ABSTRACT INTERVENTO del 29 Aprile
"Strumenti per un sano sviluppo delle buone idee: il Business Plan e il Crowdfunding"
Dott. DINO SALAMANNA

C'è un modo diverso di vedere le cose. Oggi, quando qualcuno decide di creare una nuova società, un servizio od un prodotto innovativo, ed entra a far parte dell'affollato mondo delle startup e delle microimprese, spesso si ritrova col desiderio di ripetere l'esperienza di alcune piccole startup che, in passato, sono riuscite ad ottenere valutazioni eccellenti ed ad attirare l'attenzione di grandi società, che le hanno poi acquistate, pagando cifre da capogiro. In altre parole, l'obiettivo è quello di diventare il nuovo Facebook, Skype o Instagram.

Sembra quasi che il tipo di prodotto o di servizio che sta per creare, quali problemi è in grado di risolvere e a chi è destinato, siano tutti aspetti che possono passare in secondo piano. L'obiettivo principale, dunque, sembra essere quello di creare una soluzione che possa produrre soldi, anche se ciò possa comportare l'essere acquisiti da altri.

Ma questa non è l'unica strada percorribile, perchè ci sono tante persone, invece, che hanno pochi sponsor, non partecipano a grandi eventi, non ricevono grandi appoggi esterni e si muovono e lavorano secondo una diversa visione di startup. Il loro obiettivo è quello di creare qualcosa di utile, non per venderlo agli altri, ma per il gusto di realizzare un servizio o un prodotto di qualità, che serva davvero alle persone e che sia anche sostenibile e vantaggioso sul piano economico.

In questi casi, l'interesse principale è quello di creare una risorsa nuova ed utile. Solo in un secondo tempo ci si preoccupa del lato economico e di come far fruttare la propria idea, perchè ciò può essere il giusto conseguente risultato di un certo modo di pensare e fare le cose.

Il vero obiettivo della StartUp, dunque, può essere quello di **creare un'attività in cui si crede davvero, per conservarne la gestione nel tempo**.

E' questo l'approccio giusto nell'avvio e nella creazione di una startup: si chiama "bootstrapping", e vuol dire lavorare per dare alle persone un servizio o un prodotto disponibile fin da subito per mantenere il pieno controllo dell'attività nel tempo, per gestirla in modo autonomo.

E' il modo giusto per creare imprese snelle ed efficienti che sono la prova vivente delle capacità di chi le ha create con le proprie forze e di quelle che hanno condiviso la Vision dell'idea.

E ci sono anche ottimi strumenti che aiutano il neo imprenditore a tracciare la

via giusta, senza perdere mai di vista l'obiettivo:
1) Il Business Model Canvas. E' un format grafico utile a raccogliere idee e progetti adatto a tutti, che descrive il modo in cui un'organizzazione crea, diffonde e raccoglie valore. È un linguaggio visuale: l'associazione di testo ed immagini stimola entrambi gli emisferi celebrali. La capacità di risolvere i problemi migliora anche del 75% mentre la memoria migliora del 600%. Il Business Model evidenzia bene le relazioni tra gli elementi, aiutando il gruppo a comprendere meglio le dinamiche della nuova impresa ed eventualmente a correggere il tiro su alcuni aspetti.
E' un metodo articolato in cinque fasi, attraverso le quali si completa la progettazione del Business Model. Tale metodo si integra con molte tecniche per l'innovazione: Customer Insights, Ideation, Visual Thinking, Prototyping, Storytelling, Scenarios, ma anche con molte tecniche e strumenti strategici: Blue Ocean Strategy, Analisi SWOT, Analisi delle forze economiche, Customer Development.

2) il Business Plan, o piano d'impresa. esso fornisce l'immagine dell'azienda, è lo specchio di ciò che l'impresa vuole essere e aiuta l'eventuale finanziatore a capire se il credito che viene chiesto potrà concorrere a produrre ricchezza e a permettere il ripagamento del debito contratto; aiuta qualsiasi altro destinatario a comprendere cosa si vuole fare, quali risultati si intendono conseguire. La relazione tra Business Plan e Business Model?
Il Business Plan descrive che cosa, quanto tempo e quanti soldi serviranno per mettere in pratica il Business Model.

La stessa Unione Europea ha tra i suoi obiettivi quello di diffondere l'uso del piano d'impresa come metodologia di analisi e di previsione.

Una buona struttura del business plan, che sia esaustivo, chiaro e dettagliato spesso diventa l'elemento decisivo per il successo dell'iniziativa.

Il business plan è il progetto che motiva, analizza, valuta e riassume l'attività che si desidera intraprendere o lo sviluppo che si vuole imprimere a un'attività già esistente. Il progetto, infatti, si costruisce quindi attraverso lo studio dell'attività imprenditoriale sotto il profilo strategico, organizzativo, commerciale, produttivo, legale, economico, finanziario e patrimoniale, proiettandone l'esame in un periodo temporale di 3-5 anni.

Esso è il modo più corretto di porsi di fronte a una nuova iniziativa perché può limitare il rischio imprenditoriale. E' uno strumento di lavoro prezioso che risponde a tanti interrogativi: chi si è? cosa si vuole fare? cosa si offre? a chi si mira? come farlo sapere? quali approcci usare? come organizzarsi? su chi appoggiarsi? quanto costa? quando i ritorni? quali i ritorni? perché si pensa di avere successo? quali precedenti esistono? cosa si vuole diventare? quali sono le condizioni sine qua non? cosa mi dà forza e mi convince?

Il cuore di un business plan è rappresentato proprio dalle risposte a questi interrogativi, senza cercare vie di fuga per mascherare mancanza di

consistenza.

Ma non sono gli unici strumenti per far decollare la propria idea: c'è anche un'importante leva finanziaria che può contribuire alla realizzazione di un'idea o di un progetto: il **crowdfunding**. Il termine crowdfunding indica il processo con cui più persone ("folla" o crowd) conferiscono somme di denaro (funding), anche di modesta entità, per finanziare un progetto imprenditoriale o iniziative di diverso genere utilizzando siti internet ("piattaforme" o "portali") ricevendo talvolta in cambio una ricompensa.

Ci sono vari **modelli di Crowdfunding**:
Donation-based: prevede che chi conferisce denaro alla campagna lo fa in termini di donazione pura, principalmente per cause di filantropia e sponsorizzazione, senza alcuna aspettativa di un ritorno finanziario di qualsiasi tipo, ed è a volte anche indicato come micro-mecenatismo;
Reward-based: prevede sempre e comunque delle ricompense – principalmente emozionali – a fronte dei contributi. Viene generalmente utilizzato dai proponenti per finanziare un progetto specifico e non un'attività continuativa;
Loan-based: ricalca lo schema classico dell'istituto giuridico, con il soggetto che conferisce denaro dietro aspettativa della restituzione della somma;
Equity-based: investimento azionario standard, dove un individuo riceve un ritorno economico in relazione e in funzione dell'operazione di finanziamento di una azienda mediante un suo contributo.

Ma esistono anche delle **piattaforme** che "raccolgono" le proposte e che danno diversi vantaggi:
Effetto marketplace: possibilità di trovare più opportunità in un unico luogo (virtuale) frequentato da utenti interessati a partecipare al crowdfunding;
Specializzazione: la diversificazione tematica di molte piattaforme consente di scegliere con cura il mercato – e il pubblico di riferimento – su cui calibrare e a cui offrire il proprio progetto;
Semplificazione burocratica: una campagna di crowdfunding rompe gli schemi tradizionali della dinamica;
Schematicità: generalmente si dispone di un format definito in base al quale presentare il proprio progetto.

Tali piattaforme si possono dividere in 4 tipologie:

a) Specializzate: ospitano progetti calibrati su specifici segmenti o industrie;
b) Per specifiche attività: in questo caso il limite è dettato dalla natura dei progetti (es. charity, creativi ecc.) senza distinzione ulteriore;
c) Generaliste: non hanno specifiche limitazioni e quindi accolgono progetti di qualsiasi tipo, dalle startup alla beneficenza, dai progetti artistici a quelli scientifici;
d) **Personalizzate**: creare una propria piattaforma relativamente alla attività da sostenere utilizzando il proprio sito internet. È una soluzione che può funzionare bene per soggetti già forti di una presenza rilevante

sul web, che possono contare su un massiccio flusso di utenti e su una buona capacità di comunicazione online.

Quali sono, infine, i vantaggi e i benefici del crowdfunding?

- Resilienza del sistema: alternativa alla concentrazione di potere che deriva dal sistema finanziario;
- Migliori tassi di mercato: prezzi di mercato e tassi di interesse reali, procurando, tra l'altro, continue opportunità di liquidità;
- Diversificazione del finanziamento: nuove opportunità di investimento a privati e investitori aziendali, nonché per i beneficiari dei finanziamenti la possibilità di diversificare le loro fonti di finanziamento;
- Stabilità finanziaria: possibilità di investire in progetti concreti che portino un ritorno tangibile agli investitori sulla base di parametri visibili;
- Canali di finanziamento alternativi: trendsetting per rendere visibili alcune priorità magari trascurate per l'allocazione di fondi pubblici.

ma anche...

- miglioramento della reputazione,
- test market sul campo,
- aggregazione di sostenitori,
- coinvolgimento attivo del pubblico,
- internazionalizzazione!

Dott. Dino SALAMANNA
dino.salamanna@gmail.com