



Creare una start-up web in Italia in dieci passi: il caso PassPack Come trovare gli ingredienti per farcela nel mondo 2.0.

di Tara Kelly

Una favola americana, *The Little Engine That Could*, narra di un trenino che deve portare un grosso carico su per una collina ripidissima. Un'impresa impossibile, dicono tutti. Ma il trenino aggancia lo stesso il carico e sale incitandosi per tutto il tempo: "ce-la-fac-cio—ce-la-fac-cio." E infine, ce la fa. Sulla discesa si ripete felicemente "lo-sa-pe-vo—lo-sa-pe-vo." Io sono americana, vivo a Roma da 12 anni, ed ho fondato una startup web: Passpack. Non so quante volte mi hanno chiesto: "Come hai fatto? In Italia poi!" Intanto non è che ho fatto, sto facendo, anzi stiamo facendo. Con il mio co-fondatore, abbiamo già trasformato Passpack da un'idea in un prodotto e in un'azienda che dovrà ancora pedalare molto prima del gran finale. Vorrei tanto dire che basta dotarsi della buona volontà del trenino per farcela. Non è così. L'ottimismo è necessario, ma la ricetta completa prevede anche denaro (molto), energia (perpetua), contatti (una rete viva), fortuna (un pizzico) e... l'idea (fondamentale). Ecco quindi i dieci passi concreti per chi di voi se la sentisse di provarci.

1. Farsi un'idea

Tutte le startup nascono da un'idea, una sola. Se ne avete dieci, scartatene nove. Quella migliore è generalmente la più semplice. Deve essere innovativa perché altrimenti ci staranno già pensando in molti. Soprattutto deve essere la soluzione di un vostro problema. Il caso Passpack è emblematico. In viaggio, avevamo bisogno delle nostre password e abbiamo pensato che dovevamo accederle da internet. Esigenza condivisibile da tanti e che richiedeva innovazione tecnologica per essere messa in atto. Idea semplice e innovativa: fatto!

2. Raccontarla ai quattro venti

Fatta l'idea, raccontatela a tutti. Più ne parlate, più l'idea diventerà incontestabilmente vostra. Se starete zitti, diventerà probabilmente proprietà di un vostro competitore. Raccontarla avvierà anche la costruzione di quella rete di contatti che sarà vitale a venire. Troverete anche chi penserà che sia un'idea pessima. Ottimo! Bisogna trasformare le opinioni negative in informazioni utili per fronteggiare le future obiezioni degli investitori, in ordine, e a raffica: Che cos'è? A chi serve? Se è una così buona idea, perché nessun altro l'ha avuta? Raffinando le risposte, la vostra idea si trasformerà in una vision. Godetevela. E soprattutto, raccontatela.

3. Passare dalle parole ai fatti

Avete la visione? Ora create il prodotto. Fate leva sulla vostra rete e costruite un team agile di due-tre persone che renda l'idea una realtà. Congratulazioni, state diventando dei founder.

4. Piccola esplorazione del mercato

Prendete il neonato prodotto e lanciatelo, senza aspettate che sia perfetto. Quale modo migliore per assicurarsi che sia quello che vuole il mercato che non farlo evolvere insieme al mercato stesso? E' fondamentale quindi che il mercato sappia di voi. Per fortuna, è facile trovare eventi per il lancio. Passpack è stata lanciata a LeWeb3 a Parigi. Altri eventi sono DEMO, Web 2.0 Conference, The Crunchies o Library House.

5. Pianificare, pianificare, pianificare

Mentre il prodotto evolve, cominciate a stendere un business plan, oggetto di incalcolabile importanza per voi e la vostra idea. Dovrete definire i passi da compiere per trasformare il prodotto in azienda. Scrivendolo, conoscerete meglio la dimensione del mercato, il profilo dei futuri clienti e il valore della vostra azienda da qui a 3-5 anni. Gli investitori vogliono vedere in voi la conoscenza che ne ha accompagnato la stesura. E' la conoscenza del mercato (e la convinzione assoluta di farcela) che cercano.



6. Angeli, enti e altri essere terreni

Ecco che siamo arrivati al dunque: i fondi. Ci sono? Certo. Passpack ha ricevuto due infusioni di capitali: la prima più contenuta da amici che hanno creduto in noi, i cosiddetti friends & family; la seconda più sostanziosa da parte di investitori professionisti, detti angels. Ma chi sono questi angeli? Qui un paio di nomi importanti sulla scena italiana: Italian Business Angels Network e Italian Angels for Growth. Due grossi gruppi di investitori in attesa della next big thing. Meglio arrivarci tramite qualcuno che vi introduca come persone serie e affidabili. Non trascurate anche canali formali come Sviluppo Italia (oggi Invitalia) e BIC (soprattutto quelli regionali come BIC Lazio, FILAS, etc.). Magari posso fare da ponte (come è successo a Passpack).

7. Ci vogliono soldi per fare i soldi

La ricerca dei fondi è stremante. Dovrete viaggiare fra città e città e preparare le presentazioni (spesso in inglese) e i financials. Se non sapete come fare, fatevi aiutare da qualcuno che lo sa. Non sottovalutate i costi del fundraising. Tempo e denaro voleranno dalla finestra. E' qui che subentra spesso il finanziamento friends & family. Ma attenzione a chiedere una mano solo a chi può senza rischiare troppo. In cambio darete loro una piccola fetta (attenzione, in tutto mai più del 5-10%).

8. Ci sposiamo?

Vi siete finalmente trovati. Voi siete i fondatori con il prodotto. Loro sono gli investitori con i soldi. Avete bisogno gli uni degli altri. Ma prima di entrare in società, vorranno sapere tutto, ma proprio tutto, ed è giusto che sia così. La due diligence è una fase delicata. Dovrete chiudere i rapporti con qualsiasi altro investitore interessato per permettere ai vostri di sondare il business nel profondo. Reggetevi forte, e siate onesti. Alla fine, se passerete la prova, scatterà la negoziazione. Una tortura, ma se andrà bene, avrete un importante alleato al vostro fianco.

8. Alleluia, i fondi!

In Italia l'investimento privato è spinoso da gestire per una startup. Un commercialista specializzato sarà il vostro miglior consigliere. Servirà anche un buon notaio. Ma poi archiviate le scartoffie - si parte! Non c'è tempo da perdere, avete un'azienda da far crescere. Per capirci, in solo quattro mesi dal funding, Passpack è passata da impresa casalinga con solo i due soci fondatori, ad un'azienda con dieci dipendenti, sedi a Roma e Bologna e una rappresentanza a San Francisco. Quattro mesi!! Se non avete esperienza di gestione dei dipendenti, fatevi affiancare. Per i contatti sul suolo estero, iscrivetevi a network dedicati (come BAIA).

9. Si ricomincia: i fondi Venture Capital

State mettendo in atto quel piano che tanto vi è costato creare. Siete alla conquista del mercato, vi difendete dai competitori, il personale cresce e il prodotto decolla. Ma serviranno altri fondi a brevissimo o imploderà tutto sul più bello. Entrano in scena i venture capitalist. Alcuni fondi venture in Italia sono 360 Capital Partners, Meta Group e Innogest. Si parlerà di tanti soldi. Ma prima di farvi abbagliare da tutti quegli zero, riflettete. Siete stati fedeli alla vostra idea? Se siete fuori rotta, dovrete raddrizzarla ora. I venture cambieranno l'assetto dell'azienda, dopo non vi sarà più possibile agire con agilità.

10. This way out

Perché avete fatto tutto questo? Soldi? Fama? Passione? Forse un po' di tutto. Ma gli investitori lo hanno fatto per avere un ritorno di almeno 10-15 volte rispetto all'investimento fatto. Sono due le opzioni di uscita: quotate la società in borsa oppure vendete ad un attore più grosso. In entrambi i casi, l'aumento del valore delle azioni darà a tutti i ritorni (si spera) attesi. E l'ottimismo che fine ha fatto? In ognuna di queste fasi vi troverete a pensare che se qualcuno vi avesse detto che avreste dovuto reggere questi ritmi avreste ringraziato e lasciato stare. Per sopravvivere, dovrete tenere altissimo il livello di ottimismo. Cominciamo da subito, ripetete con me: "ce-la-fac-cio—ce-la-fac-cio—ce-la-fac-cio—ce-la-fac-cio..."