

EDITORIALE

Dove ricercare le cause della bassa produttività

di Francesco Chiappetta

Il dato sulla produttività indicato dall'Istat segnala la sostanziale incapacità del Paese ad evolversi traendo vantaggio dalle nuove tecnologie e dal diffondersi dei processi di innovazione. Un tasso di crescita medio dello 0,5%, misurato in un arco di tempo che va dal 1992 al 2011 rappresenta una nazione che deve rivedere con serietà ed impegno tutta la sua impostazione. A livello di governo, la classe politica deve riflettere sui "fanalini di coda" della produttività, che coincidono con i settori da essa direttamente amministrati: l'istruzione, la sanità, il "sociale". Le diverse lobby devono chiedersi se è nella loro chiusura alla concorrenza che devono ricercarsi le cause della bassa crescita della produttività nelle attività professionali; analogamente, il settore delle costruzioni dovrebbe domandarsi se la scelta di rivolgersi a personale non qualificato, ma poco costoso (anche perché spesso privo di contratto) è stata globalmente ottimale, alla luce della riduzione della produttività del -1,2% segnalato dall'Istat.



La trattativa imperniata sullo scambio di incentivi fiscali a fronte di un incremento di produttività esprime solo una parte del problema. Che non è tanto di risorse economiche, quanto soprattutto di impostazione strategica e di impegno personale. Se l'Italia, nel decennio 2001-2010, figura all'ultimo posto tra i 27 paesi europei, la responsabilità è di tutti: di una scuola meno selettiva e formativa e dei suoi studenti che puntano al diploma, ma non alle conoscenze che dovrebbe certificare; di una classe politica che ha badato più a interessi personali e di frazioni del proprio elettorato piuttosto che al bene comune; di imprenditori che hanno preferito comode scorciatoie quali il lavoro nero o la contiguità ai già citati politici invece di investire in innovazione e formazione del personale; del sindacato che difende il lavoratore anche se ruba o danneggia l'azienda.

INDICE

FINANZIAMENTI

Il Private Equity, un aiuto alle imprese in tempo di crisi

IMPRESE

Startup: il potenziale rilancio italiano

SOCIAL MEDIA

Pagare con un tweet per i beni di largo consumo

CULTURA

La storia delle tlc è on line con Telecom Italia

FINANZIAMENTI

Il Private Equity, un aiuto alle imprese in tempo di crisi

di Matteo Di Pumpo

La cultura del nostro Paese nel settore imprenditoriale, è ancora particolarmente domestica e i fondi di private equity sono ancora poco conosciuti e “sfruttati”.

Eppure negli Stati Uniti i fondi sono molto diffusi e grazie ad essi idee geniali sono diventate aziende che fatturano miliardi: due esempi su tutti Facebook e YouTube.

Il private equity è un'attività finanziaria mediante la quale un investitore istituzionale rileva quote di una società (cd. target) acquisendo quote societarie da terzi oppure sottoscrivendo azioni o quote societarie di nuova emissione ed apportando nuovi capitali all'interno della società target al fine di consentire lo sviluppo e la crescita di quest'ultima.

Gli investimenti in private equity raggruppano un ampio spettro di operazioni, in funzione sia della fase nel ciclo di vita aziendale che l'azienda target

attraversa durante l'operazione di private equity, sia della tecnica di investimento usata.

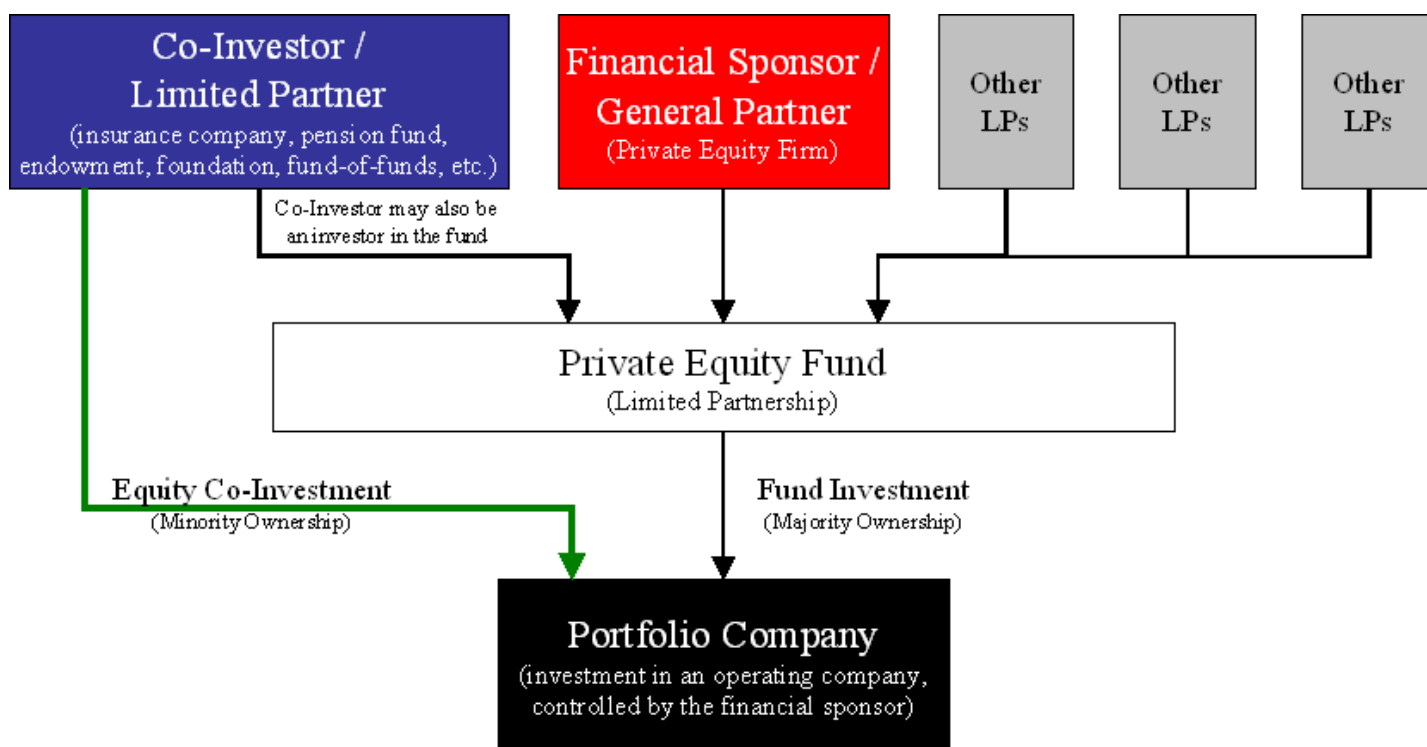
Solitamente il fondo di private equity resta all'interno della compagine societaria della target per un tempo limitato (es. 5 anni), il tempo necessario per poter portare avanti un progetto di sviluppo della società target, rientrare dell'investimento effettuato ed ottenere i guadagni sperati.

Dopo questo tempo stabilito, il fondo liquida o vende la propria quota, consentendo alla società target di poter continuare ad operare in autonomia e in una condizione di sviluppo molto maggiore rispetto alla condizione in cui si trovava prima dell'investimento del fondo.

Tutti i fondi naturalmente investono nelle società target per ottenere un profitto, occorre però distinguere i fondi che investono per far in modo che la società cresca, si sviluppi e possa poi continuare ad operare in autonomia e i fondi che invece entrano nella società la smembrano e quando il fondo esce dalla società target, quest'ultima non esiste più.

Si parla a tal proposito di fondi avvoltoio e fondi locusta.

(Continua a pagina 3)



FINANZIAMENTI

Il Private Equity, un aiuto alle imprese in tempo di crisi

(Continua da pagina 2)

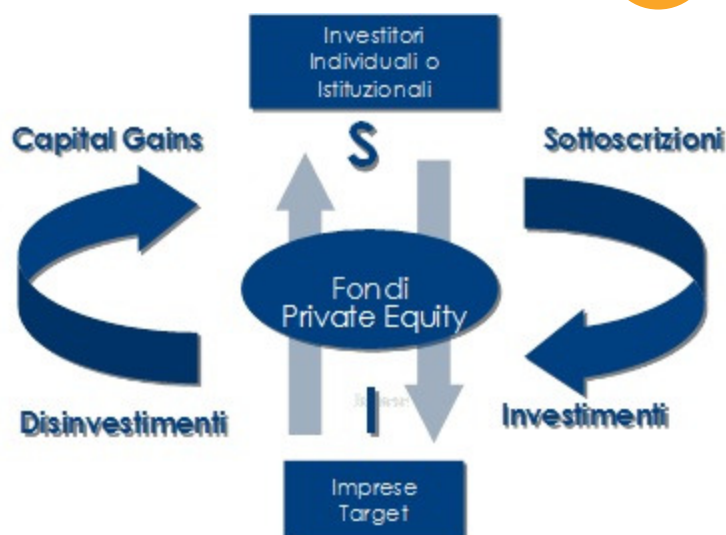
I fondi avvoltoio entrano in una società (o uno Stato, come per esempio sta accadendo in Grecia) che si trova in una situazione di debolezza, e possibilmente vicino al fallimento, acquistano la società a prezzi stracciati, la ristrutturano velocemente e la rivendono.

Stessa cosa per i cosiddetti fondi locusta: essi entrano nel capitale delle società, utilizzano una forte leva finanziaria che scaricano sulla stessa società finanziando i suoi progetti di sviluppo e dopo qualche anno escono con straordinarie plusvalenze, lasciando però il peso della leva finanziaria a carico della società target. Obiettivo di questi fondi è spremere valore da una società per poi uscire e andarsene a cercarne un'altra e ricominciare daccapo lo stesso ciclo.

Ora però questo delicato meccanismo si è inceppato. La crisi economica, che ha drasticamente ridotto i fatturati e i margini delle aziende, rende problematico e in alcuni casi impossibile il pagamento del forte debito accumulato dalle aziende controllate dai private equity con le banche.

L'ultima frontiera nella ricerca di finanziamenti è il crowdfunding: l'imprenditore pubblica il proprio annuncio su un sito web specializzato chiedendo il finanziamento del proprio progetto alla community virtuale. Il crowdfunding si può riferire a processi di qualsiasi genere, dall'aiuto in occasione di tragedie umanitarie al sostegno all'arte e ai beni culturali, al giornalismo partecipativo, fino all'imprenditoria innovativa e alla ricerca scientifica.

Questo ultimo tipo di finanziamento, nato in Italia, però permette di raccogliere solo piccole cifre (intorno ai 10.000 euro), salvo casi eccezionali, come per esempio la raccolta fondi per la campagna elettorale di Barack Obama o la raccolta fondi portata avanti dal museo del Louvre per acquistare l'opera "Le tre grazie" di Lucas Cranach.



In conclusione, possiamo affermare che i fondi sono strumenti finanziari che, se ben utilizzati, possono contribuire allo sviluppo, al risanamento, al rilancio di una piccola e media impresa.

Ciò è possibile a condizioni che il fondo sia solido e serio, che non invade la proprietà, ma bensì l'affianca sul piano dell'analisi, della verifica, e di un business plan per poter ben capire se può camminare o meno con le proprie gambe.

Sono giunto a questa conclusione dopo aver esaminato con uno screening mirato le fattibilità dei fondi e aver assistito una startup italiana nella ricerca di un fondo private equity in Inghilterra ed in Cina. Il successo delle operazioni di Private Equity è strettamente connesso alla corretta valutazione delle potenzialità di sviluppo e di creazione di valore di un'azienda, oltre che dalla rapidità di pianificazione dell'intervento e di azione. Il supporto di un advisor, dotato di esperienza nella gestione di transazioni complesse e con una profonda conoscenza sia del tessuto imprenditoriale nazionale che del panorama degli investitori istituzionali Italiani ed esteri, rappresenta un elemento di successo fondamentale in un contesto in continua trasformazione ed evoluzione.

Chi è interessato a conoscere in modo più approfondito questi temi, sia per cultura personale che per esigenze professionali, è invitato a scrivere all'indirizzo m.dipumpo@gmail.com. L'Autore è a completa disposizione per suggerimenti ed opportunità.

IMPRESE

Startup: il potenziale rilancio italiano

di Francesca Vespignani

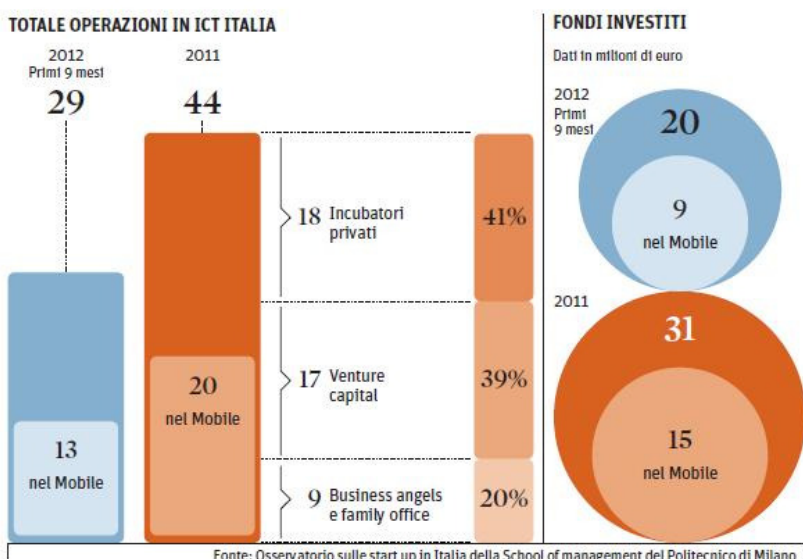
Se nelle economie mature la crescita è dovuta in buona parte alle nuove imprese, in particolare hi-tech, le startup godono oggi di una forte centralità legata direttamente al futuro del nostro paese. Una consapevolezza diffusa sul loro ruolo è oramai emersa, un ruolo che fa guardare con ottimismo al prossimo decennio, complice anche la forte spinta politica impressa da questo Governo e le tante nuove iniziative a supporto dell'intero settore.

In Italia sono poco più di una ventina gli investitori istituzionali attivi nel finanziamento delle startup, cui si deve aggiungere una decina circa di incubatori privati che, oltre a investire nelle startup, forniscono loro risorse e servizi a valore aggiunto di varia natura. A questi si affianca una trentina di incubatori universitari, una dozzina quelli particolarmente attivi, che tuttavia non investono tipicamente risorse finanziarie nelle start-up ma forniscono loro servizi quali spazi attrezzati e trasferimento tecnologico dall'università. Infine troviamo un centinaio di investitori "informali", tra business angel e family office, una decina i più attivi. Numeri che fanno ben sperare, anche se l'offerta italiana di finanziamenti presenti ancora non poche criticità. Questo il quadro emerso lo scorso 18 ottobre in occasione della presentazione a Milano della Ricerca condotta dall'Osservatorio startup della School of Management del Politecnico di Milano, al suo primo anno di attività.

Ed è in questo scenario che si colloca la nascita di "Poli Hub - startup district & accelerator", iniziativa voluta dalla Fondazione Politecnico di Milano e rivolta alle start-up italiane particolarmente innovative: a disposizione degli aspiranti imprenditori nuovi spazi appositamente realizzati, configurabili e scalabili in base alle singole esigenze e dotati del-

Focus sull'hi-tech

Le start up italiane nel settore Ict e la loro suddivisione per tipologia di investitore nel 2011



le più moderne facility e un ricco programma di formazione ed empowerment. L'obiettivo principale dell'iniziativa è di favorire i processi di cross-fertilizzazione tra le diverse start-up attraverso la condivisione di esperienze e know-how. L'Hub farà infatti da ponte tra le startup ospitate e le competenze specialistiche di tutti i dipartimenti del Politecnico di Milano, e anche con le altre Università italiane, con l'obiettivo di facilitare il contatto tra start-up e grandi imprese, così da agevolare relazioni commerciali, partnership e operazioni di exit. "È un salto di qualità importante nella valorizzazione della ricerca e dell'innovazione tramite la creazione di giovani imprese tecnologiche - ha dichiarato Giampio Bracchi, Presidente di Fondazione Politecnico di Milano - Con Poli Hub la Fondazione, sulla scorta delle esperienze di Londra e Berlino, punta a creare in zona Bovisa un distretto tecnologico, in contatto con i nuovi dipartimenti e laboratori dell'ateneo milanese e con le attività di tutoraggio e di formazione imprenditoriale dell'Acceleratore di imprese. L'obiettivo, per noi ambizioso ma concreto, è quello di arrivare a 150 start up incubate con la compresenza di aziende che hanno già raccolto capitali da venture capital e business angel e, dato fondamentale, con la sinergi-

(Continua a pagina 5)

IMPRESE

Startup: il potenziale rilancio italiano

(Continua da pagina 4)

a attiva delle reciproche esperienze”.

Sullo scenario europeo i paesi più evoluti dal punto di vista della nuova imprenditorialità sono UK, Francia, cui si affiancano quelli del Nord come Svezia, Finlandia, Danimarca, quindi Svizzera e Germania. L' Italia si mostra ancora molto indietro sia per numero di imprese innovative che nascono ogni anno, sia per ammontare di investimenti nelle stesse. Con Stati Uniti e Israele in testa, in Italia si investe in startup un settimo rispetto alla Francia, un quinto rispetto alla Germania e al Regno Unito e la metà rispetto ai paesi del nord con PIL molto inferiori a quello italiano.

A farla da padrone l'ICT, con un peso di circa il 50% sul totale, negli Stati Uniti si arriva al 60%, settore su cui si sono concentrate le analisi dell'Osservatorio mettendo in evidenza come nel 2011 le operazioni di investimento in startup ICT in Italia siano state 44 per circa 27 milioni di euro. I primi nove mesi del 2012 hanno confermato questo trend: 29 operazioni per circa 20 milioni di euro. Quasi il 50% delle operazioni fatte sono relative al comparto Mobile, con 20 investimenti su 44 nel 2011 e 13 investimenti su 29 nei primi 9 mesi del 2012, un mercato nel quale l'Italia ricopre una posizione di leadership a livello internazionale con una penetrazione degli smartphone e della banda larga mobile molto elevata.

Il comparto ICT, Mobile in particolare, rivela una dinamicità interessante e la presenza di alcuni casi virtuosi che stanno registrando una forte attenzione a livello internazionale. Le startup, infatti, contribuiscono alla crescita economica di un paese sia in maniera diretta sia attraverso l'innovazione con la quale contribuiscono al miglioramento della produttività, dell'innovatività e della competitività delle imprese tradizionali, potenziandone le performance.



NOI E GLI ALTRI

Gli investimenti



ITALIA

106

Le start up che nel 2011 hanno ricevuto finanziamenti da investitori istituzionali, per un totale di 82 milioni di euro



FRANCIA

371

Le start up finanziate nel 2011 da investitori istituzionali, per un totale di 597 milioni di euro



GERMANIA

544

Le start up che nel 2011 hanno ricevuto finanziamenti da investitori istituzionali, per un totale di 431 milioni di euro



REGNO UNITO

405

Le start up finanziate nel 2011 da investitori istituzionali, per un totale di 430 milioni di euro

“Ma per riuscire ad avviare il nostro paese inziale nella direzione giusta, occorre creare un ecosistema in grado di generare un circolo virtuoso tra le sue diverse componenti: sistema formativo/universitario, sistema di comunicazione/media, sistema finanziario, sistema politico – ha affermato Andrea Rangone, Coordinatore degli Osservatori della School of Management del Politecnico di Milano. - Intanto, senza pretendere di fornire soluzioni semplici a problemi complessi, penso si possa cominciare dalla creazione di distretti di startup, cioè concentrazioni territoriali di nuove imprese che consentano di creare quelle dinamiche di cross-fertilizzazione, contaminazione culturale e scambio di conoscenze che sono state alla base del successo dei nostri distretti industriali e, quindi, del nostro boom economico del secolo scorso”.

L'Osservatorio sulle startup del Politecnico di Milano, in base a una critica trasposizione di alcune ricerche internazionali, ha così stimato che se venissero immessi nelle nuove imprese 300 milioni di euro per *investment seed* si potrebbe avere, entro un decennio, un impatto sul PIL di circa 3 miliardi di euro, pari allo 0,2% circa.

Nel quadro di Ict e Mobile dunque si affermano le startup italiane che potrebbero rilanciare il paese.

SOCIAL NETWORK

Pagare con un tweet per i beni di largo consumo

di Anna Giannetti

Il primo è stato **Kellog's**, che ha inaugurato a Londra nel settembre scorso un *temporary shop* dove si poteva ottenere una piccola confezione – assaggio dei loro prodotti pagando con un tweet sul noto social network. Un'idea geniale che ha consentito di creare un imponente *word-of-mouth* (WOM, il nostrano "passaparola") su un nuovo prodotto, gli *Special K Cracker Crisps*, il primo snack salato del leader mondiale nei cereali per la prima colazione. In un mercato intensamente affollato di *competitor*, e spesso messo sotto accusa dai salutisti, ottenere il consenso dei consumatori e convogliare commenti positivi verso il proprio brand è diventato un valore molto importante per un'azienda.

Il successo dell'operazione realizzata da Kellog's ha aperto un nuovo filone di strumenti di interazione con il pubblico, per i quali la valutazione sulla replicabilità di questa esperienza si basa anche sull'analisi dei costi. Lo *store* di Kellog's ha impiegato un team di hostess addette al controllo dei tweet e alla distribuzione degli snack: un costo non indifferente se commisurato al numero di persone



con cui si è entrati in contatto, e quindi è stata un'esperienza difficilmente estensibile su larga scala.

Ma il tweet, si è osservato, funziona molto bene in termini di pubblicità, e l'interesse delle aziende ha stimolato la fantasia di alcuni designer svedesi dell'Umeå Institute of Design, che si sono ispirati alle macchine automatiche di distribuzione (che funzionano inserendo una moneta o un gettone) per ideare la Uid Cookie Box. Essa è una "scatola magica", che fa uscire un dolcetto da un'apposita fessura alla ricezione di un tweet con l'hashtag indicato dal produttore. Il funzionamento per il "cliente" è semplice: egli pubblica un tweet, e quando questo compare sullo schermo dello smartphone (tenuto vicino alla "scatola"), visualizzato sulla pagina di twitter, la Cookie Box si illumina ed attiva il meccanismo che mette a disposizione il dolcetto o qualsiasi altro campione di prodotto che si vuole distribuire.

Anche se è stata progettata per piccoli dolci, la Cookie Box può diventare un ottimo strumento per distribuire altri prodotti, non solo alimentari, quali campioni di profumi o detergenti, gadget, oggetti di cancelleria. Con essa, qualsiasi azienda può sfruttare l'opportunità di accedere alla potenza comunicativa di twitter a costi accettabili.



CULTURA

La storia delle tlc è on line con Telecom Italia

di Anna Giannetti

Ci sono aziende che fanno parte della Storia dell'Italia, che sono state protagoniste della sua modernizzazione e crescita e che oggi, nonostante sembrano rivestire un ruolo meno importante, sono ancora il fulcro del sistema produttivo nazionale. E' il caso di Telecom Italia, che porta dentro di sé l'immenso patrimonio tecnologico e culturale della nascita e dello sviluppo delle telecomunicazioni nel nostro Paese. Un patrimonio che spesso non si conosce, se non si è esperti del settore, e che è importante divulgare per istruire le nuove generazioni e per informare tutti i cittadini.

E' in base a queste motivazioni che riteniamo molto utile l'iniziativa di Telecom Italia, che ha reso disponibile il nuovo portale web dell'Archivio Storico aziendale, nato nel 1998, che racchiude in sé tutta la storia delle telecomunicazioni in Italia. Il portale è consultabile all'indirizzo:

<http://archivistorico.telecomitalia.com> e costituisce uno dei più vasti e completi archivi d'impresa a livello europeo. Esso è l'estensione dell'Archivio Sip, che vide la luce nel 1992 e di cui fu subito riconosciuta l'eccellenza, venendo riconosciuto nello stesso anno quale archivio di "notevole interesse



storico" dalla Soprintendenza per i Beni Archivistici.

L'iniziativa porta il marchio della Fondazione Telecom Italia e già alla presentazione che si è tenuta negli scorsi giorni a Torino vanta contenuti di sicu-

(Continua a pagina 8)



Telefoniste Stipel, anni 30

La storia delle tlc è on line con Tele-

(Continua da pagina 7)

ro interesse: 220 percorsi testuali, 1000 immagini, 200 documenti storici in pdf e 43 videoclip. Dati ad oggi, perché questi costituiscono solo una piccola frazione dell'immenso repository di documenti che racchiude la storia delle aziende che, dagli albori del primo Novecento, nel tempo sono confluite in quella che oggi è Telecom Italia.

Infatti, l'intero Archivio è infinitamente più ampio: il patrimonio iconografico è costituito di oltre 64 mila immagini, tra stampe fotografiche, diapositive, positivi e negativi provenienti dagli archivi aziendali dei gruppi Sip e Stet; imponente anche il patrimonio audiovisivo, che ammonta a circa 2.500 filmati e video di varia natura: pubblicità, documentazione di eventi, materiali per la formazione del personale. L'archivio segue due principali filoni: una sezione ripercorre la storia delle tlc riportando, in forma integrale o in stralci docu-

menti cartacei e fotografici, pubblicità, newsletter aziendali. L'intera memoria aziendale, che comprende il Gruppo elettrico Sip, il Gruppo telefonico Stet-Sip, i fondi personali di ex dirigenti e dipendenti e che di recente ha acquisito l'Archivio Italcable, al quale si aggiunge ora (è in corso di deposito) l'Archivio dell'Azienda telefonica di Stato (Asst); custodita nell'Archivio, sarà in futuro resa disponibile nel portale.

Un secondo settore, "**L'Italia al telefono**", è dedicato all'impatto che le telecomunicazioni hanno avuto sulla società italiana: tecnologie, vita di relazione, costumi, grandi eventi e vita quotidiana; un impatto che si rivela nel cinema e nella letteratura, ma anche nella comunicazione interna ed esterna aziendale, ad esempio nella pubblicità.

Un Archivio importante per chi vuole conoscere ed approfondire la Storia della modernizzazione italiana, riconoscendo il valore delle sue imprese migliori.



In centrale, anni 30

SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it
Anna Giannetti
a.giannetti@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:

Matteo Di Pumpo
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma

