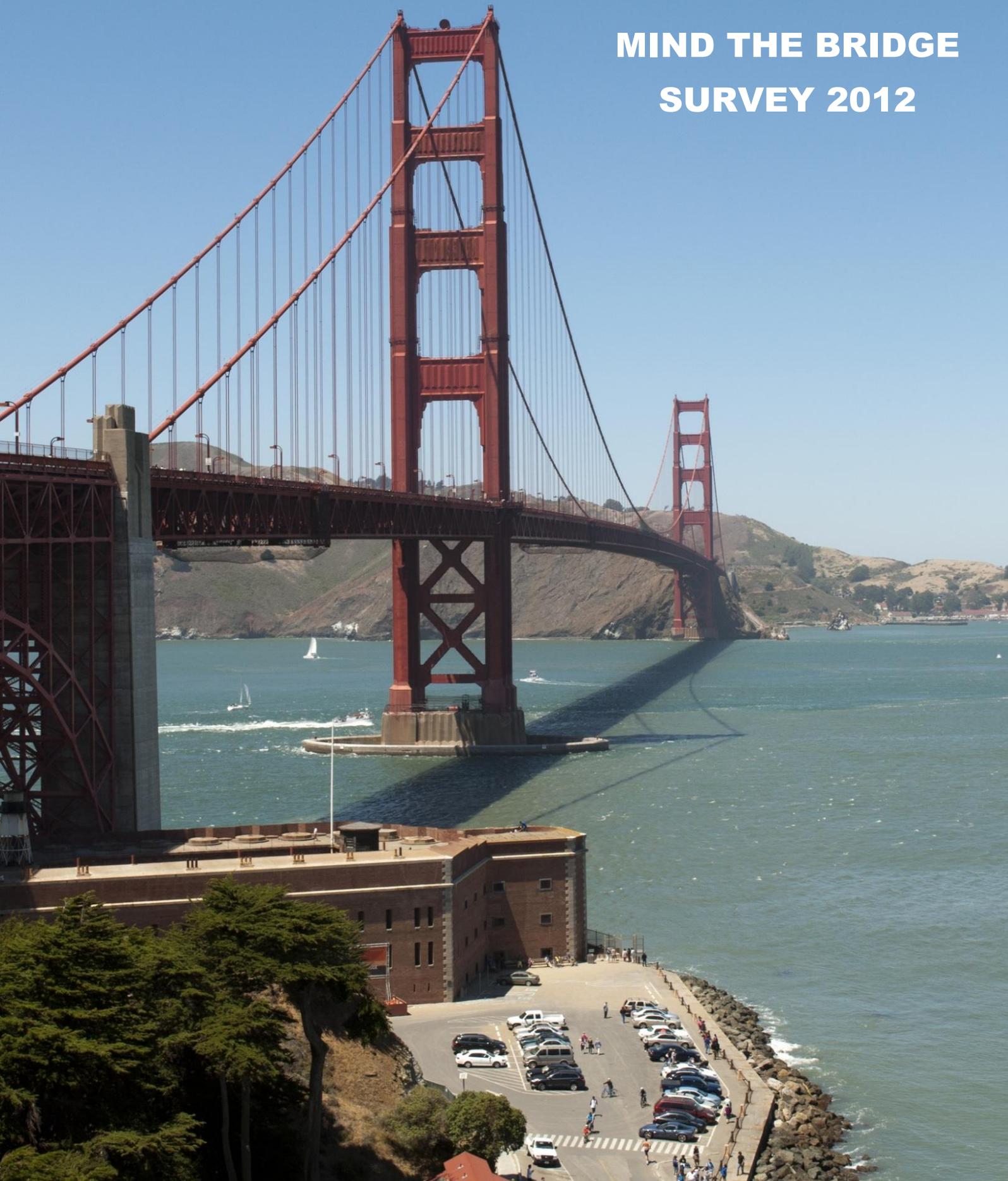


STARTUPS IN ITALY FACTS AND TRENDS

MIND THE BRIDGE SURVEY 2012





DRAFT VERSION

STARTUPS IN ITALY

FACTS AND TRENDS 2012

MIND THE BRIDGE SURVEY

"Startup Italy": a che punto siamo?

EXECUTIVE SUMMARY

Eccoci alla seconda edizione della "Mind the Bridge Survey" che offre agli addetti ai lavori (startupper, investitori istituzionali, practitioners, ricercatori e policy makers) un quadro aggiornato dell'ecosistema italiano delle startup. Attraverso il proprio osservatorio privilegiato, rappresentato dalle centinaia di imprese che nel 2012 sono entrate in contatto con Mind the Bridge, la fondazione, con il supporto scientifico del CrESIT dell'Università degli Studi dell'Insubria di Varese, ha avuto la possibilità di analizzare nel dettaglio questo segmento emergente dell'universo produttivo italiano. L'analisi di seguito presentata si focalizza in via prioritaria sul segmento costituito dall'universo delle startup composto da aziende nella fase "early stage" (seed financing e Series A).

Di seguito vengono sintetizzati i principali risultati che emergono dall'analisi dei dati. Si rimanda al testo della Survey per approfondimenti, dettagli e commenti.

Quando si parla di startup si fa riferimento a nuovi progetti di impresa con una marcata vocazione all'innovazione e forti ambizioni crescita. Dal momento che le statistiche nazionali non censiscono questa categoria di imprese, è difficile fornire una stima delle dimensioni del comparto. L'ordine di grandezza, valido per finalità di prima approssimazione, è comunque nell'ordine di 800/1.000 nuovi progetti all'anno, con una consistenza complessiva tra 4 e 8 mila startups.

Il prevalente campo di operatività è rappresentato dal web e dalle ICT che assorbono circa il 70% delle startup italiane.

La maggior parte delle startup già costituite sotto forma di impresa è localizzata al Nord (52%) e al Centro Italia (21%), mentre limitata, sebbene in crescita rispetto allo scorso anno (16%), è la presenza nel Sud e nelle Isole. Milano e Roma si confermano come i poli di maggiore attrazione. Si segnala come una percentuale importante (11%) abbia deciso di costituirsi all'estero (Stati Uniti e Regno Unito in primis). Questo fenomeno era già stato segnalato lo scorso anno e risulta in crescita. Tale trend (definibile come "corporate drain") sembra segnalare una limitata attrattività del nostro Paese nei confronti di nuove imprese che, per loro natura, fanno investimenti importanti nell'innovazione e necessitano di accedere a capitali. Va verificato se e come il pacchetto di norme introdotto dal Governo con il Decreto Sviluppo Bis sarà effettivamente in grado di attenuare questo fenomeno che rischia di privare il nostro Paese di potenziali contributori di innovazione e crescita.

Le startup hanno un gruppo imprenditoriale composto in media da 2/3 persone. Impiegano in media 4/5 dipendenti. Le c.d. "one man band" sono una netta minoranza (circa il 30% dei casi).

Ma quale è il profilo dello startupper italiano? In media trentatré anni, di sesso maschile (ancora troppo limitata l'imprenditoria al femminile, solo l'11% del totale), nati e residenti al Centro-Nord (si segnala comunque, in lieve crescita rispetto allo scorso anno, il ruolo dei neo imprenditori del mezzogiorno), 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 25% dei founder è alla sua seconda startup, a testimonianza del fatto che essere imprenditore è un lavoro che si impara facendolo).

Un altro aspetto importante riguarda i brevetti. Il 4% dei founders dichiara di avere almeno un brevetto (in media 2 a testa) ed è interessante notare come i due terzi dei brevetti complessivamente dichiarati origini da founders con un Dottorato di Ricerca.

Abbiamo inoltre verificato come la nascita della business idea avvenga nella maggior parte dei casi proprio durante il percorso di studi (32%) o di ricerca (34%) (nel caso di PhD, collaborazioni universitarie o con altri centri di ricerca). Le startup vengono di conseguenza. I dati sottolineano, in linea con altre ricerche condotte a livello internazionale, l'importanza dell'educazione all'imprenditorialità condotta a livello professionale/accademico (diplomi di laurea, master, PhD) e la criticità di investire nella ricerca

e formazione universitaria se si vuole avere un ritorno in termini di nuove imprese innovative.

Sul fronte dell'accesso ai capitali, le startups che hanno già raccolto capitale sono circa il 70%. Il bootstrapping è la forma più diffusa per reperire fondi (58%). Contributi finanziari arrivano anche da grant di ricerca (8%), banche e fondazioni (6%) e altre imprese (6%).

Il 16% ha reperito investimenti in equity da investitori terzi, in prevalenza angels (8%) e seed funds (7%). Solo una quota molto molto limitata ha avuto accesso a venture capital (1,2%).

L'investimento medio (eliminando i valori estremi della distribuzione) si attesta intorno 65 mila euro. Gli investimenti sono utilizzati in via prevalente per lo sviluppo del prodotto.

Cosa cercano le startup italiane?

In primis capitali, il 69% a livello di seed investment e il 59% da venture capital. Ma oltre il 50% cercano anche partners che possano aiutarle nello sviluppo strategico della propria business idea. D'altronde il 69% delle imprese sceglie di localizzarsi ove il network di contatti è più forte.

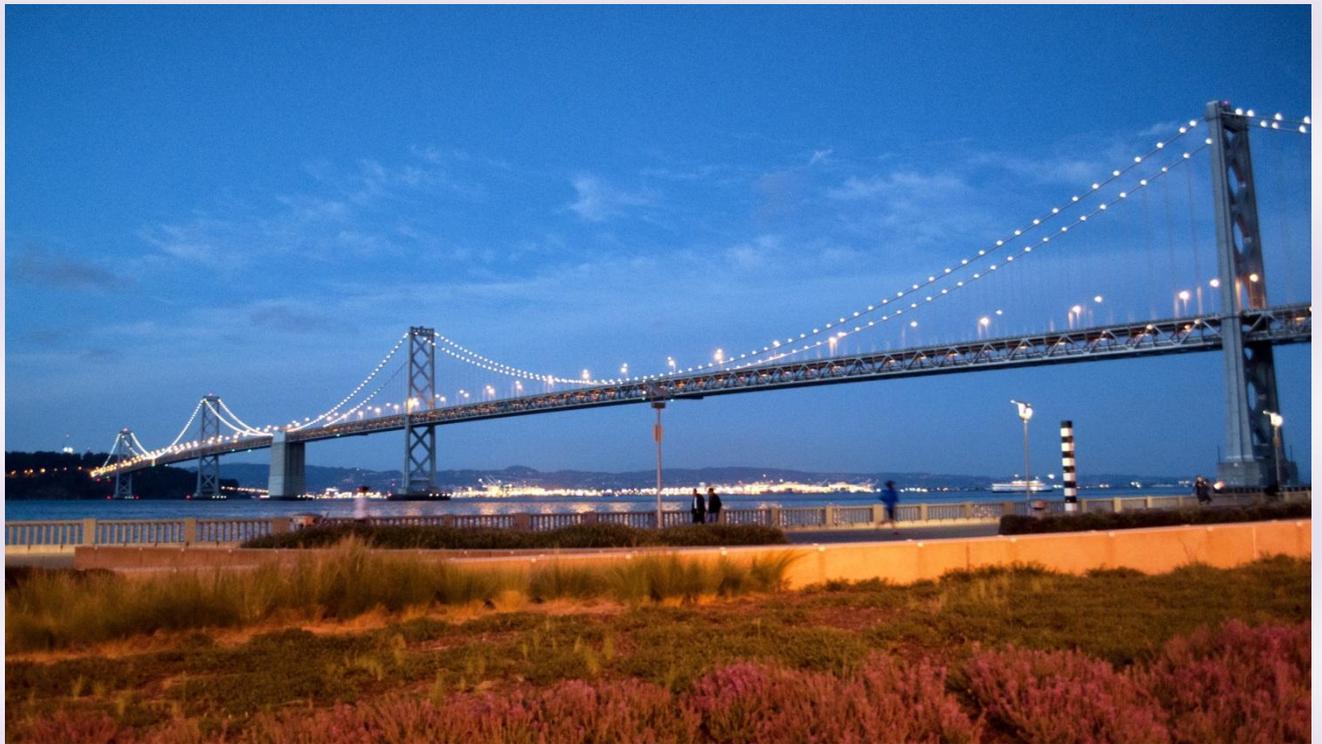
Ma quali sono i fattori in grado di influenzare la localizzazione di una startup? Le risposte fornite dai founders a questa domanda hanno permesso di individuare un "ranking" dei localization drivers ritenuti più importanti. Al primo posto, come già accennato, vi è il network di contatti (69%). Seguono la possibilità di accedere a risorse umane altamente specializzate (ingegneri, programmatori, manager, etc.) e la prossimità ai centri di ricerca (40%), che sono per loro natura un bacino da dove poter attingere competenze e personale altamente qualificati

Quindi capitali e competenze sono gli ingredienti per dare ulteriore linfa all'ecosistema italiano delle startups che dal nostro osservatorio si conferma in salute e crescita.

Alberto Onetti

Chairman Mind the Bridge Foundation

Direttore, CrESIT - Università dell'Insubria di Varese



STARTUPS: COSA E QUANTE SONO

Le startup rappresentano la componente, sia pure numericamente minoritaria, dell'universo produttivo italiano connotata da maggiore dinamicità e da maggiore rilevanza in termini prospettici.

Le statistiche nazionali non censiscono le imprese startup. Forniscono dati sulle nuove imprese create ma gran parte di queste, operando in ambiti tradizionali, non possono essere considerate startup.

Questa carenza di dati non consente di compiere analisi strutturate del fenomeno startup. Inoltre lo studio di questo universo è reso ulteriormente complesso per una serie di fattori specifici a questa categoria di imprese quali gli elevati tassi di mortalità (che determinano continui cambiamenti nella popolazione) e i processi di “pivoting” (che portano il nucleo dei fondatori a modificare, spesso anche radicalmente, l’oggetto della propria attività e a promuovere, poco tempo dopo, un progetto di impresa differente, spesso anche denominato con un nome diverso). Inoltre non va trascurato il fatto che 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.

Alcuni tentativi di individuare/quantificare e mappare l’universo delle startup sono stati nel tempo proposti a diversi livelli. Un primo tentativo è quello di stimare il numero delle startup italiane sulla base delle richieste di finanziamento giunte ai principali fondi di investimento, al netto di eventuali duplicazioni. 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’anno. Tale numero riteniamo fotografici in modo abbastanza accurato la dimensione del flusso annuale delle startup italiane.

Più difficile esprimersi sulla consistenza complessiva del fenomeno, data la elevata dinamicità dello stesso. Al riguardo alcune proxy, con tutte le dovute limitazioni del caso¹, possono essere individuate nella

¹Seguendo tale approccio i numeri di membri di un determinato gruppo possono fornire degli ordini di grandezza da cui provare a stimare il fenomeno. Va tuttavia

dimensione raggiunta dalle social community specializzate su questi argomenti. È ragionevole ipotizzare nell'ordine di qualche migliaio (indicativamente tra 3 e 8 mila aziende) il volume attuale del mondo startup in Italia. Un mondo non ancora molto grande, ma di certo in rapida ascesa.

Nei paragrafi che seguono presenteremo i risultati dell'analisi che abbiamo sviluppato sulle imprese e sui progetti di impresa che hanno partecipato alla Seed Quest 2012 di Mind the Bridge. Il campione di indagine è rappresentato da quelle startup che hanno fatto domanda di partecipazione alla Seed Quest 2012 e che hanno fornito, in modo completo, le informazioni richieste nell'application form.

Nello specifico sono stati analizzati, ai fini della presente Survey, i dati di 166 aziende e 369 imprenditori².

Va segnalato come la specificità del programma Seed Quest di Mind the Bridge, che si rivolge in via prioritaria ad aziende nelle fasi iniziali del proprio ciclo di vita, possa influenzare in una qualche misura le evidenze rinvenibili dall'analisi dei dati. In particolare riteniamo che l'analisi in oggetto ben rappresenti, data la numerosità delle imprese partecipanti, la popolazione delle startup italiane, o perlomeno del segmento costituito dalle aziende nella fase cosiddetta "early stage", con ciò facendo riferimento ad aziende di costituzione recente e in cerca di un primo round di finanziamento (seed financing e Series A). Le aziende maggiormente strutturate (ossia quelle che hanno come obiettivo di completare round di finanziamento successivi al Series A) rappresentano un segmento diverso, che, anche per la sua minore consistenza numerica, richiede di essere affrontato con differenti metodologie di indagine, a taglio maggiormente qualitativo.

Di seguito proponiamo alcune definizioni utili a qualificare meglio i dati che verranno in seguito presentati.

STARTUP

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

considerato che i gruppi di discussione coinvolgono persone variamente interessate ai temi trattati e quindi non solamente persone attive in startup.

²Tali numeri non includono le applications non completamente compilate che sono state escluse dall'analisi.

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 capitalist e business angel. Quindi, ai fini del presente rapporto, definiamo come imprese startup³:

- 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.

SPIN-OFF

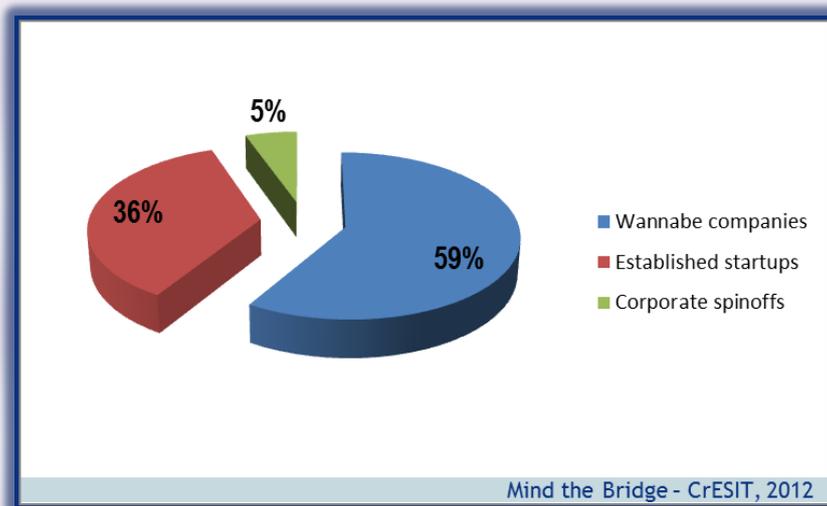
Sono un sottoinsieme delle startup composto da quelle aziende i cui fondatori provengono da altre imprese (i cosiddetti "corporate spin-off") o da università o enti di ricerca (gli spin-off accademici). Spesso vengono considerate come spin-off solo quelle aziende che mantengono una relazione formale con l'azienda o l'ateneo di gemmazione: 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.

³ La definizione proposta è in linea con quella di "young and new technology-based companies" adottata dalla più diffusa letteratura sulla imprenditorialità (cfr. 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") e con quella fornita dal recente rapporto "RESTART ITALIA" redatto a cura del Ministero dello Sviluppo Economico.

STARTUPS VERSUS WANNABE-COMPANIES

“Le startup si costituiscono spesso solo dopo aver validato la business idea (o trovato finanziamenti)”

Le startup vengono spesso formalmente costituite solo dopo che la business idea sia stata validata e, in alcuni casi, una volta trovati i capitali necessari alla sua realizzazione. Questa evidenza era emersa già dalla Survey dello scorso anno e risulta confermata anche dai dati di quest'anno. Di qui l'importanza, segnalata in precedenza, 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.



La parte maggioritaria del mondo delle startups (ben il 59% della popolazione indagata) è rappresentata da progetti di impresa (“wannabe startup”) che non sono ancora stati “strutturati” e costituiti come società.

Si tratta quindi di un fenomeno estremamente rilevante dal momento che, al di là della mancata formalizzazione, si tratta a tutti gli effetti di imprese operative, che

raccolgono capitali ed effettuano investimenti. Abbiamo difatti rilevato come intorno a questi progetti di impresa ci sia un gruppo al lavoro con fondi a disposizione (raccolti in forma di grant e/o di capitale di rischio, in genere nell'alveo della famiglia e dei conoscenti) e quindi di risorse da investire.

Per quanto riguarda le imprese già costituite in forma societaria si tratta comunque di aziende di giovanissima età, con età media di 1/2 anni.

Va inoltre segnalato come il 5% delle aziende siano corporate spinoff, ossia nuovi progetti avviati da aziende già esistenti con finalità di supportare (attraverso la costituzione di una nuova entità, lo spinoff per l'appunto) processi di diversificazione ed innovazione della propria attività.

AMBITI TECNOLOGICI ED AREE DI BUSINESS

La maggior parte delle startup italiane sono attive in ambito web (49%) ed Information and Communication Technologies (ICT) (21%).

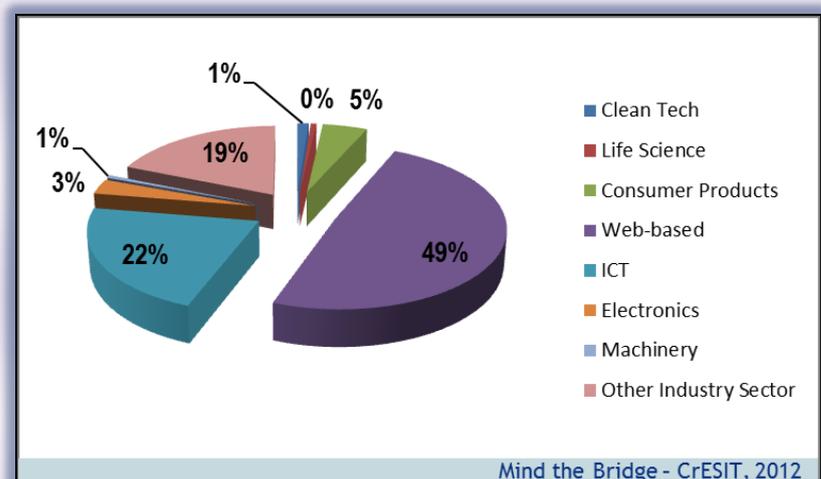
A queste si aggiunge un 4,8% che si concentra su consumer products e un 3,6% circa su electronics&machinery.

Numericamente meno prevalente risulta il ruolo delle imprese operanti nelle clean technologies (1,2%) e quelle attive in ambito biotech/life sciences (0,6%).

I dati confermano l'esistenza di una relazione (inversa) tra la numerosità delle imprese e il livello degli investimenti richiesti per avviare il progetto di impresa. Per far partire un progetto di impresa in ambito web o software sono infatti 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.

Il rimanente 19% di imprese ha ad oggetto altri ambiti di attività tra cui risultano numericamente prevalenti quelle di servizio (servizi di vario tipo a supporto di differenti settori).

**“web e ICT
sono i business
prevalenti”**



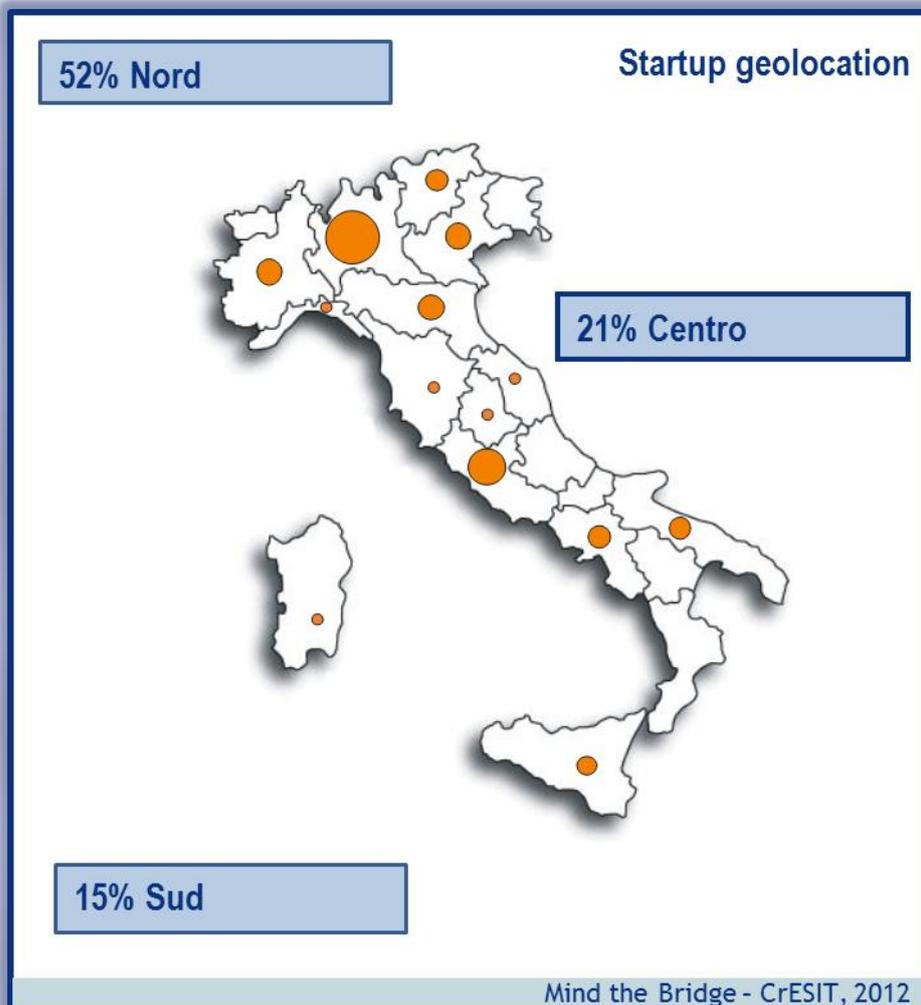
ITALIAN STARTUPS: DOVE?

“Milano e Roma sono i poli a maggiore densità di startup”

La maggior parte delle startup italiane è localizzata al Nord (52%). Il Centro Italia contribuisce per il 21%, mentre il 15% origina dal Sud e dalle Isole. Da rilevare come la percentuale di imprese localizzate nel Sud e nelle Isole, seppur ancora minoritaria, risulti in netta crescita (+50%) rispetto allo scorso anno.

Lombardia (25%) e Lazio (18%) (con, al loro interno, Milano e Roma come poli di localizzazione dominanti) si confermano anche

quest'anno come le regioni a maggiore densità di startup, immediatamente seguite da Emilia Romagna e Veneto (9%). Rileva inoltre sottolineare come una percentuale importante (11%) abbia deciso di incorporarsi all'estero. Questo dato (in crescita negli ultimi anni, +20% rispetto allo scorso anno) può essere letto come un segnale della sempre minore competitività del nostro paese nell'attrazione degli investimenti e nello specifico delle nuove imprese. Difatti le startup, soprattutto nelle fasi iniziali, sono imprese dotate di una altissima mobilità, almeno a livello potenziale, dal momento



che non hanno vincoli operativi (personale, impianti, ...) che le legano ad un posto specifico. Quindi disporre di un contesto normativo favorevole alla loro costituzione e crescita (quello che nei paesi anglossassoni definiscono come “corporate haven”) è strategico se si vuole, se non attrarre insediamenti dall'estro, almeno attenuare la fuoriuscita di startup. Va verificato se e come il pacchetto di norme

per favorire la nascita e lo sviluppo di start-up innovative in Italia introdotto dal Governo con il Decreto Sviluppo Bis sarà effettivamente in grado di attenuare o invertire questo trend.

Tra i paesi che mostrano una maggiore capacità di attrazione delle nostre startup si segnalano Stati Uniti e Regno Unito.

Va inoltre segnalato come la scelta di localizzazione all'estero possa anche essere dettata da specifiche strategie aziendali, quali la ricerca di competenze specifiche e/o lavoratori specializzati, di mercati in grado di sostenere lo sviluppo delle startup e di fundraising. In entrambi i casi, gli Stati Uniti, per le dimensioni del loro mercato interno e per il grado di sviluppo della industria del venture capital, rappresentano una meta decisamente interessante per una azienda con piani di sviluppo ambiziosi.

“Le startup nascono dove ci sono relazioni e competenze”

FOCUS: LOCALIZATION DRIVERS

Ma quali sono i fattori in grado di influenzare la localizzazione di una startup? Le risposte fornite dai founders a questa domanda hanno permesso di individuare un “ranking” dei localization drivers ritenuti più importanti. Al primo posto vi è il network di contatti (69%). Seguono la possibilità di accedere a risorse umane altamente specializzate (ingegneri, programmatori, manager, etc.) e la prossimità ai centri di ricerca (40%), che sono per loro natura un bacino da dove poter attingere competenze e personale altamente qualificati. (57%).

L'accesso al capitale (43%) è un altro importante fattore determinante la scelta di localizzazione. (c'è correlazione con chi è andato all'estero?).

Da questi dati emerge come per l'avvio e lo sviluppo d'impresa le relazioni e le competenze giochino un ruolo fondamentale; anzi i modelli imprenditoriali stessi si basano sul network. Non a caso conoscenze, talento e network sono spesso indicati come i fattori fondamentali alla base di un eco-sistema imprenditoriale di successo.



DRIVERS

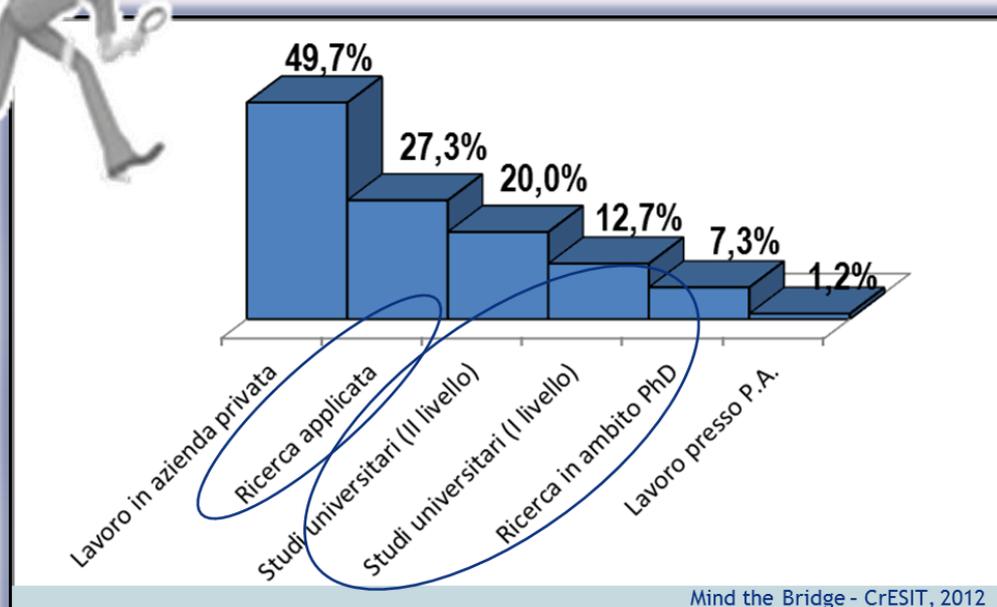


ALL'ORIGINE DELLA BUSINESS IDEA

Una domanda cui quasi tutti gli studiosi di innovazione hanno sempre cercato di dare una risposta è quella relativa alle fonti dell'innovazione. Nel tentativo di dare una risposta abbiamo chiesto agli imprenditori dove e quando fosse originata la business idea alla base della propria startup.

In questo caso le indicazioni che emergono dalla lettura dei dati sono abbastanza chiare. La ricerca è alla base della innovazione. Nel 67% dei casi la ricerca è alla fonte della business idea. Va segnalato come la ricerca applicata (27,3%), per la maggiore vicinanza alle applicazioni produttive, risulti avere un impatto più diretto nella creazione di impresa di quella di base (7,3%). Questo dato conferma indirettamente la difficoltà e il ritardo che il sistema universitario italiano ha nei riguardi del technology transfer. Come evidenziato in altri studi⁴, le grandi potenzialità di ricerca che l'Italia ha faticano a tradursi in impresa, come è anche evidenziato dal modesto numero di spin-off accademici che annualmente censiamo.

Altro luogo importante nella genesi della business idea è il posto di lavoro: nel 50% dei casi gli stimoli per il lancio di una nuova impresa maturano durante la precedente attività lavorativa.



⁴ Onetti A., Vietor R.H.K., Napolitano F., "Italy. Europe's Investment Opportunity, White Paper, New York, May 9, 2011 (<http://www.italianbusiness.org/white-papers/>).

FOCUS: MOTIVATIONAL DRIVERS

Quali sono stati i fattori che spingono a creare una startup ed intraprendere l'avventura imprenditoriale?

Dall'analisi emergono tre profili imprenditoriali o meglio definibili come "attitudini":

- "ghepensimi"
- "voglio un mondo diverso"
- "qui comando io"

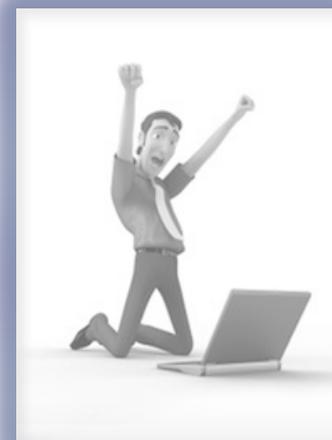
Tali profili non sono alternativi, ma come detto sono più degli approcci che spesso coesistono dentro la stessa persona, sia pure con mix diversi.

Il primo profilo ("ghepensimi"), connotante la quasi totalità degli startupper intervistati (77%), è proprio di quelli che la letteratura sull'imprenditoriali identifica come "user entrepreneurs", ossia di soggetti che dichiarano di aver avviato una impresa per risolvere un problema che avevano vissuto in prima persona (un prodotto o un servizio insoddisfacente, un bisogno insoddisfatto...).

Molto diffuso tra i fattori motivazionali (68% dei casi) anche la volontà di cambiare il mercato nel quale hanno deciso di competere. In questo caso il driver è la visione tipicamente imprenditoriale di una possibilità di miglioramento di un mercato esistente o di uno spazio di mercato al momento non presidiato.

Altri motori di creazione di impresa (riconducibili al terzo profilo sopra identificato) sono individuabili nella volontà di autodeterminazione (il desiderio di essere il "boss" di se stessi, segnalato nel 53% dei casi) e di auto-realizzazione (segnalata dal 51% degli imprenditori).

Un altro aspetto che abbiamo approfondito riguarda le persone ("supporters") che hanno sostenuto l'imprenditore nella finalizzazione dell'idea di business e nelle fasi iniziali di costituzione d'impresa. I dati confermano il ruolo fondamentale delle 3 F in fase di startup: tra questi la famiglia (48%) e gli amici (43%) rivestono un ruolo di primaria importanza. Vedremo, nella sezione dedicata al fundrasing, come la famiglia e gli amici supportino anche economicamente/finanziariamente l'idea di business. Ruolo significativo hanno anche i colleghi di lavoro (38%), ad ulteriore conferma del ruolo che i legami "forti" e le relazioni "dense" hanno nei momenti iniziali che portano all'avvio di una iniziativa imprenditoriale. L'ampiezza del network e i legami più "deboli" tendono ad assumere importanza più avanti nel ciclo di vita dell'impresa.

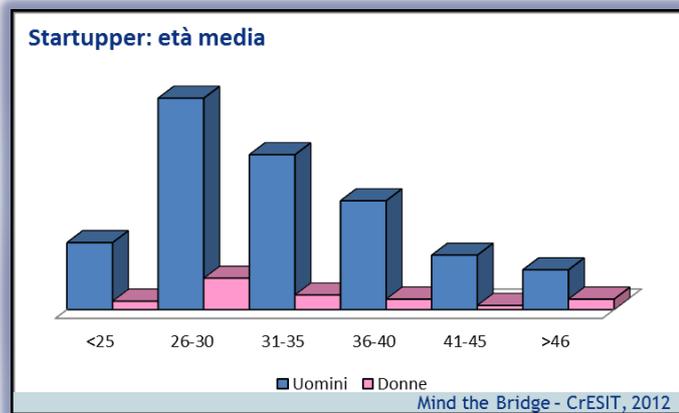


IL PROFILO DEGLI STARTUPPERS



Lo startupper italiano ha in media 33 anni e nella grande maggioranza dei casi è di sesso maschile (89%), ha un livello di istruzione abbastanza elevato e ha accumulato esperienze lavorative e imprenditoriali precedenti.

La maggior parte degli imprenditori sono nati al Centro Nord (48% al Nord e 23% al Centro), mentre solo il 24% proviene dal Sud o nelle Isole (il restante 5% all'estero). Se consideriamo la residenza degli imprenditori (invece del luogo di nascita), si amplia ancor di più il divario tra Nord e Sud, dal momento che le percentuali relative a quest'ultimo scendono dal 24% al 17%.



Già nella survey dello scorso anno era emerso come l'“education” sia uno dei

fattori che presentano correlazione più forte con la propensione a creare impresa.

Analizzando nel dettaglio il percorso di studi emerge come detto un livello di istruzione mediamente alto: il 52% circa degli imprenditori ha una laurea di primo livello (nel 6% dei casi conseguita all'estero) e il 42% circa ha conseguito anche un master degree (laurea specialistica) (nel 9% dei casi all'estero).

Il 10% ha anche un PhD o un MBA. Di questi l'87% ha studiato in Italia, mentre il restante 13%

“Il 42% circa ha conseguito un master degree”



all'estero (con Stati Uniti, Regno Unito, Spagna, Francia e Svizzera le sedi di studio più frequenti).

Il fatto di studiare all'estero è un tratto frequente nel profilo degli startupper ma non riguarda solo l'alta specializzazione, ma anche il percorso di studi universitari, sia pure con incidenza meno marcata (6-9% a seconda che si tratti di bachelor o master degree).

Accanto alla education un aspetto chiave è rappresentato dalle esperienze in ambito lavorativo e imprenditoriale che gli imprenditori hanno fatto prima della costituzione della attuale startup. Non a caso gli startupper alla loro prima esperienza lavorativa e imprenditoriale sono solo il 19% del totale.

Nello specifico abbiamo categorizzato ed analizzato separatamente tre principali tipologie di esperienze che possono precedere la creazione di una startup ed influire sul suo successo:

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

Con riferimento al primo aspetto, circa l'80% degli startupper, prima dell'avvio della propria attività imprenditoriale, ha avuto una esperienza da lavoratore dipendente. Il periodo di lavoro è in media pari a 8/9 anni. Va segnalato come ben il 17% di questi abbia trascorso un periodo lavorativo all'estero.

Ben il 25% dei founder non è alla sua prima startup. Tale dato conferma anche in Italia il fenomeno della imprenditorialità seriale, ossia la tendenza a fare partire più imprese nel corso della propria vita lavorativa. L'8% di questi imprenditori seriali dichiara una exit, mentre l'ampia maggioranza (87% dei casi) è in qualche misura ancora coinvolta nella iniziativa precedente (tecnicamente viene definito come "parallel entrepreneur").

L'8% delle startup in precedenza costituite erano state fatte all'estero. Però solo il 50% di questi ha deciso di rimanere fuori confine, mentre il 50% è rientrato o prevede di rientrare in Italia.

Sembra invece limitato il contributo alla creazione di impresa da parte dei ricercatori universitari. Solo l'8% circa degli startupper hanno precedenti esperienze in ambito accademico (presso università e centri di ricerca pubblici). Alta è invece la correlazione tra una precedente esperienza nel campo della ricerca e la tutela brevettuale. Non a caso il 64% dei brevetti registrati dalle startup

“Il successo della startup dipende molto da cosa hai fatto ed imparato prima”

italiane deriva da imprenditori che hanno un Ph.D. e hanno trascorso un periodo di ricerca in università o centri di ricerca.

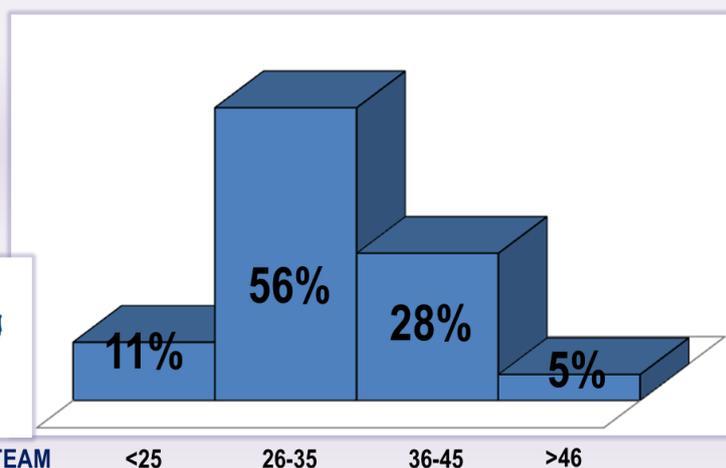
IL TEAM

Startups are a team network e aggregano competenze differenti

Le startup sono costruite intorno ad un gruppo in media di 2/3 soci di un'età compresa tra i 26 e i 35 anni ed impiegano - sempre in media - da 4 a 5 dipendenti. Non si tratta quindi di "one man band", ma di gruppi imprenditoriali che aggregano competenze differenti e generano un contributo in termini di occupazione (non elevatissimo,

ma importante in prospettiva).

È interessante sottolineare come il 72% delle startup con un unico founder siano ancora allo stadio progettuale ("wannabe company"): è quindi pertanto



ETÀ DEL FOUNDING TEAM

Mind the Bridge – CrESIT, 2012

possibile che al maturare dell'idea di impresa ci sia un allargamento del nucleo imprenditoriale.

Un altro interessante aspetto di indagine riguarda l'occasione di aggregazione del gruppo dei founders. Il 39% si sono conosciuti sul posto di lavoro. Nel 32% l'avventura imprenditoriale si è avviata su rapporti di amicizia preesistenti, mentre nel 26% in ambito universitario (18% durante il percorso di laurea, mentre l'8% durante il Ph.D.). Solo nel 10% dei casi il gruppo imprenditoriale si interseca con quello familiare.

L'ACCESSO AI CAPITALI

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

Bootstrapping: 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");

Grants: finanziamenti in genere destinati al supporto di attività di ricerca in ambito universitario;

Seed Financing, Super Angels, Micro VCs, Acceleratori ed Incubatori: finanziamenti ricevuti da fondi di investimento focalizzati su aziende early stage e in genere collegati ad attività di incubazione ed accelerazione;

Angels: finanziamenti ricevuti da persone fisiche che in genere effettuano investimenti in forma associata (in rete);

Venture Capital: finanziamenti da fondi di investimento specializzati nel capitale di rischio;

Corporate Venture Capital: finanziamenti ricevuti da altre aziende di natura non finanziaria.

Va segnalato come 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.

Le startups che hanno già raccolto capitale (in qualsiasi forma) sono circa il 70%.

La forma più diffusa tra le startup per reperire fondi è il bootstrapping (58% dei casi). Un 8% ha anche avuto accesso a grant⁵ (prevalentemente di origine regionale/provinciale) per coprire parte dei costi di sviluppo dell'idea nelle fasi iniziali. Un altro 6% proviene da banche e fondazioni, mentre un ulteriore 6% delle startups sono state finanziate da altre imprese di natura non finanziaria.

⁵ Dall'analisi dei dati emerge come il 30% delle startup che hanno ottenuto un grant hanno founders con precedenti esperienze lavorative di ricerca in università.

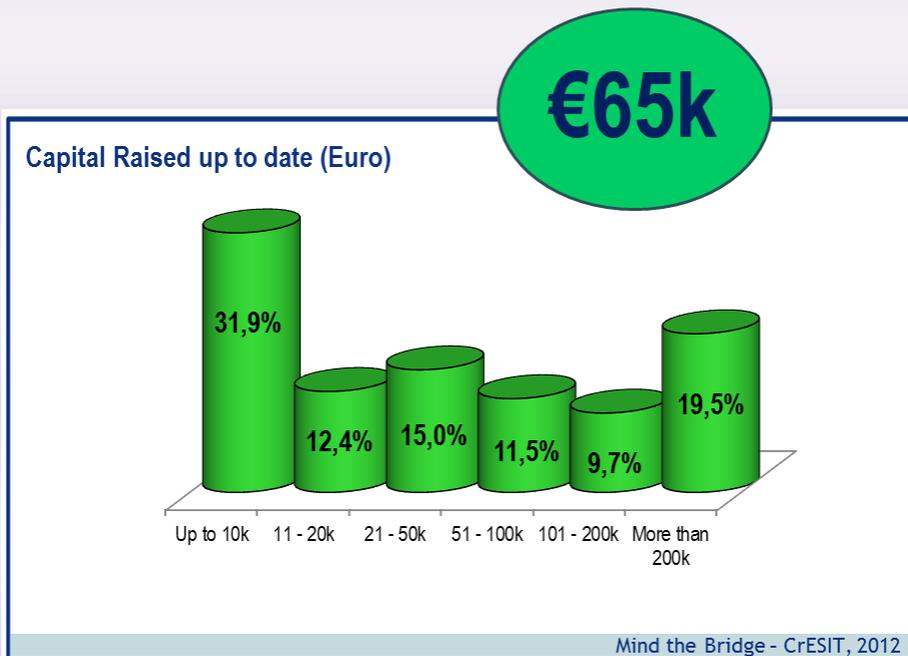
Il 16% ha reperito investimenti in equity da investitori terzi, in prevalenza angels (8%) e seed funds (7%). Solo una quota molto molto limitata ha avuto accesso a venture capital (1,2%).

Questi dati sono consistenti con la specificità della popolazione osservata che, come detto, è connotata da aziende in fase early stage.

Il capitale raccolto dalle startup, 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 qualche milione di euro).

Eliminando le parte più estreme della distribuzione, emerge come l'investimento medio si attesti sui 65 mila euro, valore prossimo al taglio tipico degli investimenti seed.



La maggior parte di questi finanziamenti viene utilizzata per il product engineering (nel 75% dei casi) a seguire investimenti in marketing & sales (57%), R&D (38%) e, in minima parte, per spese generali/amministrative.

COSA CERCANO LE STARTUP ITALIANE?

Cosa chiedono le startup italiane?

La maggiore parte delle startup italiane afferma di essere alla ricerca di capitali, nello specifico il 69% di seed investment e il 59% di venture capital.

Però non solo denaro. Dall'analisi emerge come le startup italiane siano anche alla ricerca di partner strategici che possano supportarle nelle varie fasi di sviluppo. Infatti, oltre il 50% cerca un partner, che possa aiutare i founder nello sviluppo della business idea.

**Partners
(53%)**



**Capitals
(Venture 59% or Seed 69%)**

In termini di obiettivi, il 57% punta ad una exit da realizzare attraverso la cessione di impresa (M&A), mentre il 32% non ha obiettivi di vendita. Un 10% pensa ad un IPO, obiettivo quasi proibitivo in questi tempi, ma chissà ... perchè porre limiti ai progetti ambiziosi? Chi non coltiva grandi progetti difficilmente può realizzarli.

CHI È MIND THE BRIDGE

La Fondazione Mind the Bridge è un'iniziativa non-profit ideata da **Marco Marinucci**. In una delle tante giornate lavorative da manager di Google, Marco trasse ispirazione da un progetto di mentoring e business plan competition che stava seguendo in Africa. 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. L'incarico di Chairman e di direttore delle operazioni in Italia è rivestito da **Alberto Onetti**, professore universitario con un'approfondita conoscenza dell'ecosistema Silicon Valley. Il Board guida la direzione dell'iniziativa e definisce i suoi obiettivi organizzativi.

Lo scopo finale della Fondazione è quello di promuovere un ecosistema imprenditoriale italiano sostenibile e di spronare idee sempre più innovative al fine di consentire agli imprenditori italiani di entrare in diretto contatto con il più esperto ecosistema imprenditoriale del mondo, la Silicon Valley, sia come sviluppo di mercato che di ricerca capitali.

Ogni anno Mind the Bridge organizza una selezione di business plan - dal 2012 ridenominata "**Seed Quest**" - con l'intento di selezionare le più innovative e promettenti idee italiane. Alle startup selezionate Mind the Bridge offre un intenso programma formativo (**Boot Camp** e sessioni di Coaching) e la possibilità di partecipare ai propri eventi (il **Venture Camp** di Milano e i diversi roadshow negli Stati Uniti).

Anche attraverso il proprio fondo di investimento (**Mind the Seed**) la Fondazione svolge un programma di accelerazione e qualificazione delle idee imprenditoriali con lo scopo di creare nuove storie di successo italiane. Tale attività viene svolta in Silicon Valley al "**Mind the Bridge Gym**" (One Market Plaza, Steuart Tower 5th Floor, San Francisco).

Attraverso la promozione della cultura d'impresa, il sostegno ad attività di policy-making e la valorizzazione di role model di successo, la Fondazione si prefigge come scopo ultimo quello di essere rilevante per un cambiamento generazionale nell'approccio all'imprenditorialità, potendo incidere in modo significativo sul fattore di produzione di tecnologia italiana.





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 ed include il Dott. Marco Talaia e la Dott.ssa Simona Bielli.

Le foto sono pubblicate per gentile concessione di Michele Criscuolo (Mind the Bridge Alumni - Startup School).



Mind the Bridge Survey 2012 è pubblicata con cadenza annuale ed è disponibile gratuitamente online in formato PDF su www.mindthebridge.org.

I diritti di divulgazione, utilizzo dei dati e delle informazioni, traduzioni, memorizzazioni elettroniche, riproduzione e di adattamento totale o parziale con qualsiasi mezzo (compresi presentazioni e copie fotostatiche) sono riservati.

I dati e le informazioni contenute nella presente Survey essere utilizzati fermo restando l'esplicitazione della fonte come di seguito riportato:

Startups in Italy – Facts and Trends

Mind the Bridge Survey (2012)

Schede grafici o tabelle dovranno riportare la fonte come indicata all'interno del documento.

Mind the Bridge Foundation | San Francisco (CA) - USA

www.mindthebridge.org | information@mindthebridge.org

Twitter: [@MindTheBridge](https://twitter.com/MindTheBridge) | Blog: siliconvalley.corriere.it/