

Proposte per una
“Carta di Milano Capitale delle Startup”

Il Comitato d'Indirizzo

Camera di Commercio di Milano e Comune di Milano hanno promosso la nascita di un **momento di confronto continuativo tra i componenti dell'ecosistema delle startup del territorio**, finalizzato a far nascere consapevolezza e a sviluppare proposte operative, anche in relazione all'attività del Governo Italiano e del Parlamento, che ha portato il 13 dicembre 2012 alla definitiva conversione in legge del cd. decreto sviluppo bis.

Nel segno di tale momento di confronto Camera di Commercio di Milano e Comune di Milano hanno sostenuto, a giugno 2012, la formazione di un **comitato d'indirizzo per Milano capitale delle Startup**, composto di 10 soggetti dell'ecosistema presente sul territorio.

Il comitato si è riunito più volte in questi ultimi 6 mesi condividendo la necessità di **produrre un documento di sintesi della situazione attuale del territorio e delle iniziative che autonomamente gli attori dell'ecosistema** delle startup di Milano possono attivare per rafforzare la capacità di far nascere nuove imprese innovative e d'impatto.

Una Carta di "Milano capitale delle Startup" che presentiamo oggi alla Città e a tutti i principali stakeholder: 5 proposte di rapida attuazione e 10 iniziative di medio-lungo periodo.

Membri comitato d'indirizzo per Milano capitale delle Startup:

Emil Abirascid – Founder & CEO Startupbusiness

Matteo Bartolomeo – CEO Make a Cube3

Matteo Bogana – Coordinator of the Business Incubator of the Polytechnic of Milan

Massimo Carraro – Founder Cowo® - Coworking Project

Gianluca Dettori – Chairman dpixel

Alberto Masetti Zannini – Co-Founder Hub Milano

Andrea Messuti – Senior Associate Lega Colucci & Associati Law Firm

Roberto Randazzo – Partner Rossotto, Colombatto & Partners

Mario Salerno – Technology and Business Development Fondazione Filarete

Diana Saraceni – General Partner and Co-founder at 360 Capital Partners

Segreteria Tecnica comitato d'indirizzo per Milano capitale delle Startup:

Sergio Rossi – Dirigente Area Sviluppo Territorio e Mercato Camera di Commercio di Milano

Renato Galliano – Direttore Sviluppo Economico, Innovazione Comune di Milano

Giacomo Biraghi – Coordinamento Tavoli Tematici Expo 2015 Camera di Commercio di Milano

Sara Coletti – Area Sviluppo Territorio e Mercato Camera di Commercio di Milano

Denise Di Dio – Responsabile Ufficio Capitale Umano Camera di Commercio di Milano

La Carta “Milano Capitale delle Startup” – Executive Summary

a) **Definizioni e metrica** - Da includere start-up con finalità commerciali, profit ad alto tasso d'innovazione e/o knowledge intensive.

Sono incluse in tale definizione anche le **imprese creative, culturali e a finalità sociale e ambientale**.

b) Il contesto di Milano

Punti di forza

1. **Contesto finanziario** – Milano centro di riferimento italiano per la finanza
2. **Ecosistema favorevole per generazione tecnologia ed imprenditoria** – presenza università leader per tecnologia e business a livello internazionale attira i migliori talenti nazionali
3. **Concentrazione** – concentrazione competenze di start-up nel grande contesto urbano, pensato nell’ottica di ottimizzare il processo di go-to-market delle aziende
4. **Network internazionale** – attivazione network d’interscambio internazionale grazie ai molti milanesi che vivono sia a Milano che nelle grandi capitali internazionali
5. **Design** – il design, messo a sistema con la tecnologia, leva per lo sviluppo di start-up
6. **Cultura** – centro di trend setter, presenza mindset orientato all’imprenditoria
7. **Startup Genome** – Milano unica presenza italiana nella top 40 di Startup Genome
8. **Incubatori** – presenza a Milano di una rete di incubatori e spazi di co-working da valorizzare anche oltre la definizione della legge sviluppo bis

Punti di debolezza

1. **Carenza di capitali** a livello nazionale per le varie fasi di vita di una start-up
2. Manca una **messa a sistema dei singoli attori** che operano con le start-up in area urbana
3. Numero e tipologia di **Business Angel operanti** a Milano non ancora al livello dei centri di riferimento internazionali
4. **Vicinanza con la Svizzera, competitor nell’attrarre** idee imprenditoriali (contesto economico/normativo più flessibile/competitivo, con capitali per investimenti di seed)
5. **Offerta di opportunità di lavoro di alto profilo**: Mercato del lavoro locale competitivo, si traduce in difficoltà per le start-up a reperire personale di alto livello
6. **Costo affitti**: le Start-up devono poter concentrare le risorse finanziarie nello sviluppo del business, non in uffici, l’elevato costi degli uffici non facilita
7. **Scarsa internazionalizzazione**: difficile vedere start-up con team internazionali, conseguente bassa capacità di interpretare trend internazionali

c) 5 Proposte di rapida attuazione

1. **DIFFICOLTÀ BASSA:** Creare sito in inglese di alto livello con notizie relative alle migliori start-up, metodicamente sponsorizzato sui media offline/online
2. **DIFFICOLTÀ MEDIA:** Mettere a sistema il processo di generazione di start-up a Milano: formazione, raccolta, supporto idee imprenditoriali
3. **DIFFICOLTÀ MEDIA:** Mini grant da poter usare dalle start-up per trascorrere un periodo presso incubatori internazionali, con cui stipulare convenzioni (anche meccanismo inverso)
4. **DIFFICOLTÀ ALTA:** rendere molto appetibile l'investimento con capitali di rischio in start-up creando un track record di successo per gli investitori a tutti i livelli
5. **DIFFICOLTÀ ALTA:** Attirare start-up e capitali di rischio esteri (con particolare attenzione all'area euro-mediterranea anche collaborando con il Centro Euro-mediterraneo per le micro, piccole e medie imprese che ha sede proprio a Milano)

d) 10 iniziative di medio-lungo periodo

1. Integrazioni all'apparato normativo in vigore

Azioni in materia di diritto commerciale

De jure condito (profilo applicativo di norme già esistenti)

Ricognizione delle regole in materia di *start-up* innovative, anche alla luce delle novità introdotte dal c.d. "D.L. Sviluppo".

Ruolo della C.C.I.A.A. di Milano nella predisposizione di criteri di tenuta della Sezione Speciale del Registro delle Imprese introdotta dal D.L. Sviluppo e possibile proposizione di linee guida a favore delle altre istituzioni locali sul territorio nazionale.

De jure condendo (profilo normativo)

Proposte per l'estensione alle neo-definite *start-up* innovative di istituti già presenti nel nostro ordinamento.

Azioni in materia di diritto tributario

De jure condito (profilo applicativo di norme già esistenti)

Proposte per una semplificazione del rapporto tra ente pubblico creditore (principalmente ente locale di riferimento, ma anche Agenzia delle Entrate, secondo le declinazioni locali) e *start-up* innovative.

Possibile attività di negoziazione del Comune di Milano e della C.C.I.A.A. con l'Agenzia delle Entrate, con riferimento alle modalità applicative di strumenti esistenti alle *start-up* ricadenti nel territorio di riferimento (ipotesi stipula di un Protocollo d'intesa).

De jure condendo (profilo normativo)

Proposte per l'estensione alle neo-definite *start-up* innovative o agli eventuali investitori di strumenti agevolativi già presenti nel nostro ordinamento.

Proposte per l'attribuzione alle neo-definite *start-up* innovative o agli eventuali investitori di ulteriori strumenti agevolativi.

Azioni in materia di diritto amministrativo

Attività di ricognizione, in coordinamento con gli uffici comunali e della C.C.I.A.A., degli esistenti strumenti “locali” (regolamenti e prassi comunale, etc.) con la finalità di un eventuale ampliamento del loro ambito applicativo e di una loro maggiore fruibilità da parte degli operatori economici (es. in materia di locazione di immobili comunali, etc.).

2. **Patrocini e sponsorizzazioni degli enti pubblici.** In questa fase è necessario un “rapporto a tre” tra società o fondi d’investimento in start-up (collettivamente le “Società di Investimento”), enti pubblici e investitori. Gli enti pubblici dovrebbero sponsorizzare ed introdurre le Società di Investimento ai potenziali investitori con cui le Società di Investimento attualmente hanno poco dialogo. In cambio della promozione dell’asset class le Società di Investimento investiranno parte o tutti i capitali raccolti localmente.

3. **Creazione di un Fondo di Fondi** supportato da enti pubblici e fondazioni del territorio che partecipi in Società di Investimento. Altra opzione: intervento degli enti e creazione di un Fondo che investa direttamente nelle start-up. La prima opzione è consigliabile, in quanto l’investimento di tipo Venture richiede esperienza e competenze specifiche. Non è però necessario rivolgersi ad operatori esclusivamente locali, in quanto le diverse Società di Investimento, anche se operative a livello italiano o europeo, possono garantire l’investimento di una quota parte della loro dotazione complessiva nel territorio locale pur mantenendo politiche d’investimento per la restante parte. Questo permetterebbe di concretizzare allocazioni locali, con una diversificazione del rischio per gli investitori del Fondo di Fondi. All’interno di tale Fondo di Fondi, al fine di promuovere l’investimento di altri investitori come corporate e fondazioni, gli enti pubblici potranno investire secondo due logiche:
 - *Pari-passu.* Nel Fondo di Fondi gli enti pubblici investono alle stesse condizioni degli altri investitori. L’incentivo per questi sarà garantito da termini negoziati investitore per investitore, con logiche di moral suasion
 - *Non pari-passu,* fornendo garanzie agli altri investitori in particolare sul capital loss. L’investimento pubblico può così rendere ancora più attrattivo per un privato l’investimento grazie alla sua securitizzazione. Gli investitori privati avranno quindi una liquidation preference 1X non participating sul capitale investito

La dimensione minima auspicata per tale Fondo di Fondi dovrebbe permettere un’allocazione di circa €20 mio all’anno per il territorio Milanese. L’auspicio è quindi che, considerando un periodo d’investimento di 5 anni, la taglia totale del Fondo di Fondi sia di almeno €100 milioni.

4. **Voucher per le start-up - Contributi in co-finanziamento**, a fondo perduto, cui un'impresa può accedere per attivare servizi di professionisti e società accreditate. Esempi:

- Servizi per l'internazionalizzazione
- Consulenza strategica
- Consulenza sviluppo di prodotti e servizi
- Consulenza brevettazione di prodotti / protezione della proprietà intellettuale

In diverse regioni italiane (ad es. Lombardia, Piemonte), e regioni estere (Londra, Singapore, Baviera, Dublino), i voucher vengono utilizzati regolarmente come strumento di sostegno qualificato alle imprese, in maniera snella e con ridotti rischi:

- L'accreditamento dei professionisti e delle società che erogano i servizi di consulenza viene effettuato periodicamente attraverso bandi
- E' il beneficiario del servizio a scegliere il consulente
- Il prezzo ridotto di ogni singolo voucher è limitato (5-20.000€), con la possibilità di fissare un cap al numero/valore dei servizi attivati dal beneficiario

Vantaggi

- Minori Costi di gestione e di controllo
- Valorizzazione forze di mercato, pur coprendo un'area di fallimento
- Efficacia migliorata nel tempo grazie all'apprendimento e fine-tuning
- Possibilità di gestire call per temi o per servizi
- Limitato impegno economico rispetto ad altri finanziamenti a fondo perduto

Rispetto agli schemi attualmente attivi a favore delle imprese milanesi (ad esempio NetGeneration di Regione Lombardia o quelli erogati da InnovHub di Camera di Commercio di Milano) nel documento sono stati inseriti suggerimenti riguardanti la necessità di una rimodulazione di tale strumento.

5. **Crowdfunding - L'introduzione del crowdfunding in Italia rappresenta un'opportunità significativa** per la creazione di nuove imprese ad alto impatto, anche in considerazione del fatto che l'attuale posizione del Governo è di una legalizzazione limitata alle startup, ed in particolare di quelle che hanno già raccolto i primi capitali da un investitore professionale. Milano deve lavorare per trovarsi pronta a questa opportunità, dandosi l'obiettivo di individuare, supportare ed "importare" le startup più promettenti e gli investitori più capaci sul proprio territorio, in modo da sfruttare al massimo la leva finanziaria che questo provvedimento rappresenta.

Tra le azioni concrete che possono essere messe in campo:

- Censimento permanente delle startup sul territorio
- Una struttura per la promozione del trasferimento sul territorio Milanese di startup Italiane e straniere
- Eventi di presentazione delle startup più promettenti a Milano presso le principali realtà industriali, finanziarie e presso la cittadinanza. Divulgazione

degli strumenti ed incentivi finanziari esistenti per attivare fin da subito un afflusso di angel investments e investitori professionali verso il tessuto delle startup

- Azioni di attrazione dei programmi di accelerazione più qualificati sul territorio Milanese
- Sinergie con il Fondo di Fondi, per allargare la quantità di startup qualificate al crowdfunding sul territorio Milanese
- Razionalizzazione ed affidamento a gestione privata degli incubatori sul territorio
- Monitoraggio dell'attività di regolamentazione della Consob e delle piattaforme di crowdfunding per sviluppare azioni di co-marketing a favore delle startup basate a Milano
- Se il Crowdfunding equity based non dovesse superare l'approvazione della Consob, sarebbe auspicabile realizzare una vetrina online per presentare le start-up in fase di fund raising. Da tale iniziativa dovrebbero poi essere organizzati dei roadshow periodici per permettere l'incontro tra investitori e start-up. Se tale iniziativa fosse realizzata a livello locale questo favorirebbe gli incontri da un punto di vista logistico.

6. **Sistema territoriale** individuazione di elementi/azioni volte a facilitare la relazione tra mondo industriale e imprenditoriale consolidato e quello degli imprenditori innovativi. Tali azioni, da programmare periodicamente, possono essere supportate dalla Camera di Commercio.
7. **Internazionalizzazione** - Servono uno o due eventi l'anno che pongano Milano al centro di un panorama internazionale, con attività di promozione; collaborazione con Il Centro Euro-mediterraneo per le micro-piccole-medie imprese che avrà sede a Milano, sia con l'Expo2015 (visibilità e messaggio dirompente: "il primo Expo che mette al centro le startup innovative").
8. **Formazione** - Bisogna parlare di cultura d'impresa e di innovazione a partire dai bambini delle elementari per arrivare fino agli studenti stranieri che frequentano la Domus Academy. Implementare programmi che rendano la materia divertente e l'apprendimento efficace.
9. **Infrastrutture** - Spazi fisici messi a disposizione da dare in gestione ad attori che siano già riconosciuti sul territorio (ammesso che ci sia bisogno di spazi); favorire lo sviluppo d'infrastrutture abilitanti come la banda larga e il wi-fi.
10. **Iniziative di diffusione e sensibilizzazione** - Per avere una maggiore propensione all'imprenditorialità, i giovani devono essere "esposti" alle tematiche, alle storie, alla conoscenza relativa a questo mondo (le persone, la terminologia, le dinamiche). Questa iniziativa può essere estesa anche alle scuole superiori e agli studenti universitari/Phd.

