

M PROFESSIONI

STUDENTI & IMPRENDITORI CRESCONO LE INIZIATIVE DELLE UNIVERSITÀ A FAVORE DELLE START UP

L'incubatore accademico che alleva i neocapitalisti

Da Global social a Techgarage, a PniCube. Ma poche aziende-pulcino diventano grandi

L'ultimo premio per giovani inventori di aziende viene da Berkeley. L'università di California ha esportato in Italia la sua Global social venture competition, gara per nuove idee imprenditoriali a scopo sociale. Entro il 30 ottobre laureandi e neolaureati potranno inviare il proprio business plan ad Altis, l'alta scuola di management dell'università Cattolica, che gestirà l'iniziativa in collaborazione con la fondazione Operandi della British american tobacco e la fondazione Politecnico di Milano.

L'obiettivo è sviluppare cultura d'impresa anche in ambito sociale e far incontrare aziende in fase di start up, neonate o già attive e considerate ad alto potenziale, con possibili investitori. Ma il Global social venture (Gsvc) non è l'unico progetto che si propone di mettere insieme capitali e buone idee, alla ricerca di campioni italiani alla Larry Page e Sergey Brin, gli inventori di Google: le iniziative in questo campo sul fronte universitario, infatti, si moltiplicano. A metà ottobre allo Smau, il salone milanese dell'information technology, la Luiss-Guido Carli porterà una decina di nuove imprese nel digital e nel web. Insieme con Dpixel (fondo d'investimento per aziende in erba), l'università della Confindustria ha infatti lanciato Techgarage, specie di salone del venture capital e dei business angel, che a giugno aveva già presentato un gruppo di giovani imprese innovative. Alla seconda edizione, nel 2009,

il focus sarà sulle biotecnologie. «Eventi come questi, promossi dalle università in partnership con soggetti esterni legati al mercato, sono snelle, veloci, flessibili e hanno obiettivi molto chiari», dice Michele Costabile, uno dei promotori di Techgarage, docente di marketing alla Luiss e in Sda Bocconi. «Da un lato stimolare i talenti imprenditoriali, dall'altro mettere in connessione gli attori che servono a realizzare un progetto, coinvolgendo anche la media impresa che soffre spesso di scarsa capacità recettiva nei confronti di talenti e innovazione». La costruzione del network è un punto cruciale anche per Mario Molteni, direttore di Altis: «Il premio in denaro dell'edizione italiana di Gsvc è simbolico: 10 mila euro, 25 mila nella finalissima americana. Ciò che conta è la rete di contatti e relazioni che si riescono a creare». In giuria ci saranno infatti anche due società di venture capital, la Cohen capital partners e Innogest capital.

BUSINESS PLAN IN FINALE

Il 27 novembre, tenuto quest'anno dalla fondazione Politecnico di Milano, si terrà poi il Premio nazionale per l'innovazione (Pni), la finalissima delle Start up, le business plan competition organizzate in ambito universitario, con il supporto di enti e fondazioni locali, che si stanno disputando proprio in questi giorni. Cinque le gare nella prima edizione del 2003, 17 quest'anno (Puglia, Sardegna e Reggio Ca-

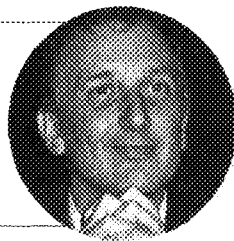
labria-Messina insieme come ultime new entry) con circa 40 università coinvolte. I primi classificati di ogni gara partecipano alla finale (primo premio: 60 mila euro messi in palio per il secondo anno consecutivo da Vodafone) ed entreranno nell'incubatore (acceleratore d'impresa che offre spazi, strumenti e servizi condivisi) delle università. Seguiranno passo passo le neonate aziende nei primi tre anni di vita.

Secondo Fabrizio Bugamelli, coordinatore di PniCube, l'associazione delle business plan competition e degli incubatori universitari, «le start up sono il principale canale per individuare i nuovi progetti di ricerca e per aiutare gli studenti e i ricercatori a dare forma all'idea». L'università aiuta a stendere un piano nei sei mesi di durata della start up, il passo successivo è l'incubatore. Ma che cosa succede dopo? Quante imprese sopravvivono, quante decollano, quante chiudono i battenti? Una ricerca che il PniCube ha in corso mostra che il tasso di sopravvivenza è elevato ma che solo 14 delle 285 aziende tecnologiche generate negli incubatori accademici dal 2000 a oggi hanno superato il milione di euro di fatturato nel 2007. Restano casi isolati quelli di aziende che crescono molto, come Neptun, società di software nata nell'acceleratore d'impresa del Politecnico di Milano, 80 dipendenti e 6 milioni di euro di fatturato nel 2007, vincitrice del premio Start up (altro premio organizzato da PniCube e rivolto ad aziende già sul

MARIO MOLTENI
Direttore di Altis,
alta scuola
dell'università
Cattolica di Milano



MICHELE COSTABILE
Docente di
marketing alla
Luiss e promotore
di Techgarage



FABRIZIO BUGAMELLI
Coordinatore
degli incubatori
universitari riuniti
in PniCube



mercato) dell'anno 2007. Oppure come Beyond trust, che sviluppa sistemi per la gestione della sicurezza informatica nelle grandi imprese, incubato nell'acceleratore del Politecnico di Torino, con un forte mercato negli Stati Uniti e circa 3 milioni di euro di fatturato.

PICCOLO NON È BELLO

La maggior parte delle start up incubate ha invece un giro d'affari tra 200 mila e 1 milione di euro, dimensione poco attrattiva per i grossi investitori. «I soldi ci sono ma le giovani aziende tecnologiche devono essere più ambiziose e avere un respiro più internazionale», dice Marco Cantamessa, presidente di i3p, l'incubatore del Politecnico di Torino, che oggi raggruppa 45 aziende con 25 milioni di fatturato aggregato (solo le prime 16 raggiungono però insieme 20 milioni di euro). Electro power systems, per esempio, che sviluppa gruppi di continuità energetica, incubata a Torino e vincitrice del Pni nel 2005, ha conquistato l'anno scorso 5 milioni di euro dal venture capital 360 Capital partner.

Ma si tratta ancora di casi isolati. Possono crescere rapidamente, dicono gli esperti, solo le aziende che sanno osare, che aprono uffici commerciali all'estero e che continuano a investire in ricerca e prodotto e non si limitano a sopravvivere. «Il fatto che negli incubatori accademici la mortalità sia bassissima non è un buon segno. Le aziende nane non aiutano lo sviluppo del Paese», dice **Giampio Bracchi**, presidente della fondazione Politecnico di Milano. Che ai vincitori del Pni darà la possibilità di partecipare alle iniziative di Partnership for growth, programma promosso dall'ambasciatore Usa in Italia, **Ronald Spogli**, ex venture capitalist, per far conoscere ai giovani la cultura imprenditoriale della Silicon Valley. *Gaia Fierler*

MARCO CANTAMESSA
Presidente di i3p,
l'incubatore
del Politecnico
di Torino

