

# Fare impresa resta un'impresa

**L**e normative adottate dal 2012 in avanti costituiscono un incentivo importante a lanciare nuove imprese, considerate per altro le difficoltà occupazionali che persistono nel nostro Paese. Tuttavia le difficoltà del fare impresa in Italia non possono risparmiarsi i nuovi imprenditori.

«Dopo il decreto legge n. 179/2012, convertito nella legge n. 221/2012, ci sono stati nuovi interventi normativi per identificare le imprese che possono rientrare nella qualifica di start-up innovative», ricorda **Giovanna Bagnardi**, partner dello studio De Berti Jaechia Franchini Forlani. Per Bagnardi di questo non significa che è diventato automaticamente più facile costituire una start-up, ma di certo è stata ampliata il bacino delle società che possono beneficiare della normativa di favore. «Tra le facilitazioni introdotte, va menzionato l'abbandono degli oneri per l'avvio dell'impresa, con l'esenzione dal pagamento dell'imposta da bollo e dei diritti di segreteria dovuti per gli adempimenti relativi all'iscrizione al Registro delle imprese, nonché dal pagamento del diritto annuale dovuto in favore delle Camere di commercio». Inoltre sono previste agevolazioni fiscali per i soggetti che investono nelle start-up, dato che fino al 2016 «dall'imposta lorda sul reddito delle persone fisiche viene detratto un importo pari al 19% della somma investita dal contribuente nel capitale sociale di una o più start-up innovative direttamente ovvero per il tramite di organismi di investimento collettivo del risparmio che investono prevalentemente in start-up innovative». Senza dimenticare che la start-up innovativa può assumere personale con contratti a tempo determinato della durata minima di sei mesi e massima di 36. «All'interno di questo ambito temporale, i contratti possono essere anche di breve durata e rinnovati più volte».

Per **Andrea Rangone**, direttore degli Osservatori Digital Innovation del Politecnico di Milano, la legislazione degli ultimi anni ha prodotto benefici in due ambiti: «Innanzitutto di immagine: da quando la po-

## Principali difficoltà incontrate all'avvio dell'attività

(valori espressi in %. Possibili più risposte)



Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior

## Fondamentale trovare chi ci creda

**Bauzaar** è un servizio di e-commerce specializzato in alimenti e accessori di alta qualità per cani e gatti. Dell'iniziativa e delle prospettive delle start-up in Italia abbiamo parlato con **Domenico Gimeli**, cfo & co-founder della società. **Domanda** Quali sono risorse dell'azienda? **Risposta.** Siamo in nove: i due fondatori e sette dipendenti, dedicati soprattutto allo sviluppo tecnologico e al digital marketing. Il primo round di investimento è partito dalla partecipazione a un evento, lo «Storming Pizza». Sei mesi dopo aver presentato il progetto, gli acceleratori H-Farm e Boox hanno deciso di investire e supportare il nostro percorso di crescita. A un anno di distanza, nel 2014, abbiamo raccolto un secondo round dall'operatore di venture capital P101 (che ha

investito anche in società come Cortilia, musiXmatch e Waynaut) e Club Italia Investimenti 2, oltre che dai precedenti investitori. **D.** Come si è chiuso il primo bilancio? **R.** Nel 2014 abbiamo fatturato circa 600 mila euro e per l'anno in corso contiamo di arrivare a un milione. **D.** A sentire la sua storia sembra che non sia poi così difficile trovare fondi e stare sul mercato. E così? **R.** Fare azienda è difficile. È dura avere un'idea, implementarla e coordinare persone e risorse finanziarie per stare in piedi. Come tutte le cose complicate, è fonte di estreme soddisfazioni e di delusioni: non ci dormi più la notte, la tua vita personale e le relazioni non sono più le stesse.

litica si è interessata, si sono accessi i riflettori di media, imprenditori, studenti e docenti sul mondo start-up, dopo un oblio di anni», spiega. «Va poi considerato il valore reale di sostegno alla nuova impresa, riducendo i costi di avvio, agevolando il lavoro, consentendo lo scudo fiscale. Resta però la difficoltà generale del «fare impresa» in Italia, legata ai tempi di autorizzazioni, il regime fiscale e contabile troppo ostile, la burocrazia complicata. Rangone auspica una riforma complessiva dello Stato perché risultati più attenti all'imprenditorialità: «Chi decide di creare start-up a Londra o Berlino, non guarda solo le agevolazioni, ma il contesto diverso nel fare impresa che trova in questi Paesi». Sul versante finanziario, è necessario un intervento pubblico, «per esempio della Cdp, in modo da catalizzare importanti investimenti privati», conclude.

**Enrico Gasperini**, fondatore e ceo di Digital Magics (venture incubator certificato di start-up innovative digitali), sottolinea che le norme degli ultimi anni rendono più agevole il lancio di una start-up: «Stiamo mettendo le basi per creare l'ecosistema del venture capital e delle start-up in Italia, per far sì che queste neo-imprese entrino nel tessuto economico del nostro Paese, diventando protagoniste, ritagliandosi una parte importante dei mercati in cui operano e stringendo partnership con imprese italiane e internazionali». I settori digitali più interessanti a livello mondiale, sottolinea l'esperto, sono fin-tech, travel-tech, i servizi di cloud computing per le aziende, media e advertising online, nonché l'e-commerce. «Un'idea può funzionare se ha un modello di business originale e scalabile, che può essere replicato e applicato, con semplicità e successo, anche a livello europeo e internazionale», ricorda Gasperini. «Ci sono anche alcune start-up che operano a livello locale e che vanno a colmare un vuoto, un gap che gli operatori industriali non riescono a riempire o a cui non avevano pensato. Le cosiddette nicchie di mercato che grazie alle enormi potenzialità del digitale possono rivelarsi molto interessanti».

## L'importante è distinguersi

**Caffeina** è specializzata in progetti che supportano brand e aziende nel percorso di digital transformation. In poco più di tre anni dalla nascita, l'azienda ha raddoppiato l'organico portandolo a 20 unità. **Tiziano Tassi**, fondatore e managing director spiega le ragioni del successo. **Domanda.** In un mercato molto affollato come quello del digitale, quali sono le carte vincenti? **Risposta.** Per quanto ci riguarda il tratto distintivo è nella volontà di unire in una sola realtà competenze di marketing, tecnologia e design. Il 2014 si è chiuso con un giro d'affari compreso tra 750 mila e 800 mila euro e un utile intorno a quo-

ta 100 mila. Risorse che, come già accaduto in passato, saranno interamente reinvestite nella società, a cominciare dal personale: stiamo di arrivare presto a 30 persone in organico. **D.** A suo avviso oggi è più facile che in passato lanciare una nuova iniziativa imprenditoriale? **R.** Sicuramente è più facile provarci, visto il fiorire di un ecosistema positivo a supporto di chi ci vuole provare. La vera sfida però, non è partire, ma proseguire nel proprio percorso e crescere. E come accendere un fuoco: non è facile dar vita alla fiamma, ma occorre costanza anche dopo per alimentarla.

## Pubblico e privato fanno squadra

A fine 2014 ha preso il via **Mathesia**, la prima piattaforma di crowdsourcing che permette di far incontrare esperti in matematica e imprese che vogliono fare innovazione, migliorando un prodotto o un processo. Un progetto di **Moxoff**, spin-off del Dipartimento di Matematica del Politecnico di Milano che si occupa di ingegneria del software e calcolo scientifico avanzato, realizzato con la collaborazione di **Yottacle**, start-up incubata in **Polihub**. Ne abbiamo parlato con l'a.d. di **Moxoff**, **Ottavio Crivaro**. **Domanda.** Come è strutturata la piattaforma? **Risposta.** I «Pitchers» (ovvero

aziende promotrici di sfide industriali) chiedono aiuto ai «Brainies» (ovvero esperti di matematica), descrivendo il loro problema e attendendo una proposta di soluzione corredata da un'offerta di preventivo per lo svolgimento della consulenza. I Pitcher possono quindi confrontare le offerte ricevute ed eleggere il vincitore valutando non solo la qualità della proposta, ma anche il profilo del proponente. **D.** Come funziona la collaborazione tra pubblico e privato? **R.** La relazione è da sempre difficile e la piattaforma **Mathesia** ha come sfida principale di vincere le reciproche diffidenze.