



***Le startup vivono
in città?
Il ruolo del
contesto
territoriale per
nuove forme di
imprenditorialità***

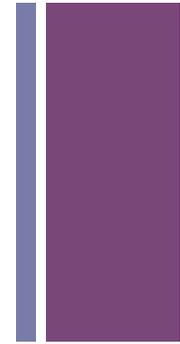
Cecilia Manzo

Università di
Firenze

Incontri di Artimino sullo sviluppo
locale
8 Ottobre 2013

+ Agenda

1. Letteratura
2. Domande di ricerca
3. Metodologia
4. Startups: primi risultati
5. Limiti e sviluppi della ricerca
6. Conclusioni

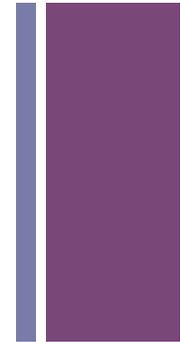


+ Perché le startup vivono in città?

Theoretical background

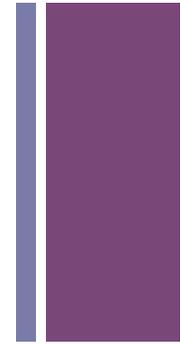
Le città sono posti dell'innovazione

- Fattori relazionali:
 - Interazioni formali e informali tra i professionisti che ne favoriscono la diffusione e la contaminazione di conoscenze (Storper & Venables 2004, Asheim et al 2007)
 - Il dialogo e lo sviluppo: "conversazioni" che danno vita a nuove idee, l'innovazione sia radicale e incrementale (Lester & Piore 2004)
 - Fattori involontari: *Buzzing* come scambio non intenzionale di informazioni e di pratiche (Bathelt et al 2004, Asheim et al 2007)
- Vantaggi infrastrutturale: materiali (trasporti/collegamenti) e immateriali (banda larga)
- Vicinanza con le Università e istituti di ricerca:
 - Imprenditorialità accademica (spin-offs)
 - Guida strategica alla ricerca
 - Capitale umano

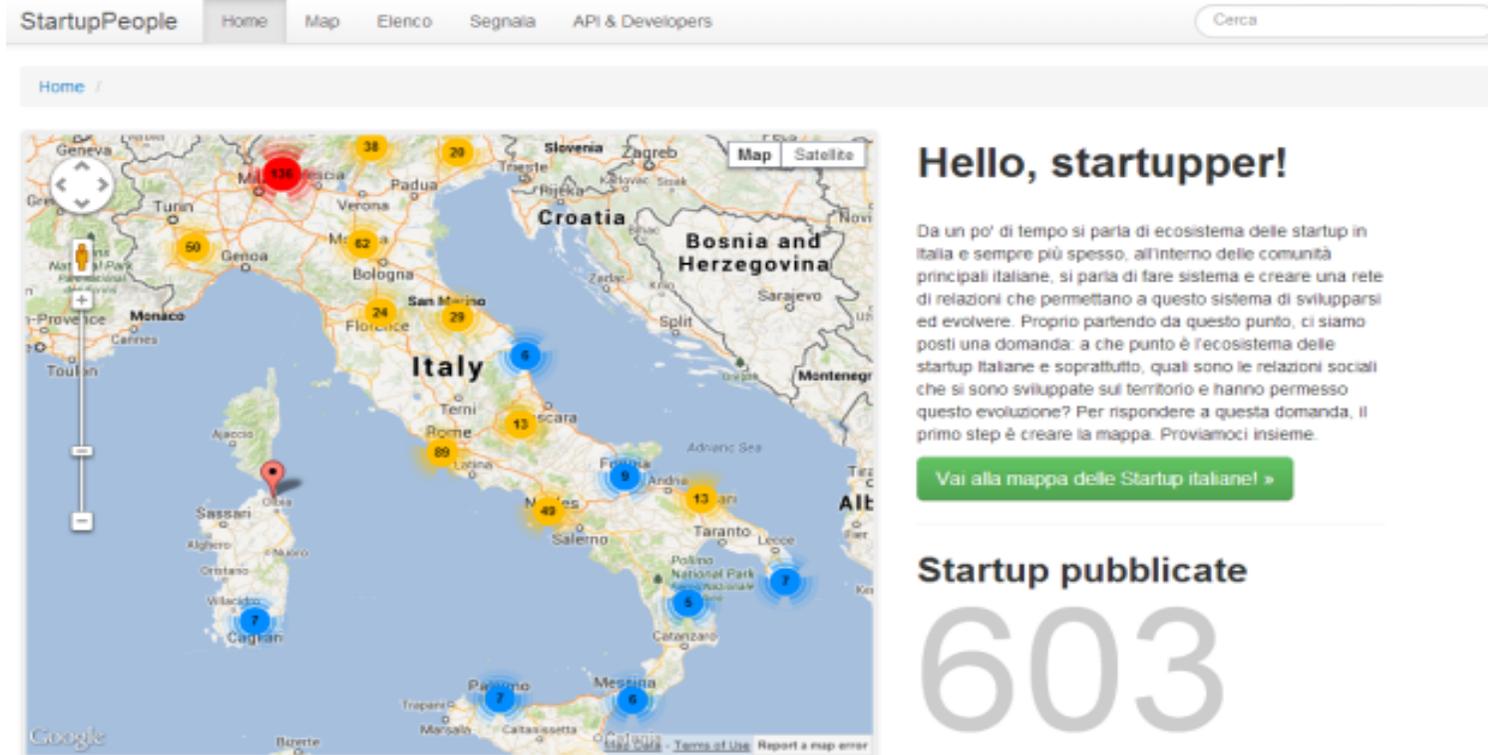


+ Domande di ricerca

1. Che tipo di capitale (umano, sociale, ecc.) viene mobilitato da coloro che stanno creando queste aziende?
2. Qual è il ruolo delle reti di collaborazione (formali e informali)?
3. Qual è il ruolo del contesto territoriale?
4. Qual ruolo hanno le istituzioni?



+ Metodologia



- Abbiamo creato una mappa e invitato gli startupper a iscriversi. Hanno risposto in 440 tra Maggio-Giugno 2012 (603 domande)
- A tutti i partecipanti è stato inviato un questionario (CAWI method) e hanno risposto in 305 (Luglio – Settembre 2012)



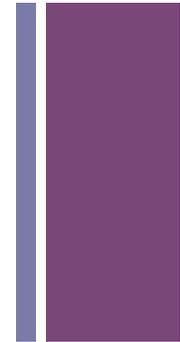
Caratteristiche delle imprese

- Settori:
 - apps.
 - consulting e business services
 - social media

- Opportunità di business:
 - Nuove esigenze del consumatore/cliente;
 - Nuove tecnologie
 - Ricerca di risorse poco valorizzate

- Clienti:
 - 48% consumatore finale
 - 46% altre compagnie
 - 4% istituzioni pubbliche
 - 2% no-profit

- Fattori di competitività:
 - Innovazione produzione/ servizi
 - Alta qualità
 - Processo di innovazione



+ Risultati: caratteristiche personali (1)

- *Startupper* sono uomini:
89%
- 11% donne
(imprenditorialità femminile
24%)
- Età
 - Più delle metà (52%)
appartiene alla generazione
«post» (under 33)
 - Solo il 5% ha più di 46 anni

XX XY
88,9 11,1

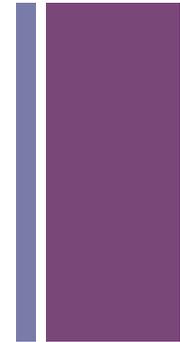


+ Risultati: caratteristiche personali (2)

- Alto capitale umano:
 - 73% laurea
 - 22% Master o PhD
 - 27% corso per startupper
- Motivazione:
 - Dare forma all'idea (72%)
 - Essere autonomi (44%)
 - Testare le proprie capacità (40%)
- Altre caratteristiche degli startupper:
 - 78% ha altre attività
 - 31% liberi professionisti
 - altra startups 15%,
 - impiegati 13%
 - studenti 9%
 - Imprenditori seriali :
 - 31% ha creato altre imprese nello stesso settore
 - solo 16% sono fallite o chiuse



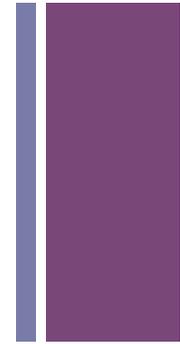
Risultati: Relazioni / interne



- Fagligli con alto capitale umano ma non hanno una tradizione imprenditoriale (12% padre, madre 4%)
- 84% degli intervistati ha almeno un socio (in media sono 3), con caratteristiche personali simili a quelle degli intervistati: si tratta principalmente di ex colleghi o ex compagni di classe..
- La dimensione aziendale è limitata:
 - non è raro che la forza lavoro della società sia costituita solo da parte dei soci (59%)
 - in media, start-up hanno 1 dipendente, 2 collaboratori stabili e 3 collaboratori occasionali.
- I canali di reclutamento di dipendenti e collaboratori sono molto aperti:
 - passaparola professionale (32%)
 - online (13%)
- Capacità relazionali sono i più apprezzati. Le competenze tecniche è stato scelto da solo il 3% degli intervistati.
- I valori condivisi dal team:
 - visione condivisa
 - passione
 - fiducia



Risultati: Relazioni / esterne



- Il sistema di riferimento è "profano":
 - E' importante essere apprezzato dai clienti (47%), impiegati (21%). Il rapporto con gli altri imprenditori (12%) è superiore, anche quello con con gli azionisti (10%).
- Principali problemi:
 - Reperire risorse (finanziarie, umane, fisiche)
 - Sviluppo dell'idea
 - procedure amministrative.
- Finanziamento dell'attività:
 - 45% autofinanziamento e ricerca di fondi
 - 12% autofinanziamento senza ricerca di fondi
 - 9% venture capital e business angels
 - 6% fondi pubblici
 - 5% parenti
 - 4% banche
 - 2% amici
 - 1% crowdfunding
- La partecipazione alle associazioni delle imprese: 21%



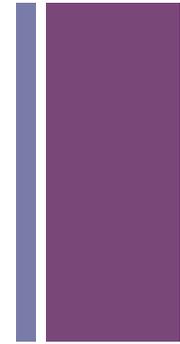
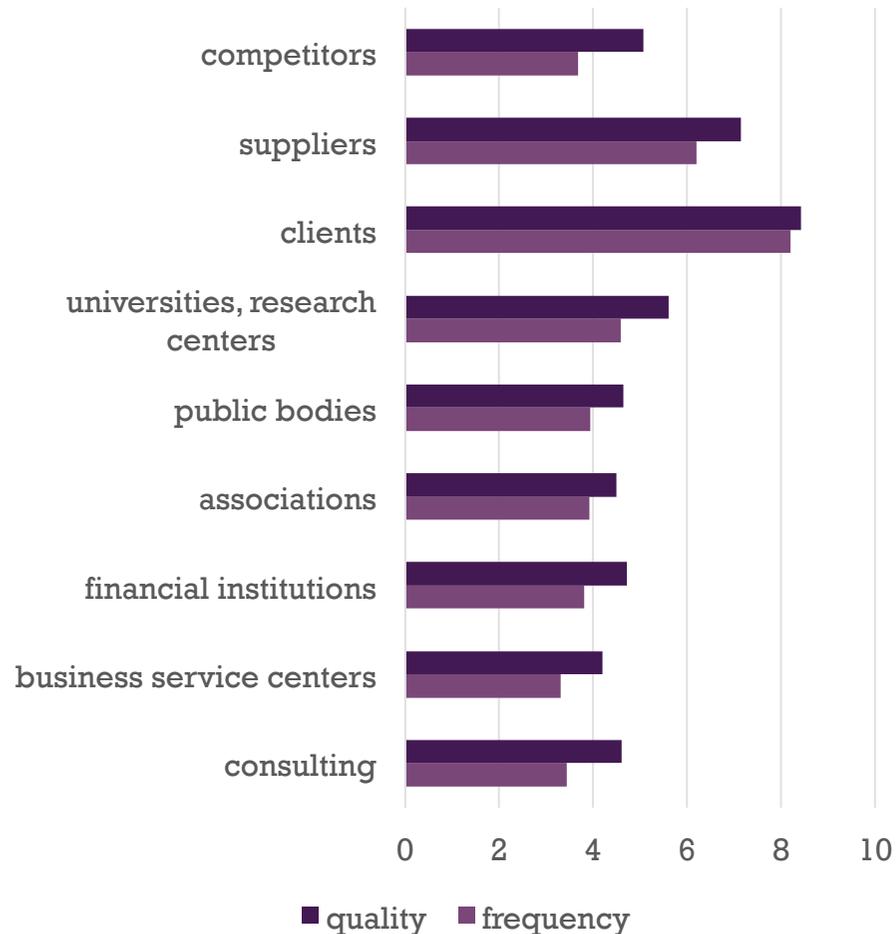
Risultati: Relazioni / networks

■ Scambi informali:

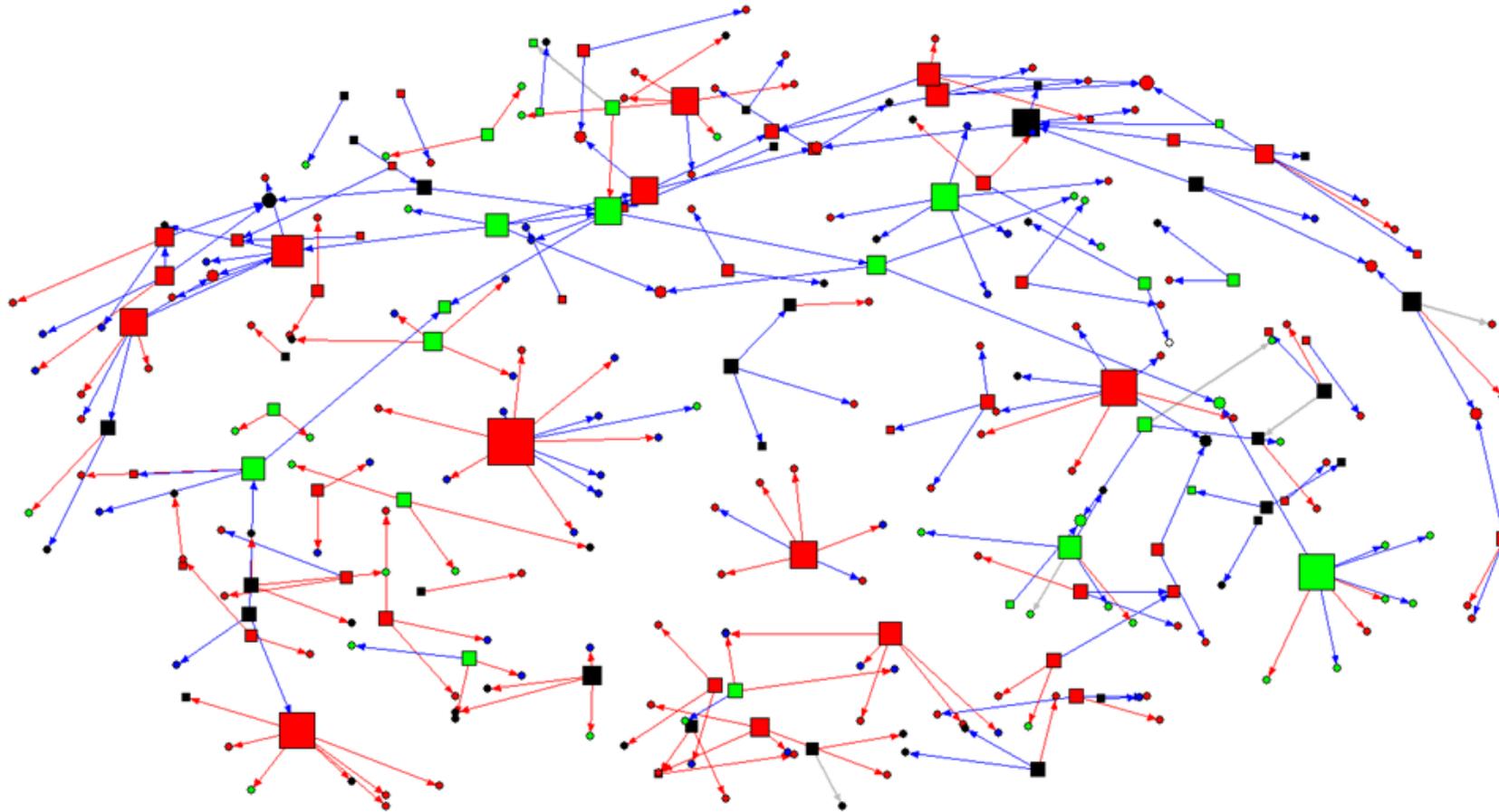
- Informazioni su tecnologia
- Informazioni sul mercato
- Informazioni su business management

■ Scambi formali:

- Informazione sul mercato
- Informazioni su nuove tecnologia



+ Risultati: Relazioni / networks

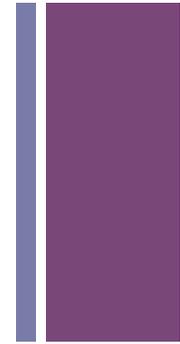


	Media	Mediana
formali	813 Km	85 Km
informali	810 Km	75 Km

	Nodi	Legami	Densità
formali	156	109	0.0045
informali	175	144	0.0047



Risultati: Dimensione territoriale (1)



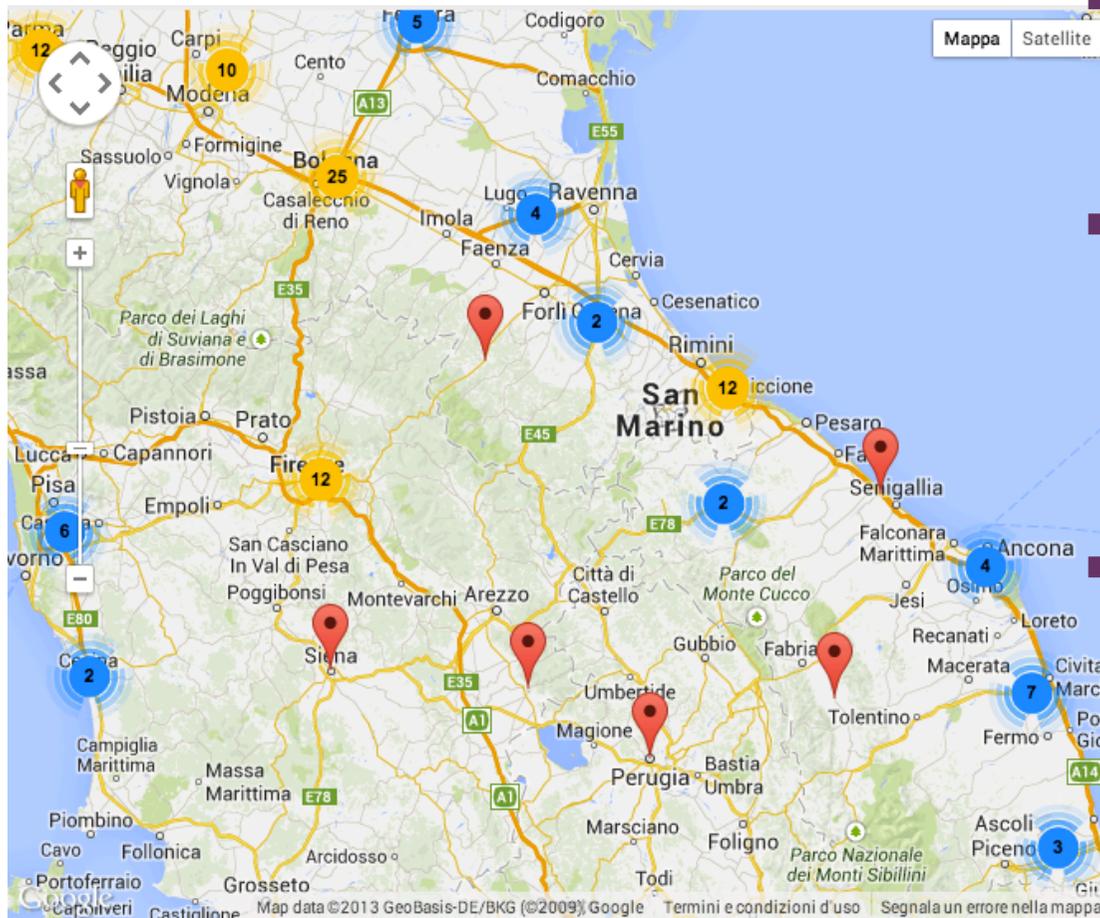
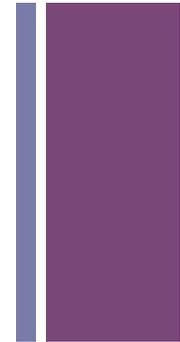
- **Criteri fondamentali nella scelta della sede:**
 1. Basso costo
 2. Vicinanza casa
 3. Vicinanza con università o centri di ricerca

- **Dove si trova la sede centrale dell'azienda?**
 - 11% coworking
 - 7% incubatore universitario
 - 6% acceleratore
 - 5% altro incubatore
 - 3% parco tecnologico

- **Mercato:**
 - Regionale 8%
 - Nazionale 46%
 - Estero (Europeo) 19%
 - Estero (non-Europeo) 28%

- **Collegamento tra startups e attività tradizionali del territorio**
 - Roma: Musica, Arte, Cinema
 - Milano: Consulting, Advertising e Social Commerce
 - Torino: "Mercato" e Media
 - Napoli: Società civile e Laboratori di partecipazione

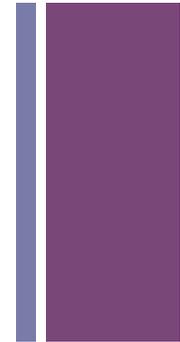
+ Risultati: Dimensione territoriale (2)



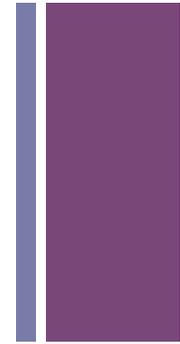
- Le startup mappate finora sono concentrate nelle grandi città: Milano, Roma, Torino e Napoli.
- La prima regione è la Lombardia, seguono il Lazio, la Campania e il Piemonte, con una presenza concentrata nei capoluoghi di provincia.
- L'unica regione dove la presenza delle startup è distribuita è l'Emilia Romagna: le startup seguono la dorsale adriatica, ripercorrendo i luoghi del *Made in Italy* manifatturiero.

+ Risultati: Regolazione (1)

- Legge n.221/2012 (Decreto Legge Crescita 2.0), sezione IX innovative startup: esenzioni, agevolazioni fiscali, esenzioni dal diritto societario che disciplina i rapporti di lavoro speciali
- Sezione speciale del registro delle imprese dedicate a start-up innovative
- 10 Giugno, 2013: 853 imprese.
- Tra le aziende intervistate solo il 13% è entrato nel registro delle start-up innovative



+ Risultati: Regolazione (2)

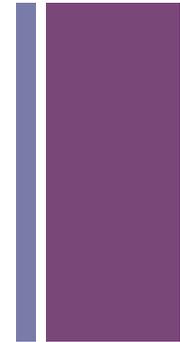


Iscritti al registro delle imprese innovative: Chi sono?

- 12.5% donne vs 10.5% uomo
- 16% laureati vs 7% diplomati
- 23% maggiori di 46 anni vs. 12% maggiore di 33 anni
- 15% con sede nella città capitale della provincia vs 7% basato altrove

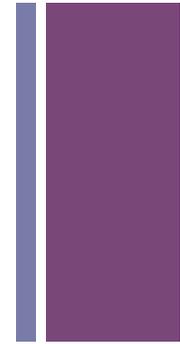
+ Conclusioni

1. Che tipo di capitale (umano, sociale, ecc.) È mobilitata da coloro che stanno creando queste aziende?
Principalmente capitale umano (risultato opposto rispetto alla retorica che accompagna le startup).
2. Qual è il ruolo delle reti di collaborazione (formali e informali)? Debole, con conseguenze sulla disponibilità di capitale sociale e finanziaria
3. Qual è il ruolo del contesto territoriale? Il fattore più importante, permette diverse forme di capitale
4. Qual è il ruolo della regolamentazione? Bassa efficacia, rafforza assegnazioni esistenti di capitale



+ Limiti e sviluppi della ricerca

- Fenomeno nel suo stato, l'analisi esplorativa nascente → questa indagine permette di costruire ipotesi da testare
- Campione auto-selezionato → nuova analisi del registro delle startup innovative
- Integrazione e confronto con l'analisi dei rapporti numerici (ad es rete di follower su Twitter)
- Le startup possono essere una traiettoria di sviluppo dei “distretti metropolitani”?
- Indicazioni di policy per i distretti metropolitani





[@ceciliamanzo](https://twitter.com/ceciliamanzo)



cecilia.manzo@unifi.it

Thanks!