

L'ANALISI

VIVA LE STARTUP AL SERVIZIO DEL MADE IN ITALY

RICCARDO LUNA

VENTUREBEAT è il più importante blog del mondo per gli investitori in startup, i venture capitalist, e non parla praticamente mai di quel che accade in Italia. Non è cattiveria. Per anni siamo rimasti fuori dal radar internazionale per manifesta irrilevanza. Ma l'8 giugno scorso qualcosa è cambiato: è apparso un post con l'immagine di una invitante pizza ai funghi e il titolo che diceva più o meno "Dimenticate la pasta e la pizza, l'Italia offre un sacco di opportunità per chi vuole investire in startup". Lo firmava Massimiliano Magrini che dopo essere stato il primo manager di Google in Italia si è messo a fare l'investitore e oggi guida uno dei fondi più rilevanti, United Ventures. La tesi di Magrini era molto netta: l'Italia è cambiata, la legislazione sulle startup è cambiata, meno vincoli e più incentivi, e in giro ci sono tanti talenti, tante nuove imprese e pochi venture capitalist. Ergo, venite e investite. Era un modo per attrarre capitali stranieri e comunque era un bello spot per il nostro paese, con qualche fondamento. Le cose in Italia sono davvero cambiate parecchio nel giro di appena due anni, da quando il governo Monti varò una task force sulle startup. Evviva?

Qualche giorno dopo, sempre su Venturebeat, è arrivata la risposta di uno startupper italiano di successo, Armando Biondi, cofondatore di AdEspresso, una piattaforma di servizi digitali guidata da italiani di stanza in Silicon Valley. Sotto la foto, mesta, di un tricolore che sventola stanco sul balcone di un edificio decrepito, il titolo diceva tutto: "Scusate, ma l'Italia non è il paradiso delle startup". Forte delle due startup create e della decina in cui ha investito, Biondi faceva un quadro impietoso delle carenze di preparazione degli startupper nostrani, l'assenza di visione e coraggio degli investitori, e della burocrazia che farebbe dell'Italia il paese meno "business friendly" del mondo.

Dove sta la verità? In questi casi si dice nel mezzo e di solito non si sbaglia. In questi anni della scena startup italiana sono stato un testimone privilegiato. Ho assistito alle prime riunioni semiclandestine in cui ragazzini emozionati presentavano la loro idea rivoluzionaria in 10 slides e 3 minuti a una platea di potenziali investitori per racimolare i primi 20 mila euro per partire. Ho visto gli eventi moltiplicarsi e riempire i teatri come accade solo quando diventi di moda. Ho sentito mille volte ripetere con enfasi lo slogan del rettore di Harvard del film su Facebook "qui gli studenti non vengono a cercare il lavoro, ma per inventarlo". E per un certo periodo mi sono convinto di quello che mi diceva Gianluca Dettori un ex startupper di successo diventato investitore: "Le startup sono il nuovo rock 'n roll". Oh yeah.



La politica questa cosa qui l'ha annusata e in un certo senso l'ha capita. Ha provato a cavalcarla. La parola "startup" è entrata nei comizi e davvero la legislazione è cambiata: oggi aprire una startup in Italia è meno "folle" di qualche anno fa. Ed è vero che il talento degli ingegneri informatici italiani è indiscusso, i loro stipendi bassi e ciò ha consentito i (pochi) successi globali che possiamo vantare finora. Eppure qualcosa non va. E prima ce lo diciamo e meglio è, perché altrimenti fra qualche anno, o qualche mese, dovremo gestire la delusione di tutti quelli che un lavoro hanno provato a inventarselo davvero, hanno sognato di diventare ricchi e hanno perso tutto.

Partiamo dai numeri. Secondo l'ultimo aggiornamento del Registro del ministero dello Sviluppo Economico in Italia ci sono 2500 startup innovative. Sono poche? Sono tantissime, anche rispetto alla Silicon Valley, ma poche, pochissime di qualità: una su cento, supera il "muretto" del milione di euro di fatturato (mentre le startup di successo si misurano sul miliardo di dollari di fatturato). Perché? Perché non siamo ancora diventati un vero ecosistema. Perché i 30 incubatori certificati, con qualche eccezione, devono crescere e parecchio come qualità. Perché gli acceleratori – che sono scuole brevi per startupper – in genere non ti accelerano davvero – ovvero non ti formano alla lotta per conquistare i mercati mondiali –; e soprattutto non ti fermano subito se la tua idea vale poco – e spesso vale poco. E perché in definitiva forse dovremmo riconsiderare il nostro ruolo nello scenario mondiale delle startup, trovare una nostra identità. Siamo sicuri di voler rifare Facebook, Twitter e Google da qui? Non è impossibile, qualche ottima startup italiana c'è nel mondo del web e delle app (penso a TokTv e MusiXmatch per esempio). Ma è dura. Invece il design, il cibo, i beni culturali sono settori in cui l'Italia ha una storia riconosciuta, e che hanno un dannato bisogno di innovazione per restare competitivi. Che fare? Potremmo favorire la nascita di startup tecnologiche al servizio di un nuovo Made in Italy.

Forse è questa la strada per far sì che quest'onda bellissima di giovani portatori di futuro diventi un pezzo del nostro prodotto interno lordo e crei nuova occupazione e ricchezza per tutti.