non è semplice, per questo motivo mi affiderò ad alcune definizioni date da *startupper* di successo ed esperti del settore, passando poi ad analizzare i punti chiave, in comune, tra quest'ultime.

*“A startup is a temporary organization in search of a repeatable scalable business model”*¹.

Secondo Steve Blank, imprenditore della Silicon Valley, founder di “e.piphany”, conosciuto per lo sviluppo del *customer development method* e professore aggiunto della Stanford University.

Una *startup* è, quindi, **un’organizzazione temporanea** alla ricerca di un *business model ripetibile e scalabile*.

*“Startup=Growth. A startup is a company designed to grow fast. Being newly founded does not in itself make a company a startup. [...] The only essential thing is growth.”*²

Secondo Paul Graham, informatico, imprenditore e saggista inglese, founder di “Y Combinator” e cofondatore di “Viaweb”, oggi “Yahoo! Store”.

Una *startup* è **un’azienda ideata per crescere velocemente**. L’unico elemento **essenziale è la crescita**.

*“A startup is a human institution designed to create a new product or service under conditions of extreme uncertainty”*³.

Secondo Eric Ries, imprenditore americano, blogger, co-founder di IMVU ed autore del *best seller* “The *Lean Startup*”, il libro che pose le basi al *lean startup movement*.

¹ S. BLANK, *The four steps to the Epiphany*, K&S Ranch, 2013, p.17

² P. GRAHAM, <http://www.paulgraham.com/growth>

³ E. RIES, *The Lean Startup: how constant innovation creates radically successful businesses*, Penguin, London 2011, p.2

Da questa definizione è già facilmente deducibile che il concetto proprio di *startup* non abbia nulla a che fare con le dimensioni dell'azienda, settore economico o industria in cui essa opera.

Una *startup* è **un'istituzione umana** ideata per creare un nuovo prodotto o servizio **in condizioni di estrema incertezza**.

I concetti chiave delle tre definizioni analizzate sono:

- Organizzazione temporanea.

Una *startup* ha, infatti, un periodo di vita ben definito che si dice si concluda, già, con la validazione del *business model*, scalabile e ripetibile. Validato ciò, essa diventa un'azienda vera e propria. La *startup* è definita quindi come un viaggio da una fase temporanea iniziale, ad una fase più stabile e formata, successiva.

- In cerca di un *Business model*.

Il *business model* di una *startup*, rappresenta il modello cardine sui cui si basa il *business* della *startup*, lo analizzeremo nel dettaglio successivamente.

Esso descrive i fondamenti su cui si basa un'organizzazione per creare, fornire e catturare valore.

“creates, delivers, and captures value” - A. Osterwalder, Y. Pigneur 2010.

- Ripetibile

La ripetibilità è legata al puro concetto temporale, ossia la capacità che ha la *startup* di svolgere più e più volte nel corso del tempo quell'insieme di operazioni capaci di fornire, ogni volta, sempre gli stessi risultati. Ad esempio, la possibilità di riuscire ad ottenere più volte, nel tempo, un ricavo a fronte dell'erogazione di un determinato servizio che viene prodotto dalla *startup* e che sia alla base del suo *core business*.

La ripetibilità del *business model* è condizione necessaria ed indispensabile per la possibilità di crescita di un *business* aziendale.

- Scalabile

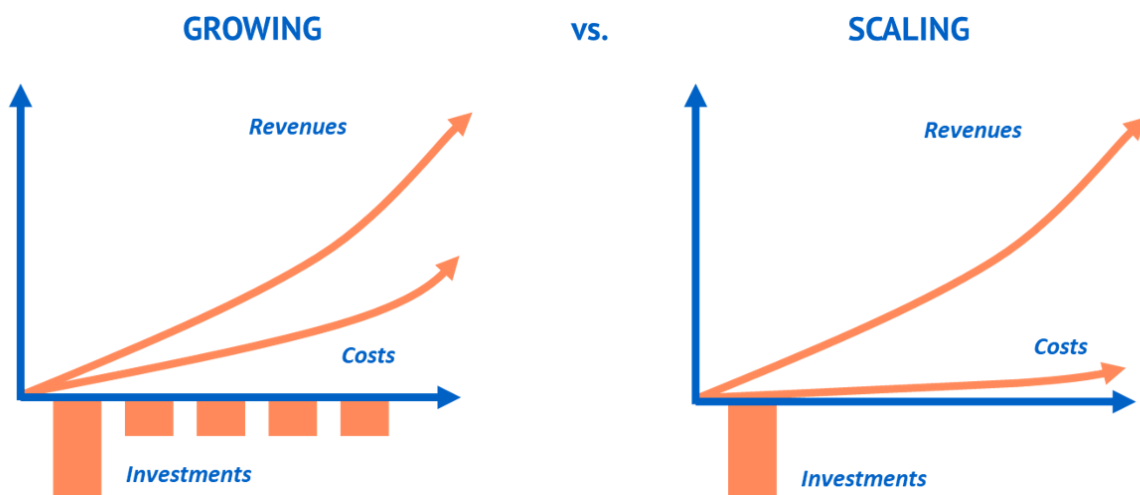
La “*scalability*”, scalabilità, è l’elemento distintivo delle *startup*, rappresenta la vera differenza rispetto alle aziende tradizionali.

La scalabilità è la caratteristica di un sistema, modello o funzione che descrive la capacità di gestire al meglio e performare bene a fronte della crescita del carico di lavoro. Un sistema che “scala” aumenterà il suo livello di performance ed efficienza, all’aumentare del carico di lavoro e domanda.

Con riferimento ad un’azienda ed al suo *business model*, questo vuol dire che all’aumentare dei ricavi, i suoi profitti si manterranno costanti o aumenteranno.

Ad esempio, i ricavi, grazie alle cosiddette “*economie di scala*”, cresceranno più velocemente dei costi da sostenere per generarli.

Si hanno, quindi, ricavi esponenziali a fronte di costi lineari.



- In condizioni di estrema Incertezza

Le *startup* sono società ad alto rischio, ma, come tali, anche ad alto rendimento potenziale. La condizione di incertezza è, infatti, data da due punti analizzati in precedenza, ovvero Ricerca del *Business Model* e la Scalabilità. Quest’ultime, inversamente proporzionali, generano effetti opposti.

La Ricerca potrebbe rivelarsi lunga e costosa. Da ciò ne deriva il, grande, rischio di illiquidità, insolvenza e fallimento della *startup*.

La Scalabilità, di contro, potrebbe portare significativi guadagni ed alto rendimento.

Durante il lungo viaggio di sviluppo e maturazione del *business* di una *startup*, si presenta, infatti, il suo progressivo passaggio attraverso 7 fasi:

1. PRE-SEED, ovvero la fase di *Idea Validation*, in cui si ricerca la soluzione ad un problema esistente e in un mercato molto ampio che ne mostra un bisogno, una cosiddetta “unmet need”. **(o IDEA)**.
2. SEED, momento in cui la *startup* ha già iniziato ad entrare in contatto con il mercato, ha un MVP, ma non è andata oltre **(o DISCOVERY)**.
3. EARLY o 1st STAGE, la fase in cui la *startup* è già sul mercato, presenta già una traction, ma non riesce ancora a fare una SCALE-UP **(o VALIDATION)**

E le altre fasi, che sono indicate come:

4. 2nd STAGE **(o EFFICIENCY)**,
5. DEVELOPMENT **(o SCALE)**,
6. EXPANSION **(o SUSTAIN)**
7. MATURITY **(o CONSERVATION)**.

Lungo il percorso attraverso le prime tre fasi, però, si riscontra la maggior percentuale di fallimento delle *startup*.

Per questo motivo, tale area è comunemente definita “*Death Area*”.

Lo “*startup lifecycle*” comporta, infatti, anche un fabbisogno finanziario da parte della *startup*, è sarà proprio questo l’oggetto di studio dell’ultimo capitolo di questo elaborato. Approfondirò adesso, invece, le principali ragioni per cui le *startup* vanno incontro al fallimento.

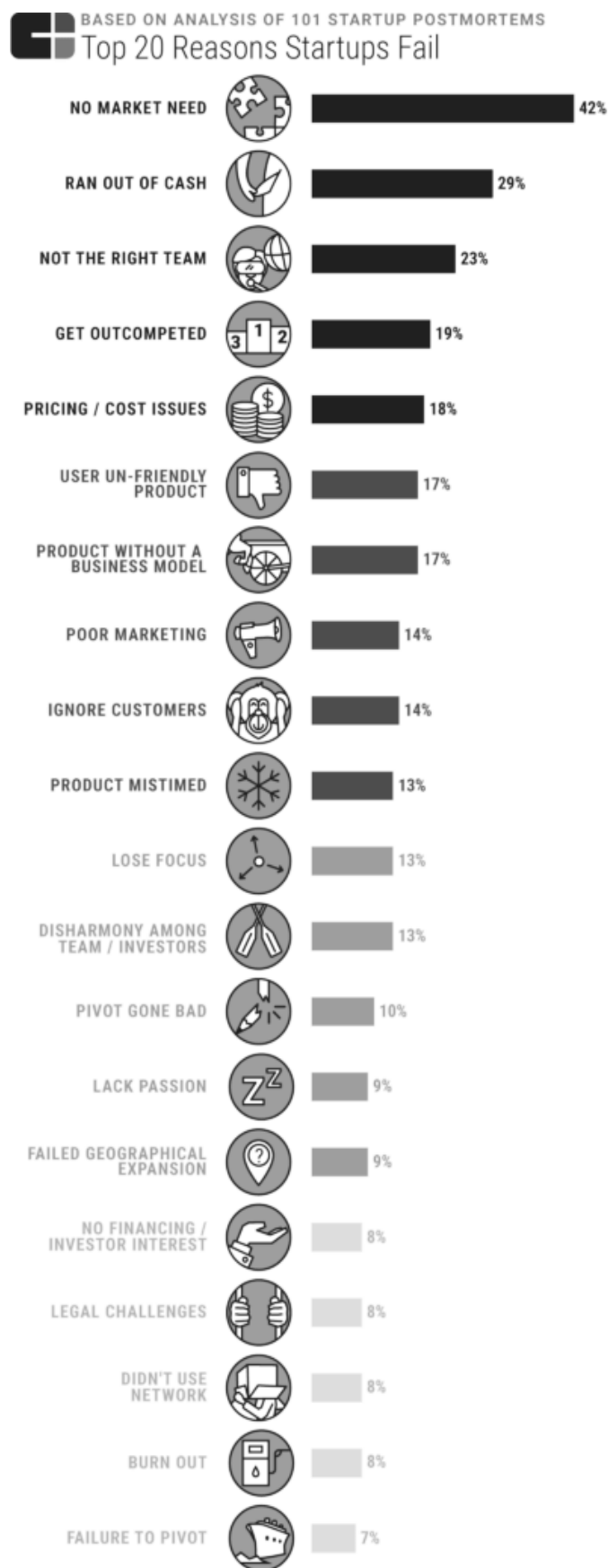
Fallimento, che può considerarsi di due tipi:

- a. Come uscita prematura dal mercato e liquidazione di tutti gli asset aziendali, con conseguente perdita totale o parziale dei fondi che gli investitori hanno immesso nella società.
- b. Come incapacità di fornire agli investitori un rendimento coerente con quello, potenziale, atteso dall’impresa al momento dell’investimento.

Entrambe le tipologie, sono spesso frutto di una scarsità di risorse o fondi, o cattiva gestione di quest’ultimi.

Secondo uno studio di CBInsight⁴, su 101 *startup* fallite, le prime 20 ragioni che hanno portato al fallimento sono state:

1. 42% Assenza di un bisogno reale da parte del mercato
2. 29% Esaurimento fondi da parte della *startup*
3. 23% Team sbagliato
4. 19% Non Competitività
5. 18% Problemi di Prezzi/Costi
6. 17% Prodotto debole
7. 17% Mancanza *Business Model*
8. 14% Marketing debole
9. 14% Scarsa attenzione verso i clienti
10. 13% Timing sbagliato
11. 13% Perdita del focus
12. 13% Incomprensioni team-investitori
13. 10% Pivot fallito
14. 9% Mancanza di passione per il progetto
15. 9% Fallimento dell'espansione geografica
16. 8% Mancanza di interesse da parte degli investitori
17. 8% Cambiamenti delle normative
18. 8% Mancanza del *network*
19. 8% Esaurimento/Crollo
20. 7% Pivot sbagliato



⁴ CBINSIGHTS, <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>

1.2 Il concetto di *Lean Startup*

Il modello di *Lean Startup* nasce da un'evoluzione del *customer development method*, sviluppato da Steve Blank. Egli pose le basi del *lean startup movement*, che è poi stato sviluppato ed integrato da Eric Ries ed è oggi conosciuto come metodo *Lean Startup*. Il concetto base previsto da questa metodologia è che la *startup* non si ritiene in grado di pianificare nel lungo termine. Secondo Ries, nessuno può ritenersi in grado di guardare al futuro.

E' indispensabile, invece, provare a rendere un progetto, di grandi dimensioni, il più piccolo e gestibile possibile. Pertanto, è necessario iniziare sviluppando un prototipo o MVP, "*minimum viable product*".

E gli step successivi sono dati dalla valutazione del suo funzionamento, correzioni e graduale miglioramento del prodotto o servizio.

Eric Ries definisce ciò come fase "*Build, Measure, Learn*" ed è un procedimento da ripetere sino a quando il prodotto non avrà raggiunto le aspettative della clientela identificata come target, ovvero "*Product Market Fit*". Seguendo questi passaggi, viene scongiurata di possibilità che si sviluppino prodotti che nessun cliente sta davvero aspettando.

Per una corretta e completa analisi del concetto è, però, necessario considerare tutte le linee guida indicate dal manuale di Eric Ries, "*The Lean Startup*". Nel libro, infatti, vengono messi in luce i cinque principi di tale ***Business Concept***:

-Entrepreneurs are everywhere. Ciò significa che non è indispensabile possedere un'attività in proprio per essere un imprenditore. Si può essere imprenditori anche all'interno di grandi organizzazioni.

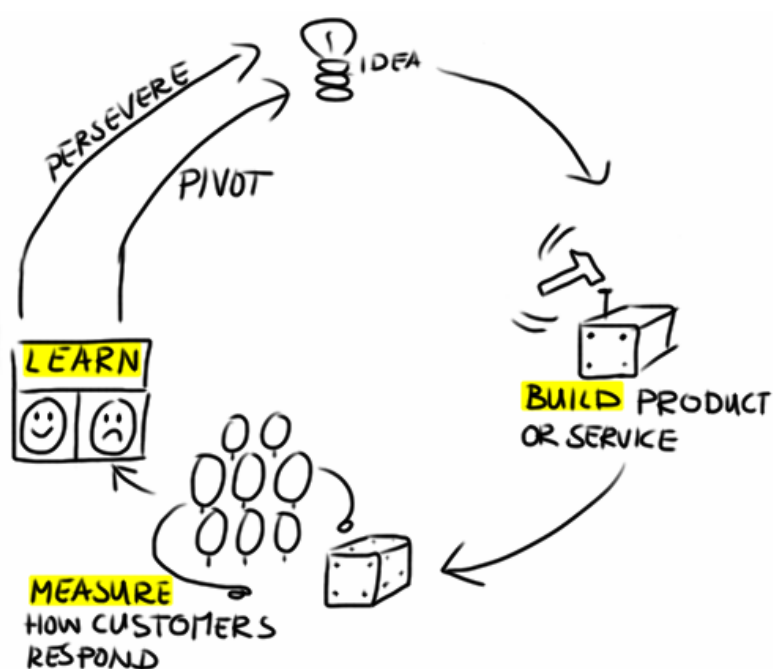
-Entrepreneurship is management. L'imprenditorialità comporta una situazione di costante forte incertezza. Di conseguenza, assume grande importanza la capacità gestionale.

-Validated Learning. I processi di apprendimento, quando si costruisce una *startup*, possono essere validati scientificamente. Soltanto così, nel lungo termine si ridurranno i rischi ed incertezze, ottenendo risultati migliori.

-Build, Measure, Learn. Come descritto in precedenza, prevede la realizzazione di un prototipo, valutazione del risultato, apprendimento del processo e degli errori compiuti e, infine, miglioramento dell'MVP sino ad ottenere il *product market fit*.

-Innovation Accounting. Occorre misurare ed amministrare l'innovazione e ciò è possibile solo facendo attenzione ai dettagli. Come misurare il progresso? Come definire i punti di forza? Come dare la priorità al nostro lavoro?

Tutto ciò richiede un nuovo modo di amministrare e misurare focalizzato sulla *startup*, sugli interessi degli investitori e della clientela target.



Myth - *“Lean means cheap. Lean startups try to spend as little money as possible.”*

Truth - *“The Lean Startup method is not about cost, it is about speed.”*⁶

Il *Lean Startup Business Concept* non si incentra solo su una riduzione dei costi, ma fa leva sull'importanza della rapidità di crescita e scalabilità, raggiungibili solo attraverso un metodo efficace di gestione delle attività del team.

⁵ E. RIES, *Speech video al Google Tech Talk*.

⁶ E. RIES, *The Lean Startup*, Penguin, London 2011, p 12

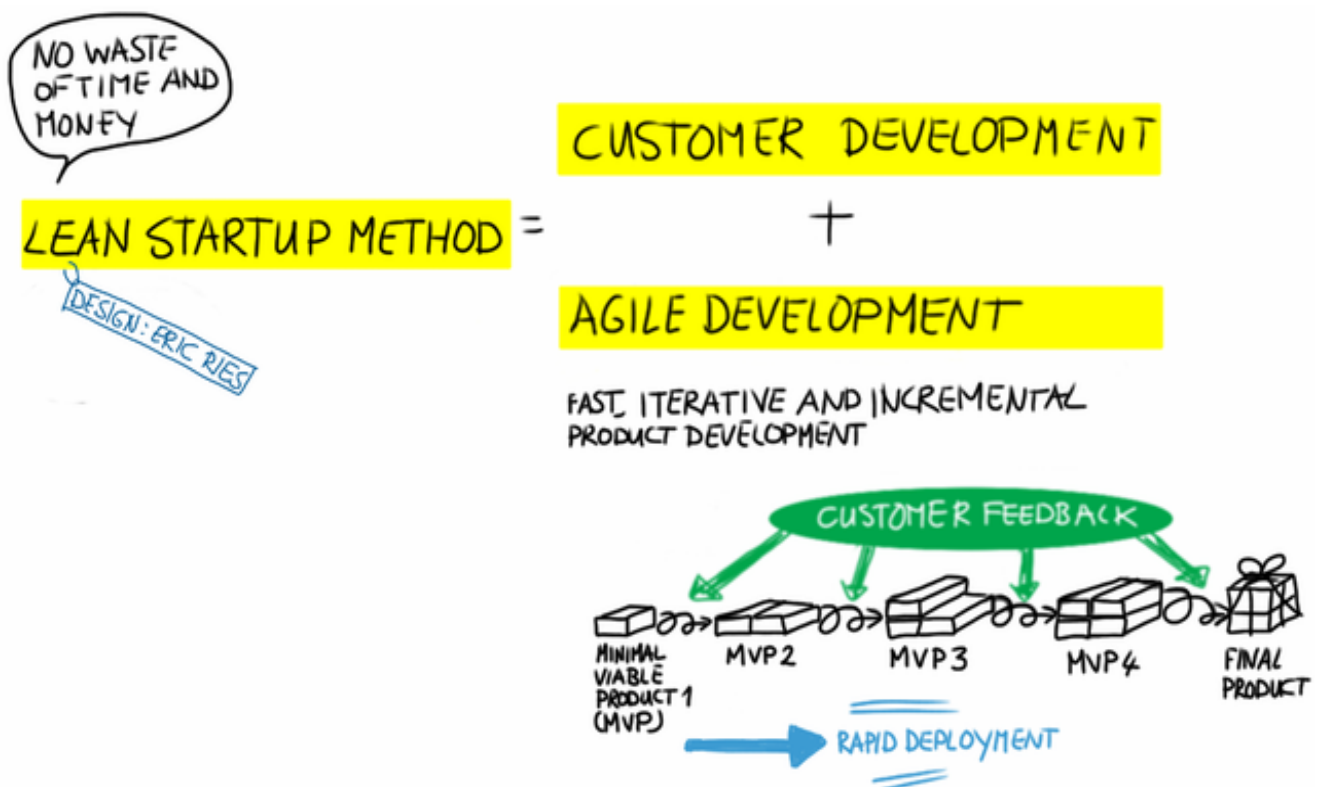
“Startup success can be engineered by following the process, which means it can be learned, which means it can be taught”⁷.

Inoltre, il processo per il raggiungimento del successo di una *startup*, secondo Eric Ries, può essere quindi teorizzato, imparato ed insegnato.

Un anno dopo la pubblicazione del libro di Eric Ries, anche Ash Maurya, imprenditore e creatore del celebre *tool* per l’ideazione del *business model* “*Lean Canvas*”, pubblicò un libro sul metodo *lean startup* e scrive:

“*The Lean Startup method teaches you how to drive a startup-how to steer, when to turn and when to persevere-and grow a business with maximum acceleration*”.⁸

Questo metodo insegna, anche secondo A. Maurya, come guidare una *startup*, quando attuare delle modifiche e quando, invece, perseverare per far crescere *business* il più velocemente possibile.



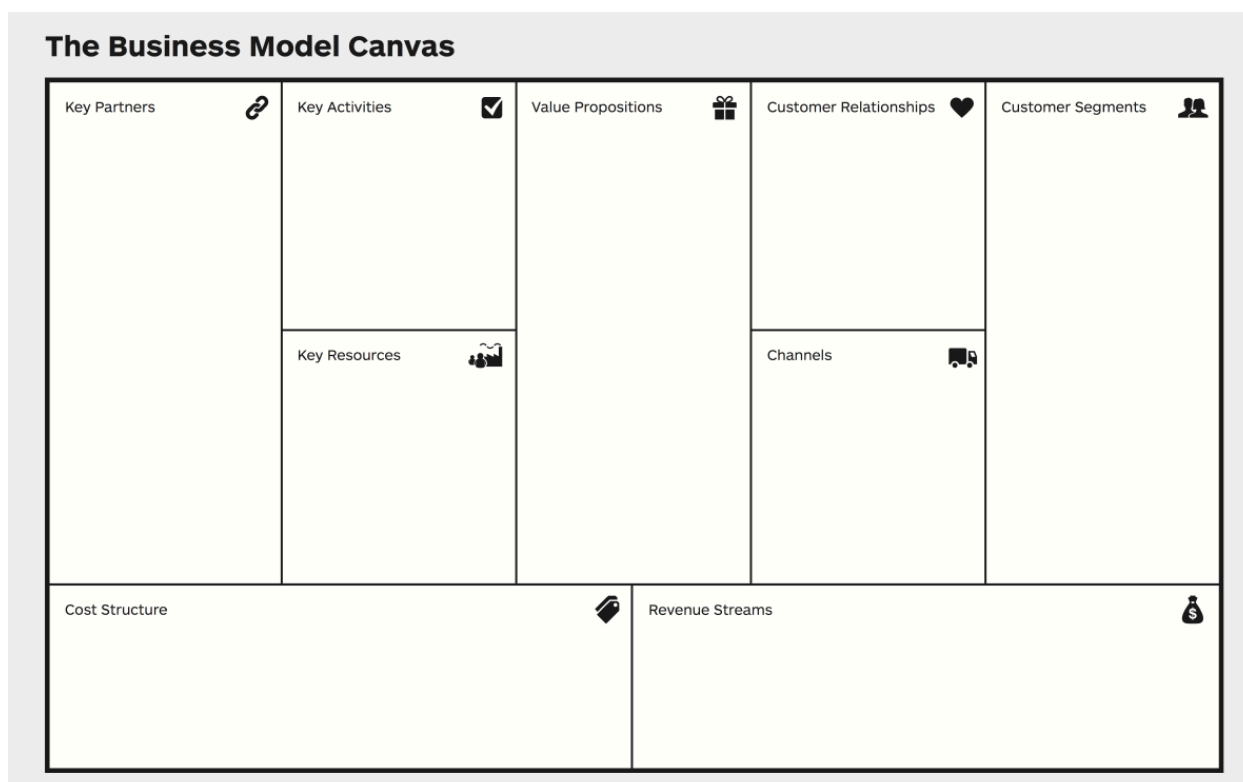
⁷ E. RIES, *The Lean Startup*, Penguin, London 2011, p.13.

⁸ ASH MAURYA, *Running Lean*, O'Reilly Media, 2012, p.3

1.3 Canvas *Business model* vs *Business Plan*

Il Canvas *Business Model*

Si compone di 9 elementi e rappresenta il modello attraverso il quale le *startup* ipotizzano di poter generare, distribuire ed ottenere valore offrendo prodotti o servizi ai clienti.



Il Canvas offre una visione del *business model* nel suo complesso. Esso è particolarmente utile nel condurre un'analisi comparativa sull'impatto che un aumento degli investimenti può avere sui vari fattori facenti parte del modello. Il *Business Model Canvas*, inoltre, offre alle persone un linguaggio comune attraverso il quale valutare i processi tradizionali e portare innovazione all'interno dei loro modelli di *business*.

I processi e le attività interne di un'azienda vengono classificati in nove categorie separate, ognuna delle quali rappresenta un elemento fondamentale nella creazione del prodotto o del servizio. Queste categorie rappresentano i quattro aspetti principali di un'azienda; Clienti, offerta, infrastruttura e sostenibilità economico-finanziaria.

Le nove categorie individuate sono:

- *Customer Segments*

L'insieme degli ipotetici clienti viene suddiviso, in segmenti, in base alle specifiche necessità di quest'ultimi, che vengono soddisfatte dal prodotto o servizio di un'azienda. Il segmento di clienti è una parte essenziale del modello di *business* di una *startup* ed è la chiave per garantire che le caratteristiche del prodotto siano allineate con le caratteristiche ed esigenze del segmento target.

- *Value Proposition*

La *value proposition* di un'azienda è la combinazione di prodotti e servizi che offre ai suoi clienti. Essa deve essere unica e facilmente distinguibile dalla concorrenza. Possiamo individuare due aspetti ben precisi della *value proposition*:
Quantitativo, dato dal prezzo o l'efficienza.

Qualitativo, ovvero l'esperienza che si vive attraverso l'utilizzo dei prodotti e servizi stessi.

- *Distribution Channels*

Il mezzo attraverso il quale un'azienda fornisce la suo *value proposition* al segmento di clienti è noto come canale di distribuzione. Esistono varie tipologie di canali per una *startup* e la scelta si orienta verso il metodo più rapido ed efficiente, a parità di investimento minimo richiesto.

Si distinguono due tipi diversi di canali di distribuzione:

Canali di proprietà dell'azienda, come ad esempio, le vetrine dei negozi
o Canali partner, come i *retailer* e i distributori. L'azienda può scegliere liberamente di impiegarne soltanto uno o una combinazione di entrambi.

- *Customer Relationships*

Una *startup* può scegliere, infatti, il tipo di relazione da instaurare con il proprio segmento di clientela per raggiungere il successo finanziario e la sostenibilità.

- Revenue Streams

I flussi di entrate rappresentano il metodo con cui l'azienda porta il segmento di clienti target a richiedere i suoi prodotti o servizi offerti.

I flussi di entrate possono essere generati in vari modi, tra cui:

- La vendita di beni, la società vende il diritto di proprietà sul bene al cliente.
- Commissione d'uso, la società addebita al cliente l'utilizzo del suo prodotto o servizio.
- Commissione di abbonamento, la società addebita al cliente l'uso regolare del suo prodotto o servizio. *Lending, Leasing o Renting*, il cliente paga per ottenere l'accesso esclusivo al prodotto per un periodo di tempo limitato.
- Licenze, l'azienda addebita il cliente per l'uso della sua proprietà intellettuale.
- Commissioni di intermediazione, la società che funge da intermediario tra due parti addebita una commissione per il suo servizio di intermediazione.
- Pubblicità, un'azienda addebita ad altri la pubblicità offerta attraverso i suoi mezzi.

- Key Resources

Rappresentano le risorse, fondamentali, dell'azienda per il modo in cui fornisce valore ai propri clienti. Possono essere classificate in:

Umane, Finanziarie, Fisiche e Intellettuali.

Per un imprenditore è di fondamentale importanza conoscere le sue *key resources*.

Esse offrono un'idea chiara sul modo in cui l'azienda deve creare il prodotto o servizio finale per il cliente. Una volta disponibile l'elenco finale delle risorse, la società sarà poi in grado di capire quanto investire in quest'ultime per gestire un *business* sostenibile.

- Key Activities

Attività fondamentali per generare la *value proposition* dell'azienda.

Queste attività sono i processi più importanti che devono essere svolte affinché il modello di *business* risulti efficace. In tal caso, le *key activities* coincideranno con i *revenue streams*.

- Key Partnerships

Per creare operazioni efficienti, semplificate e ridurre i rischi associati a qualsiasi modello di *business*, un'organizzazione stringe delle partnership. Le partnership chiave sono la rete di fornitori e partner che si completano a vicenda per aiutare l'azienda a creare la sua *value proposition*.

- Cost Structure

Tale struttura definisce i costi di gestione di un *business*, secondo un modello specifico. Le aziende possono essere, ad esempio, *cost-driven*, ovvero focalizzate sulla massima minimizzazione dei costi e investimenti, oppure *value-driven*, ovvero focalizzate sulla fornitura del massimo valore al cliente.

Altre strutture di costo molto comuni, sono:

I Costi fissi, costi che rimangono gli stessi per un periodo di tempo.

I Costi variabili, che come suggerisce il nome, variano a seconda della variazione della produzione.

Le Economie di scala, attraverso le quali, i costi si riducono al crescere della produzione.

Le Economie di scopo, struttura che porta alla riduzione dei costi attraverso l'acquisizione di attività legate a quella principale.

Il Business Plan

Il *business plan* è un modulo formale che presenta gli obiettivi dell'azienda, il processo e le ragioni per cui tali obiettivi sono considerati importanti.

Esso, in genere, include anche delle informazioni di base e storiche sull'organizzazione stessa, comprese le persone chiave e i membri del team.

L'utilizzo di un *business plan* è molto utilizzato nelle startup per aggiungere un nuovo reparto o per la ricerca di finanziamenti aggiuntivi e investitori. L'utilizzo regolare del *business plan* consente a un imprenditore di avere un'idea chiara sulla direzione e dei progressi dell'azienda, oltre a fornirgli uno strumento di misurazione immediata del successo o del mancato raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Solitamente il *business plan* presenta un formato simile al seguente:

- Copertina e sommario,
- *Company and team overview*,
- *Mission e vision* aziendali,
- Descrizione del *business*,
- *Industry analysis* (Mercato, *Competitors* e *SWOT analysis*),
- Piano di *marketing*,
- Piano operativo,
- Piano finanziario,
- E *Benchmarks*.

Anche se, ancora oggi, ci sono dei criteri di definizione richiesti per lo sviluppo di un *business plan*, la recente cultura economica ha, però, reso meno rigoroso il rispetto della struttura per la costruzione di quest'ultimo.

Qualunque sia il modo in cui si scelga di personalizzarlo, però, il *business plan* rappresenterà sempre il primo biglietto da visita per un'azienda già esistente o futura. E' certamente inevitabile, inoltre, far risaltare, anche in questo modello, la sostenibilità economica e la scalabilità del progetto aziendale che si desidera intraprendere e sviluppare.

Business Model e *Business Plan* sono, dunque, modelli molto simili.

Questi presentano tanti elementi in comune, ma per la realizzazione di un *business plan* è richiesta una raccolta di informazioni e dati molto più approfondita ed attendibile. Le informazioni sono prevalentemente quantitative ed è per questo che spesso o viene realizzato solo in fase avanzata oppure, se redatto sin dalla fase *seed*, viene aggiornato quotidianamente, come la metodologia *Lean* insegna, ovvero validando, verificando e correggendo continuamente in base ai feedback ricevuti nel tempo.

Non è possibile, quindi, giudicare uno dei due, più efficace ed indicato dell'altro, ma la scelta dipende molto dalle condizioni in cui si trova la singola *startup*.

2° CAPITOLO

2.1 Definizioni e Differenze tra Incubatori ed Acceleratori

Secondo la definizione offerta dalla Commissione Europea, gli incubatori sono “organizzazioni private o pubbliche che rendono sistematico il processo di creazione di nuove imprese”.

Essi, infatti, supportano le *startup* nelle prime fasi di sviluppo, fornendo loro una vasta gamma di servizi:

- Spazi fisici e spese amministrative a canoni agevolati,
 - Opportunità di *networking* con professionisti del settore ed altri founder,
 - *Mentoring*,
 - *Training*,
 - Individuazione e accesso a forme di finanziamento
- e, spesso, supporto al *marketing*.

Ad oggi se ne contano oltre 10.000, attivi a livello mondiale.

Gli incubatori e gli acceleratori, insieme, alimentano l'ecosistema *startup* investendo competenze, tempo e contatti con l'obiettivo di limitare i rischi dati dall'incertezza tipica di queste forme aziendali.

Sebbene siano molto simili, gli incubatori accettano e seguono le *startup* sin dalla fase *pre-seed*, mentre gli acceleratori, di solito, accettano solo aziende più sviluppate e già pronte a ricevere i primi finanziamenti.

Entrambi, consentono alle *startup* di avere accesso ad una maggiore conoscenza, esperienza e know-how specializzato.

La principale differenza degli acceleratori d'impresa, però, è data dal fatto che quest'ultimi investono capitali in *startup* selezionate, ricevendo in cambio una percentuale del capitale sociale (5-10%). Gli acceleratori rientrano, quindi, anche nei metodi di finanziamento per le *startup* e più precisamente nelle forme di finanziamento come capitale di rischio. Approfondirò l'argomento nel capitolo successivo.

2.2 Le fasi principali dei Programmi offerti

Tutti i programmi di incubazione ed accelerazione prevedono un periodo iniziale di formazione. I processi chiave, che vengono affrontati, sono:

-*Team building*, uno degli elementi più importanti per il successo di una *startup* è rappresentato dal *team*. Il primo aspetto, infatti, che viene analizzato dagli investitori è certamente la presenza di un team competente, motivato, efficiente, disciplinato e completo.

-*Customer development*, il *team* delle *startup* selezionate vengono supportate nell'individuazione della propria clientela target.

-*Product development*, la fase di ricerca e sviluppo di un prodotto che soddisfi correttamente il target identificato.

-*Intellectual property*, la protezione e tutela dell'idea alla base della *startup*, nei confronti dei potenziali competitor.

-*Marketing & Growth*, ovvero le strategie di *marketing* e comunicazione per permettere alla *startup* di raggiungere un cluster di clienti sempre maggiore e scalare velocemente.

-*Fund raising*, ossia la raccolta capitali e finanziamenti necessari affinché la *startup* possa investire nel team, lo sviluppo e miglioramento del prodotto al fine della conquista e conservazione della propria posizione e visibilità nel mercato d'interesse. Tale posizione rappresenta, infatti, essa stessa un altro punto considerato determinante e definito *Traction* sul mercato.

Per il raggiungimento della massima efficienza, per ognuno dei processi sopra analizzati, gran parte degli incubatori ed acceleratori offrono alle startup l'opportunità di entrare in contatto con un loro *network* di figure professionali di riferimento, quali:

Un Supercoach di settore, Un Mentore, Un Coach, Un *Business Advisor* ed Un Financial Advisor.

I programmi variano poi, in base alla tipologia di acceleratore ed incubatore. Sempre più spesso, infatti, questi si specializzano verticalmente ed investono solo su *startup* che operano in uno specifico settore e tipo di *business*, di conseguenza, le caratteristiche e necessità di sviluppo, dettate dal mercato, sono differenti. Soltanto alcuni, infine, prevedono un *Demo Day* finale, in cui le *startup* accelerate mostrano i loro progressi, i dati e risultati raccolti e presentano i primi prodotti e servizi alle grandi corporate ed investitori, spesso, tra gli sponsor stessi dei programmi di accelerazione.

Oltre alla formazione di tipo tecnico e sul *business*, in quasi tutti i programmi di incubazione ed accelerazione, è prevista l'educazione dei team all'applicazione costante della metodologia di progettazione agile, anche detta "*Scrum Based Approach*".

2.3 la Metodologia SCRUM

Cos'è la Metodologia SCRUM?

Scrum è un processo iterativo e incrementale per la gestione di qualsiasi lavoro. Esso deriva il suo nome ed approccio dal Rugby, in cui l'intera squadra cerca di percorrere la distanza come unico blocco unito, facendo passare la palla avanti e indietro. Nel metodo Scrum, rispetto ai tradizionali approcci sequenziali, le fasi si sovrappongono fortemente e l'intero processo viene eseguito da un team, multifunzionale, attraverso le diverse fasi. Questo, a sua volta, rende lo sviluppo del prodotto agile e flessibile. Scrum è lo scheletro di un processo che include una serie di pratiche e ruoli predefiniti. Le figure professionali che ne fanno parte, svolgono tutte ruoli dalle caratteristiche ben definite. Lo Scrum Master, figura che dirige i processi lavorativi ed opera in modo simile ad un project manager. Un Product Owner, che rappresenta gli stakeholder e, infine, il Team che include gli sviluppatori. Al termine di ogni sprint, periodi di circa 15-30 giorni, in cui l'intera pianificazione del lavoro del team deve essere suddivisa, deve portare ad un facilmente identificabile incremento del valore potenziale della *startup*.

Gli elementi che rientrano in ogni sprint derivano dal *backlog* del prodotto, ovvero è un insieme prioritario di obiettivi, risultati e compiti sul lavoro da svolgere, ottenere e completare. I punti, del *backlog*, che andranno nello sprint vengono individuati, dal Product Owner, durante la riunione di pianificazione dello sprint. In tale occasione, il team viene informato e stabilisce, quindi, quanto tempo dovrà impiegare per il completamento dello sprint. Durante quest'ultimo, nessuno può modificarne il backlog, i requisiti ne vengono congelati per l'intera durata.

I Ruoli

La metodologia Scrum prevede la suddivisione in due categorie e ruoli principali, "I pigs" e "I chickens". I pigs sono quelli impegnati direttamente nel progetto e nel processo Scrum. Includono il Product Owner, lo Scrum Master e il Team.

I ruoli di chicken non fanno parte dell'attuale processo Scrum ma devono essere spesso presi in considerazione.

Un aspetto importante dell'approccio Agile è, infatti, la pratica di coinvolgere utenti, aziende e tutte le parti interessate in una parte del processo. È importante che queste persone siano coinvolte e forniscano feedback sugli output per la revisione e la pianificazione di ogni sprint.

Ogni giorno durante lo sprint, si tiene inoltre una riunione sullo stato del progetto. Essa viene definita "mischia" o "standup quotidiano" e presenta delle linee guida ben specifiche:

- L'incontro deve iniziare sempre con la puntuale presenza di tutto il team
- Tutti sono i benvenuti, ma solo i "pigs" possono parlare
- La durata dell'incontro è fissata a 15 minuti
- Tutti i partecipanti devono rigorosamente partecipare stando in piedi
- La riunione deve avvenire nella stessa posizione e allo stesso orario ogni giorno
- Durante il meeting, ciascun membro del team risponde a tre domande:
- Che cosa hai fatto da ieri?
- Cosa pensi di fare entro domani?
- Ci sono dei problemi che ti impediscono di realizzare il tuo obiettivo?

I Benefici

La corretta implementazione dello Scrum based approach ha molti vantaggi sia per il team che per il management. Uno Scrum ben funzionante fornisce, innanzitutto, una tecnica di lavoro che generi il massimo valore aziendale ed eviterà di sviluppare *features*, del servizio o prodotto offerto, che non verranno mai utilizzate dal cliente. Questa metodologia aiuta a migliorare il clima all'interno della squadra e permette alla squadra di incontrarsi quotidianamente, almeno una volta al giorno. La discussione sul lavoro svolto e pianificato aiuta il team a concordare le priorità, migliora la comunicazione e massimizza la cooperazione all'interno del team multifunzionale.

Le sessioni di brainstorming quotidiane, nascono per discutere delle questioni sollevate durante i meeting ed aiutano il team a creare chiarezza di pensiero e migliorare le proprie capacità di problem solving. Il team risulterà, quindi, motivato e fiducioso nel prendere decisioni per il loro progetto.

Il più grande vantaggio che il management deriva dallo Scrum è che il team diventa autosufficiente e maturo nel gestire i problemi quotidiani legati al lavoro. Inoltre, Scrum offre l'opportunità agli Utenti e agli Stakeholder di rivedere e fornire feedback di volta in volta.

Il team è, così, capace di adattarsi rapidamente alle mutevoli esigenze e concentrarsi su ciò che il cliente si aspetta.

E' possibile concludere, quindi, che Scrum è la Pratica Agile più semplice e rapida da implementare per accrescere le opportunità e potenzialità di crescita della *startup*.

Esso rappresenta un nuovo modo di affrontare le sfide della gestione del team e promuove la "gestione della squadra, da parte della squadra". Le semplici regole di Scrum sono facili e facilitano il controllo, l'adattamento, l'auto organizzazione ed innovazione continui.

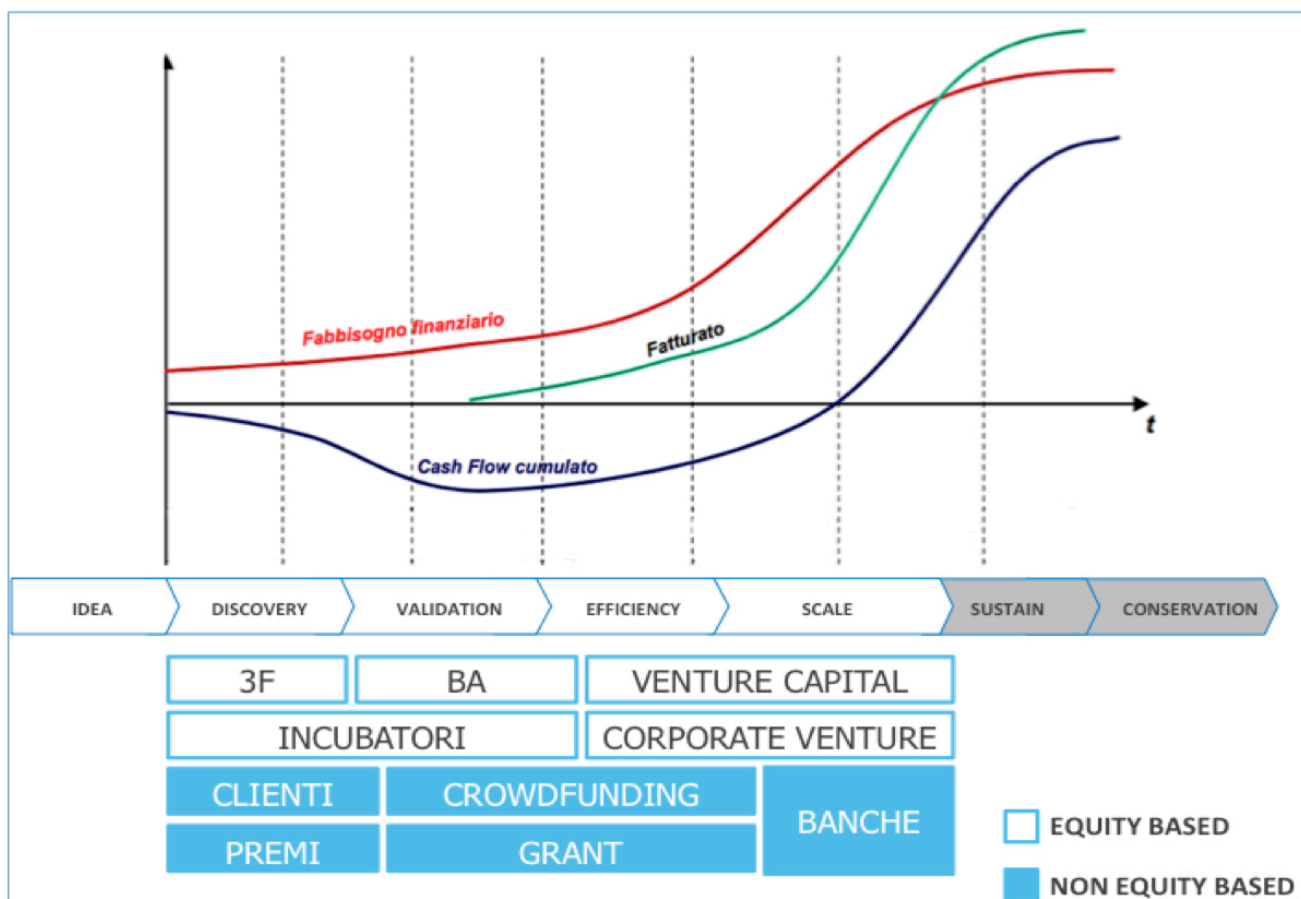
3° CAPITOLO

I Metodi di Finanziamento per *Startup*

Come visto anche nei capitoli precedenti, i motivi per cui una *startup* possa dover fare ricorso alla ricerca di capitali esterni sono davvero molteplici.

Oltre agli acceleratori esistono, infatti, molte altre forme di finanziamento per le *startup*.

Tali tipologie sono, però, tutte molto diverse tra loro e ciò rende la scelta, spesso, molto complessa per i team più tecnici e meno formati da un punto di vista finanziario. Quest'ultimi si trovano, infatti, a dover affrontare delle scelte determinanti per il futuro della *startup* e scegliere, non soltanto, le modalità con cui attivare il processo di raccolta, ma anche le fonti di finanziamento a cui fare riferimento tra quelle che, in base alle specifiche caratteristiche della *startup* e la fase in cui essa si trova, gli vengono offerte dal mercato degli investitori.



3.1. Auto-Finanziamento, **BOOTSTRAPPING**

Che cos'è il *bootstrap*?

Bootstrap significa auto-finanziarsi e fare *business* senza l'aiuto di un investitore.

In questo caso, lo *startupper* non aspetta di ottenere finanziamenti per iniziare, ma utilizza le proprie risorse e i guadagni generati dalla sua attività per crescere.

L'imprenditore sa, quindi, di poter fare affidamento solo su se stesso e dover fare sforzi economici ed impegnarsi ancor di più nel lavoro al fine di rendere redditizio il suo investimento. Oltre al fatturato, che deve necessariamente essere generato per continuare ad autofinanziarsi, il *bootstrap* viene spesso messo in atto, attraverso il finanziamento dell'attività principale con un'altra attività secondaria.

I vantaggi e svantaggi del *bootstrap*

Un investitore esterno alla *startup*, poiché impegna i propri fondi, tende spesso a voler orientare la *startup* secondo la sua opinione.

Quando si fa ricorso al solo *bootstrapping*, invece, ciò non avviene e il controllo dell'attività è solo a capo del suo fondatore.

Il fatto di non dover riferire a terzi offre, così, maggior autonomia di gestione e libertà di innovazione. Libertà che non porta, però, a perdere di vista l'obiettivo finanziario del risultato aziendale prefissato, perché è quella l'unica risorsa a disposizione della *startup* e su cui si può far riferimento per il mantenimento della sostenibilità economica dell'intero progetto aziendale.

Di contro, a causa della scarsità di risorse e del desiderio di rigore di bilancio, è accade spesso che il *Bootstrapper* trascuri l'investimento in comunicazione e marketing, della propria attività. Per questo motivo, è necessario che la *startup* possa, per la promozione del progetto imprenditoriale, far leva sulla reputazione ed un forte *personal branding* del founder.

3.2 Finanziamento come Capitale Di Debito

3.2.1 Finanziamenti Pubblici e Bancari

Per finanziamento come capitale di debito si intende il capitale di terzi prestato, alle *startup*, da banche o investitori pubblici e privati. Tale debito va rimborsato alla scadenza e può prevedere una quota interessi da corrispondere, infatti, Se si tratta di Finanziamenti Bancari, il capitale da restituire è sempre maggiore rispetto a quello inizialmente concesso.

Per questo motivo, il capitale di debito si dice che non partecipi al rischio societario e, di conseguenza, questo tipo di investitori è meno interessato alla *performance* della *startup*.

Nel caso di Finanziamenti Pubblici, inoltre, parte del capitale potrebbe essere concesso a “tasso zero” o a “fondo perduto”. Nel primo caso, il finanziamento non prevede una quota interessi, da corrispondere a scadenza, oltre all’ammontare di capitale ricevuto dalla *startup*. Nel secondo, invece, le somme erogate non impongono la restituzione e sono spesso finalizzate a scopi precisi come la promozione dell’innovazione in particolari settori o volte a favorire alcune forme di impresa.

Se i bisogni di capitale sono limitati e il *business* ha, già, dei ricavi consolidati, le banche possono rappresentare un’utile fonte di finanziamento.

Solitamente, però, le banche riservano finanziamenti limitati alle *startup* e richiedono garanzie per farlo. Esse danno, di solito, in prestito dei capitali solo a *business* facilmente prevedibili, comprensibili e a rischio minore.

Per questo motivo, risulta determinante l’introduzione di misure a livello nazionale che incentivino e favoriscano un accesso agevolato ai capitali, da parte delle *startup*. A tal fine, è istituito, nel 2012, un Fondo di Garanzia rivolto alle *startup* innovative.

3.2.2 Il Fondo di Garanzia per le *Startup* Innovative

Il Fondo di Garanzia nasce con la legge 221/2012 e fornisce una garanzia, pubblica, pari all'80% dei prestiti bancari, fino ad un massimo di 2,5 milioni di euro per ogni *startup*. Esso ha l'obiettivo di facilitare l'accesso al credito anche a *startup*, a maggior rischio, che perseguono fini che lo stato intende promuovere. E' operativo dal febbraio 2013 e da allora, il fondo ha approvato 5.893 operazioni. Le *startup* innovative coinvolte sono in tutto 3.077 e il numero, come indicato dai dati riportati dal MISE, nei seguenti grafici, è in forte crescita costante.

FIGURA 1: OPERAZIONI AUTORIZZATE DAL FGPMI PER TRIMESTRE, IMPORTO FINANZIATO (MILIONI DI EURO)

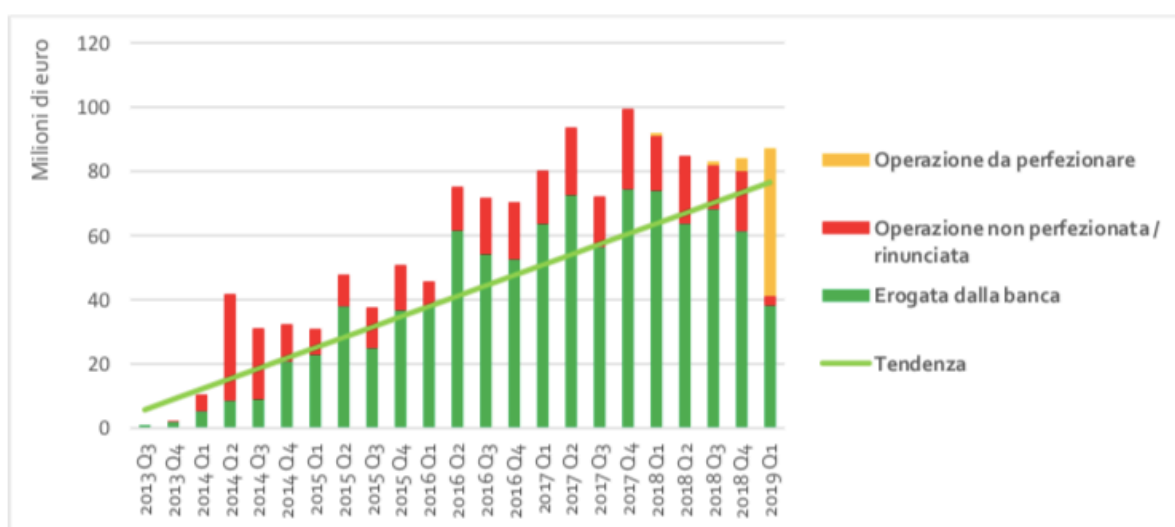
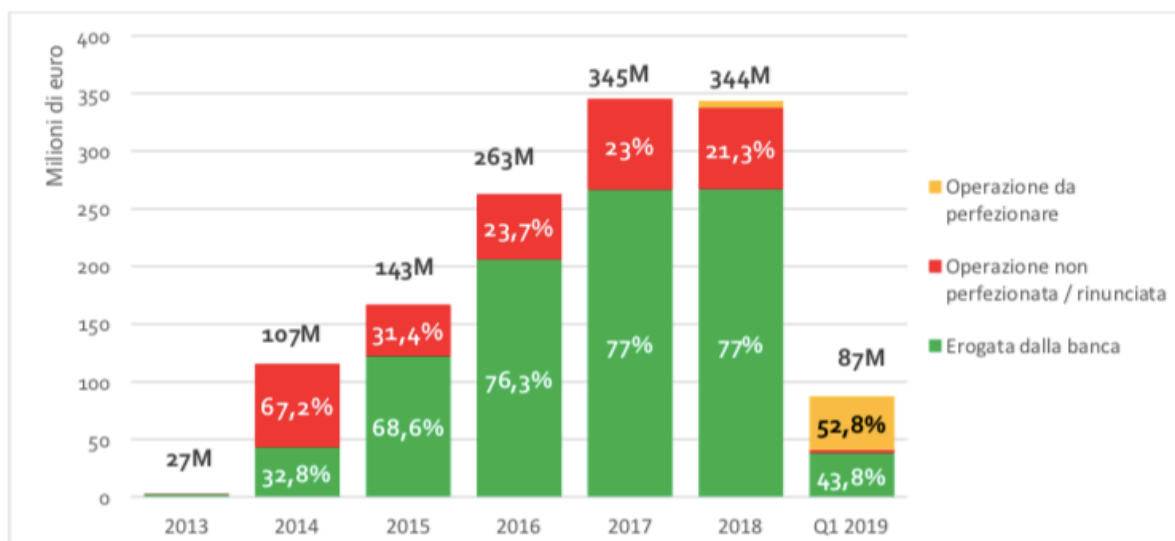


FIGURA 2: OPERAZIONI AUTORIZZATE DAL FGPMI PER ANNO, IMPORTO FINANZIATO (MILIONI DI EURO)



9

⁹ MISE, 19° rapporto periodico, *Le imprese innovative e il Fondo di Garanzia per le PMI e startup innovative*, 2019.

Il Fondo Nazionale Dell'innovazione

Un nuovo fondo nazionale, di investimento nell'innovazione, metterà a disposizione 1 miliardo di euro per le piccole imprese e le *startup* innovative in Italia. Nato con la nuova legge di bilancio 2019, infatti, esso servirà a finanziare *startup*, piccole e medie imprese, pmi innovative e fondi. Rappresenterà, quindi, una grande novità all'interno dell'ecosistema *startup* del paese.

In Italia, oggi, decine di migliaia di giovani emigrano ogni anno all'estero per occupare posti di lavoro migliori, molti dei quali, altamente qualificati. Il risultato è che il settore tecnologico italiano, invece, fatica a riempire quelle migliaia di posti di lavoro qualificati poiché, nonostante l'elevata disoccupazione nazionale, resta ridotta la percentuale di talenti italiani, che scelgono di restare nella loro terra natia ed hanno le competenze per svolgere tali compiti.

Il fondo, gestito dalla Cassa Depositi e Prestiti, sarà essere operativo a partire dal mese di maggio. La sua attività assumerà la forma di investimenti diretti ed indiretti, sotto forma di contributi ad altri fondi specializzati, nonché di accesso ad altri potenziali investitori. Le *startup* avranno così maggior accesso a finanziamenti sia in forma diretta che indiretta.

I principali obiettivi della misura saranno di riportare una nuova spinta di crescita ed evitare la fuga di talenti all'estero, riuscendo a finanziare, così, idee e talenti italiani direttamente all'interno del nostro territorio.

Il Fondo sarà costituito attraverso un'operazione con la quale Invitalia cederà il 70% della società di gestione del risparmio in sua dotazione, Invitalia *Venture Sgr*, per un ammontare di 470 milioni di euro.

L'altra quota di maggioranza verrà conferita dalla CDP, la quale verserà 440 milioni, mentre la rimanente parte sarà immessa dal Ministero dello Sviluppo Economico. La mossa dimostra quanto il governo investa, oggi, nell'innovazione e potrà portare ad uno sviluppo sempre maggiore dell'ecosistema *startup*.

3.3 Finanziamento come Capitale Di Rischio (Equity)

Per finanziamento come capitale di rischio si intende il capitale di terzi investito, nelle *startup*, da varie tipologie di investitori pubblici e privati. Tali somme non vanno rimborsate e non presentano scadenza né, ovviamente, quote interessi da corrispondere. Il capitale di rischio, infatti, come lo stesso nome suggerisce, partecipa al rischio societario e, di conseguenza, questo tipo di investitori è più interessato alla *performance* della *startup*.

3.3.1 Le 3F e I *Business Angel*

3F: *Family, Friends and Fools*

Anche definito “*Love Capital*”, si tratta della forma di finanziamento più semplice da raccogliere, lo si ottiene velocemente grazie al fatto che il team conosce già personalmente gli investitori e gode della fiducia di quest’ultimi. Si ritiene, però, importante che le condizioni con cui l’investimento viene sottoscritto vengano ampiamente descritte e spiegate poiché, trattandosi di capitale di rischio, il capitale non viene garantito.

I *Business Angel (smart-money)*

Si tratta di figure, spesso, altamente specializzate e con esperienza nel settore. Essi investono piccole somme di denaro in aziende nelle fasi iniziali e sono interessati a valorizzare rapidamente le loro partecipazioni, in ottica del profitto che è possibile ottenere attraverso una *exit*.

*“What is even more interesting about angel investing is that, unlike sitting back and clipping coupons, or reading the stock listings in the daily paper, being involved as a part owner of an exciting startup company can be a great deal of fun.”*¹⁰

¹⁰ DAVID D. ROSE, *Angel Investing: The Gust Guide to Making Money and Having Fun Investing in Startups*, J. Wiley & Sons, Hoboken 2014, p.3

Così David D. Rose, ceo di Gust, co-founder di LinkedIn e founder di New York *Angels*, definisce il *business* dell'investimento in *startup*, come *angel investor* e suggerisce poi:

*“Today, any sophisticated investor with a portfolio of alternate assets should consider direct, early-stage investments in private companies as one potential component of that portfolio. Why? Because multiple studies have shown that over the long run, carefully selected and managed portfolios of personal angel investments—even those without a giant hit such as Pinterest—produce an average annual return of over 25 percent. Compared to average annual returns of 1 percent from bank accounts, 3 percent from bonds, 7 percent from stocks, 10 percent from hedge funds, and even 15 percent from top-tier venture capital funds, that is an impressive number.”*¹¹

Quest'ultimo risulta quindi, a seguito di un'accurata selezione e gestione degli *asset* in portafoglio, particolarmente proficuo ed offre, come confermato da dati e ricerche cui viene fatto riferimento successivamente nel libro, profitti molto invitanti, soprattutto se paragonati ai ritorni di alcune delle principali altre forme di investimento più comuni.

Gli *angel investor* sono inoltre, spesso, collegati ad alcuni *Venture Capital* e potrebbero, quindi, risultare importanti anche per capire come chiudere i successivi round d'investimento più ingenti.

Sempre più spesso, ultimamente, gli *angel investors* si organizzano in gruppi, i cosiddetti “*business angel networks*”.

Ciò gli consente di condividere la ricerca di nuove opportunità d'investimento, aumentare la quantità di fondi disponibili ed incrementare il livello di competenze e *network* che verrà destinato alle *startup* nelle quali decideranno di investire.

¹¹ *Ivi*, p.4

Alcuni esempi sono:

- Italian *Angels* for Growth
- Club degli Investitori
- *Angels* for Innovation
- Italian *Business Angels Network* Association
- European Trade Association for *Business Angels*, Seed Funds, and early stage market players
- Waba Capital
- *Angels 4 Women*

Per la mappatura dei *BAN* italiani ed europei, inoltre, sono disponibili alcuni servizi online quali:

www.eban.org

www.iban.it

3.3.2. I Fondi di *Venture Capital* e *Corporate Venture Capital*

I fondi di *Venture Capital* e *Corporate Venture Capital* offrono, alle *startup*, l'accesso a quote di capitali di finanziamento più consistenti (>1 milione di euro)

Cos'è il *Venture Capital*?

Il fondo di *Venture Capital* (VC) rappresenta un veicolo di raccolta degli investimenti, in Italia, solitamente gestito da una SGR, ovvero una società di gestione del risparmio.

Il VC stesso raccoglie capitali da varie categorie di investitori, quali:

I fondi pensione, le istituzioni finanziarie, le assicurazioni, le fondazioni, le aziende e, raramente, anche il pubblico.

I VC sono sempre composti da un team di professionisti che investe su poche *startup* l'anno ed acquisisce una loro percentuale di *equity*.

Nel modello di *business* dei *Venture Capital* vengono presi in considerazione i rischi di fallimento delle *startup*, ma si prevede anche che con il successo di un 10% delle *startup* su cui investono, essi siano in grado di coprire le perdite, date *startup* fallite, ed ottenere comunque degli ampi profitti. Per questo motivo, i *Venture Capital* sono molto selettivi e investono solo sull'1-2% delle *startup* candidate.

Cos'è il *Corporate Venture Capital*?

Il *Corporate Venture Capital*, o CVC, è una forma di *venture capital* in cui i fondi aziendali sono investiti direttamente in società private esterne. I fondi CVC sono gestiti ed investiti da divisioni specializzate di una società più grande, come GV per Google e M12 per Microsoft. Nei CVC, a differenza che nei *venture capital*, la *corporate* fa da *corner investor* o offre tutti i soldi gestiti del VC.

Il CVC segue tutte le indicazioni date dalla *corporate* promotrice e può offrire non soltanto capitali, ma anche l'utilizzo intensivo dell'esperienza, le tecnologie e relazioni del proprio investitore corporate, per valorizzare le *startup*.

La *corporate* promotrice agisce, dunque, favorendo alla *startup* un più semplice accesso al mercato tramite l'offerta del suo *know-how*, delle risorse produttive e del supporto commerciale di cui essa già dispone.

Gran parte dei *corporate venture capital*, investono in modo correlato al core *business* della società promotrice.

Sia per i fondi di *venture capital* che per i fondi di *corporate venture capital* l'approccio nell'investimento presenta un orizzonte temporale di medio-lungo periodo ed è certamente finalizzato alla "exit".

Il settore dei *venture* e *corporate venture capital* è tra l'altro in grande crescita negli ultimi anni. Secondo i dati di CBInsight¹², infatti, a livello globale, 264 nuovi CVC hanno investito per la prima volta nel 2018 ed i più attivi a livello globale sono stati:

- 1- Google Ventures
- 2- Salesforce Ventures
- 3- Intel Capital
- 4- Baidu Ventures
- 5- Legend Capital
- 6- SBI Investment
- 7- Alexandria Venture Investments
- 8- Kakao Ventures
- 9- Mitsubishi UFJ Capital
- 10- Fosun RZ Capital

¹² CBINSIGHTS,2019 <https://www.cbinsights.com/research/corporate-venture-capital-active-2014/2018>

3.3.3 Equity Crowdfunding e le piattaforme Digitali

Che cos'è il crowdfunding?

Nato come forma di micro-finanziamento dal basso, che mobilita persone e risorse, il *crowdfunding* è oggi tra le forme più diffuse ed efficaci di finanziamento di progetti imprenditoriali. Le piattaforme online permettono, infatti, ai *fundraiser* di incontrare un ampio pubblico di potenziali finanziatori.

Esistono vari tipi di *crowdfunding*:

-Reward Based

Raccolta fondi che, in cambio di donazioni in denaro, prevede una ricompensa, come il prodotto per il quale si sta effettuando il finanziamento, o un riconoscimento quale il ringraziamento pubblico sul sito della nuova impresa. Ne sono un esempio, “KickStarter” ed “Eppela”

-Donation Based

Modello utilizzato soprattutto dalle organizzazioni no profit per finanziare le iniziative senza scopo di lucro.

Ne sono un esempio, “Causes” ed “Rete del Dono”

-Lending Based

Piattaforme per dei micro-prestiti da privati a persone o imprese.

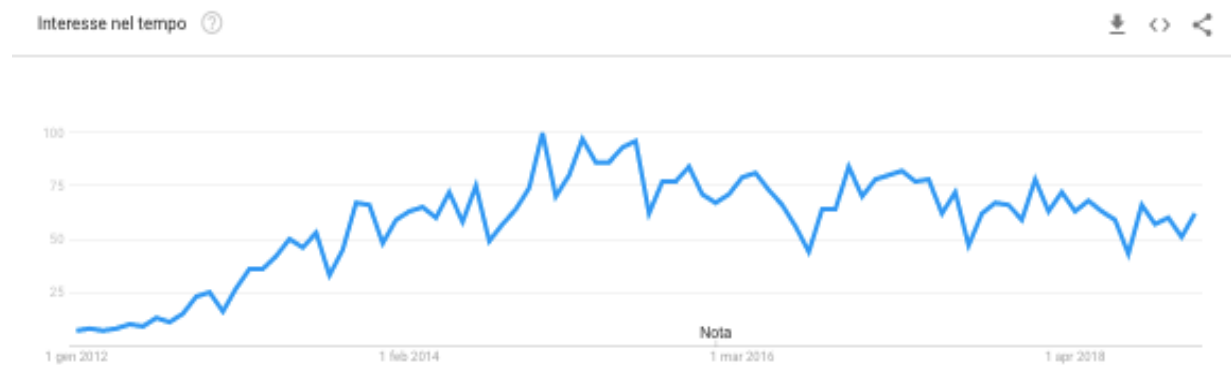
Ne sono un esempio, “Zopa” ed “Prestitiamoci”

-Equity Based

E' un modello regolamentato dalla Consob e prevede che in cambio del capitale versato, il finanziatore ottenga una quota di partecipazione al capitale sociale dell'impresa, diventandone così socio a tutti gli effetti.

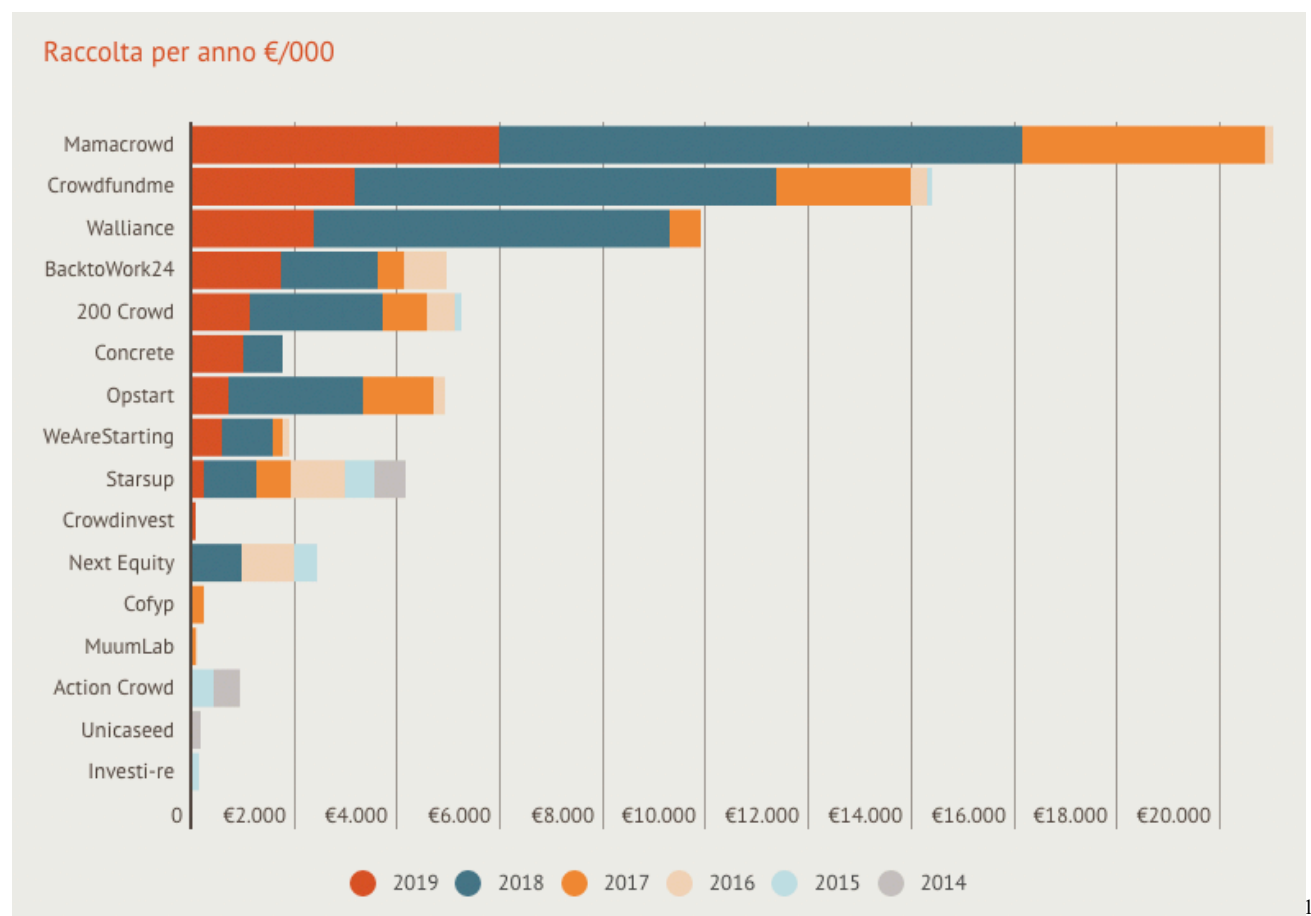
Ne sono un esempio, “Seedrs” ed “Mamacrowd”

E' quest'ultima tipologia, l'*Equity Crowdfunding* a registrare la quota maggiore di capitale finanziato negli ultimi anni. Il *trend* delle ricerche google del termine *Crowdfunding* indica una crescita costante dal 2012 ad oggi.



13

Il settore dell'*equity crowdfunding* ha, inoltre, raggiunto quest'anno i 60 milioni di € di capitale complessivamente raccolto in Italia e risulta così distribuito tra le varie piattaforme.



14

¹³ GOOGLE TRENDS. - Search Volume Index: "Crowdfunding" In Italia (2014-2019)

¹⁴ www.crowdfundingbuzz.it

Conclusione

Appare chiaro da questa analisi che nel settore delle *startup* il metodo e la tecnica di gestione delle attività del team siano fondamentali per ottenere una crescita costante e scalabilità rapida. Una *startup*, infatti, seppur possa sembrare una “piccola” realtà, richiede una capacità gestionale di particolare rilievo. La *governance* aziendale svolge un compito fondamentale e la gestione delle difficoltà date dalla Scarsità di risorse, dall’Incertezza e dalle Aspettative da parte degli investitori rendono una *startup* una struttura aziendale ad alto rischio e complessità elevata.

Considerata, poi, la coesistenza di tanti differenti percorsi e metodi con cui una *startup* può avere accesso ai capitali, la scelta del più indicato ed efficace, in riferimento alla tipologia di *business* della *startup*, può risultare determinante. Seppur si possa pensare che l’accesso ai finanziamenti sia indispensabile, per lo sviluppo della *startup*, è pur vero che una ricerca disperata del capitale possa avere conseguenze fortemente negative e dimostrare, soltanto dopo, l’inadeguatezza di una pianificazione iniziale o addirittura l’insostenibilità economica dell’idea imprenditoriale.

Analizzando, infatti, nel terzo capitolo del mio elaborato, tutte le metodologie di finanziamento, sono emerse delle nette distinzioni sulle caratteristiche e modalità di offerta di capitale alle *startup*.

Al fine di effettuare il match tra le necessità della *startup* e le caratteristiche del metodo di finanziamento più adatto, ritengo sia indispensabile soffermarsi su una suddivisione delle *startup*, in base a:

- 1- La necessità di capitali, che definisce quanto la *startup* sia “*capital intensive*”
- 2- L’intervallo temporale durante il quale la *startup* è in grado di autofinanziarsi.
- 3- La scalabilità del *business* e la presenza di forti o deboli barriere all’entrata.
- 4- Il valore complessivo del mercato che la *startup* aspira a conquistare.

Occorre fare, poi, una distinzione anche tra le varie forme di finanziamento.

Queste si distinguono in base alle seguenti caratteristiche:

1- L'intervallo di tempo che è necessario attendere prima che il capitale venga ricevuto e risulti fruibile dal team della *startup*.

In tal senso, possiamo fare anche un'ulteriore suddivisione in:

- Metodi che offrono capitali ottenibili nel breve termine ed utilizzabili sin da subito (*Bootstrapping*, “*Love capital*”, Acceleratori, *Business Angels*, *Crowdfunding*, *Venture Capital* e *Corporate Venture Capital*)
- Metodi che richiedono invece un anticipo del capitale finanziato, in vista di un rimborso soltanto successivo (Finanziamenti Bancari, Bandi e Fondi Pubblici).

2- Quantità di capitale che i singoli metodi sono in grado di offrire alla *startup*.

Bootstrapping, “*Love capital*”, *Business Angels* investono infatti, solitamente, somme inferiori rispetto a quelle alla portata di Acceleratori, *Crowdfunding*, *Venture Capital* e *Corporate Venture Capital*. I Finanziamenti bancari, Bandi e Fondi Pubblici offrono, invece, delle quote variabili.

3- Interessi diversi dei vari investitori nei confronti della *performance* della *startup*.

Risultano, infatti, maggiormente interessati all'andamento della *startup* tutti gli investitori che hanno acquisito una quota del capitale sociale della *Startup*: Acceleratori, *Business Angels*, *Crowdfunding*, *Venture Capital* e *Corporate Venture Capital*.

Ovviamente, queste rappresentano soltanto parte delle variabili che tale mercato presenta ed è perciò complesso arrivare a concludere, in modo certo, quale delle scelte sia quella corretta e migliore delle altre. Alla luce delle riflessioni fatte durante l'analisi, però, ritengo che le indicazioni di seguito, possano rappresentare una prima teorizzazione e semplificazione del processo di selezione del metodo di finanziamento.

Le indicazioni principali possono essere riassunte in 4 soluzioni:

- Se per lo sviluppo di una *startup* sono richieste ingenti quote di capitali per un *business* a bassa scalabilità, quest'ultimo si considera → **"Not Viable"**
La realizzazione del progetto imprenditoriale non è economicamente sostenibile.
- Se, invece, lo sviluppo richiede piccole quote di capitali per un *business* a bassa scalabilità può essere sufficiente il ricorso a → ***Bootstrapping, "Love Capital", piccoli finanziamenti bancari o bandi pubblici.***

Contrariamente, se il *Business* presenta alta scalabilità, allora sarà necessario verificare anche la presenza di barriere all'ingresso e pertanto valutare come segue:

- Le barriere all'ingresso sono forti, e quindi basteranno piccole quote di capitali, allora si potrà fare ricorso a → ***Bootstrapping, "Love capital", Business Angels, Finanziamenti bancari o Bandi Pubblici.***
- Se, invece, le barriere all'ingresso sono deboli, la *startup* avrà maggior necessità di tutela e protezione della propria idea imprenditoriale. Il possibile ingresso nel mercato di grandi *competitor* potrebbe minare l'opportunità di successo e farle perdere la quota di mercato che la essa aspira a conquistare. Per fare ciò, saranno quindi necessarie quote di capitali molto ingenti ed è consigliabile optare per la scelta di → ***Acceleratori, Crowdfunding, Fondi Pubblici, Venture Capital e Corporate Venture Capital.***

Bibliografia.....

- STEVE BLANK, *The Startup Owner's Manual*, BookBaby, Cork 2012
- ASWATH DAMODARAN, “*Claims on Equity: Voting and Liquidity Differentials, Cashflow Preferences and Financing Rights*“, 2008.
- ASH MAURYA, *Running Lean*, O'Reilly Media, 2012
- E. RIES, *The Lean Startup: how constant innovation creates radically successful businesses*, Penguin, London 2011
- DAVID D. ROSE, *Angel Investing: The Gust Guide to Making Money and Having Fun Investing in Startups*, J. Wiley & Sons, Hoboken 2014
- JEFF SUTHERLAND, *Fare il doppio in metà tempo: puntare al successo con il metodo Scrum*, Rizzoli Etas 2015
- CROLL, B. YOSKOVITZ, “*Lean Analytics*” 2013.
- BANCA D'ITALIA, “*Gli Incubatori D'impresa In Italia e in alcuni Paesi Esteri*” 2012.
- FONDAZIONE COMMERCIALISTI ODCEC, *Gli strumenti di finanziamento per le start-up e le pmi*, Milano 2018.
- MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, *The Italian Startup Act Italy's policy framework to support innovative startups*, 2019.
- MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO, *19° rapporto periodico, Le imprese innovative e il Fondo di Garanzia per le PMI e startup innovative*, 2019.
- E. RIES, *Speech video al Google Tech Talk*.
- STARTUP GENOME, “*Global Startup Ecosystem Report '19*”, 2019. [link](#)
- STARTUP GENOME, “*Global Startup Ecosystem Report '18*”, 2018. [link](#)

Sitografia.....

- S. ALTMAN, *How to Start a Startup*, <https://startupclass.samaltman.com>
- P. GRAHAM, <http://www.paulgraham.com/growth>
- <https://www.mise.gov.it/index.php/it/198-notizie-stampa/2039358-il-fondo-nazionale-innovazione-e-realta>
- <https://www.mise.gov.it/index.php/it/198-notizie-stampa/2040076-al-via-il-fondo-nazionale-innovazione>
- <https://www.cbinsights.com/research/corporate-venture-capital-active-2014/>
- <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>

- http://www.lse.ac.uk/assets/richmedia/channels/publicLecturesAndEvents/slides/20120112_1830_theLeanStartup_sl.pdf

- <https://smartmoney.startupitalia.eu/i-numeri-del-crowdfunding-in-italia>

- <https://www.bancaditalia.it/gli-incubatori-dimpresa-in-italia>

- <http://www.speedmiup.it>

- <https://www.luissenlabs.com>

- <http://www.dock3.it>

- <https://www.ycombinator.com>

- <https://500.co/seed-program/>

- <https://skydeck.berkeley.edu/program/>

- <https://www.pmi.it/tag/finanziamenti-start-up>

- <https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/smartstart-italia>

- <https://www.incentivimpresa.it/fondi-europei/>

- <https://www.imprenditoreglobale.com/fonti-finanziamento-startup-imprese/>

- <http://www.finanziamentistartup.eu/agevolazioni-%20Lazio/>

- <https://www.startupbusiness.it/come-finanziare-la-startup-equity-debito-crowdfunding/95839/>

- <https://mamacrowd.com>

- <https://www.crowdfundme.it>

- <https://www.kickstarter.com>

- <https://www.crunchbase.com>

- <http://fundersandfounders.com>

- <https://www.crunchbase.com>

- <http://startupdigest.com/>

- <https://www.angel.co>

- <https://www.ventureup.it>

