LA FORMIDABILE ASCESA DELLE NUOVE IMPRESE IN ITALIA – SECONDA PARTE: ANALISI & SELEZIONE –

Molti di noi sono stati sollecitati a contribuire al lancio di imprese innovative, a supportare la diffusione di nuove tecnologie, oppure a sostenere in qualche modo nuove metodologie medicali o nuove modalità di utilizzo di internet per telecomunicazioni, acquisti, o iniziative benefiche. Quasi tutte appaiono caratterizzate da ottimi spunti, tecnologie rivoluzionarie, idee geniali, o meravigliose intuizioni. Come selezionare quelle con maggiori probabilità di successo?

LA DIFFERENZA TRA FARE INNOVAZIONE E FARE BUSINESS

Inutile precisare che solamente alcune di esse sono destinate ad avere effettivamente successo commerciale e un numero ancora minore di queste a reperire capitali e finanziamenti per poter sostenere i loro progetti. il lancio dì una nuova impresa non riesce a molti. Come mai? È un problema dovuto all'arretratezza del Paese in cui viviamo o ci sono altri più solidi motivi? La risposta nella maggioranza dei casi è: entrambe le ragioni. È vero che il mercato dei capitali in Italia ha pochi incentivi fiscali a sostenere delle startup e si scontra con un notorio eccesso di burocrazia, con la concorrenza sleale dello Stato medesimo e, in molti casi, con una mentalità da anni '70 e '80 dovuta -tra l'altro- al forte invecchiamento della popolazione. Ma è anche vero che c'è una differenza abissale tra la capacità di realizzare nuove tecnologie e nuove iniziative degne della massima attenzione internazionale e la capacità -invece- di fare business.

Molti inventori non sono affatto capaci di organizzare e gestire un'impresa, pur avendo

generato idee rivoluzionarie! Anzi: quasi mai il profilo psicologico dell'inventore coincide con quello dell'imprenditore. Quest'ultimo deve riuscire a poggiare le proprie iniziative su solide fondamenta, a scegliere collaboratori capaci e affidabili, validi partner di business e a reperire fornitori che credono profondamente in lui e nella sua capacità di concludere e restare al tempo stesso in piedi. Un'imprenditore deve poi essere sostanzialmente in grado di vendere agli altri la sua idea, i suoi prodotti e servizi e la sua immagine. Senza questa capacità di riuscire a vendere sé stesso, i suoi prodotti e la sua capacità di generare profitti, l'impresa che lui guida può soltanto finire a testa in giù.

IL PUNTO DI VISTA DI CHI INVESTE

Chi valuta se fornirgli capitali, lavoro, tempo e attenzione, deve tenere necessariamente conto di ciò, oppure deve riuscire a convincerlo a farsi affiancare da validissimi soci e partner di business, a concedere spazi decisionali a soggetti terzi e a capaci organizzatori. E anche qualora ciò fosse possibile, deve poter scorgere nell'impresa che nasce un piano organico sostenibile, un'analisi validissima del mercato che si intende aggredire, un'attenta valutazione delle risorse necessarie (umane e finanziarie), e della capacità di ottenerle o metterle a disposizione in tempi congrui con le esigenze dell'iniziativa. Oppure deve affidarsi a un validissimo advisor finanziario in grado di farlo per lui.

Normalmente la modalità naturale per compiere le valutazioni e i discernimenti sopra accennati è la disamina del Piano di Business. Il confronto che esso deve mostrare tra i risultati attesi per la futura impresa e gli scenari di mercato devono poter rassicurare. È anche questo il motivo per cui spesso chi investe nelle startup innovative deve potersi fidare quasi ad occhi chiusi dell'advisor finanziario che è capace dì portare a termine quelle verifiche. Ed è altresì il motivo per il quale normalmente ha senso che gli investitori vengano reperiti e convinti dal medesimo advisor, o intermediario finanziario, o anche coinvestitore, che deve rassicurare gli altri investitori sulla capacità dell'iniziativa di avere successo.

LE CARATTERISTICHE DEGLI "STARTUPPER"

Si dice che il denaro, per quanto valida possa essere l'iniziativa imprenditoriale, lo si dà alle persone, non all'azienda. Bisogna che qualcuna di esse riesca ad esprimere autorevolezza e affidabilità. E bisogna che al tempo stesso mostri capacità dì fare business. Attenzione: non dì fare profitti (subito) o anche solo margini operativi. Questi verranno a

tempo debito e se li si cerca troppo presto molto probabilmente si sta rischiando dì azzoppare l'iniziativa. Ma dì fare business, cioè in ogni istante che passa bisogna riuscire a dimostrare che si sta creando valore.

Quella dì creare valore è una capacità che hanno pochi grandi organizzatori, gestori, capitàni d'impresa capacità di tenere la bussola e saper navigare sopra le ondate delle difficoltà operative e dì andare oltre gli errori commessi. Da chiunque. La capacità dì mantenere il sorriso, l'armonia e la motivazione dì tutti coloro che sono coinvolti è sì rara, ma deve anche accompagnarsi ad una buona dose di realismo nel giudicare gli ostacoli e le possibilità. Quando ciò accade -spesso ad opera dì un "team" e non di una sola persona, allora l'impresa compie effettivi passi in avanti.

Allora gli investitori sono contenti e possono anche accettare i rischi che -immancabilmente- sono in agguato a prescindere da tutto il resto. Le startup (anche quelle più valide) sono caratterizzate da una forte rischiosità intrinseca e ineluttabile, oltre che dalla capacità di generare rapidamente valore (quelle che lo sono davvero). Chi investe deve potersi aspettare grandi risultati (altrimenti -letteralmente- la spesa non vale l'impresa) ma deve accettare al tempo stesso grandi rischi. Che ovviamente sarebbe bene elencare pedissequamente nel prospetto informativo onde evitare di ricevere dagli investitori facili accuse di raggiro.

Stefano di Tommaso