

Nuova imprenditorialità su Internet: una “startup” per l’economia?

Francesco A. Saviozzi

SDA Professor Area Strategia e Imprenditorialità – SDA Bocconi

Affiliate Faculty Centro di Ricerca ASK – Università Bocconi

A quasi vent’anni dall’avvento di Internet, aziende, istituzioni e individui sono ormai immersi nello scenario digitale che nel tempo ha generato una tangibile evoluzione dei comportamenti dei consumatori, dei modelli di offerta e delle organizzazioni. La rete è un propellente per la nascita e la crescita esponenziale di nuove imprese che rappresentano un’opportunità di innovazione per quelle esistenti, segnando una forte discontinuità rispetto ai modelli e ai processi imprenditoriali tradizionali. Startup come Google, Facebook o LinkedIn sono solo alcune delle realtà emerse di recente e diventate rapidamente aziende multinazionali operanti su scala globale con capitalizzazioni multimiliardarie.

Un fenomeno che negli ultimi anni ha contagiato anche l’Italia, laddove le parole chiave “Startup” e “Internet” sono ormai stabilmente entrate nel dibattito sulle possibili vie di uscita dalla crisi e sul rinnovamento del tessuto economico. Pur essendo il nostro Paese ancora strutturalmente indietro rispetto a gran parte delle economie più sviluppate, il connubio tra nuova imprenditorialità e tecnologie digitali è visto da più parti come il contesto più fecondo sul quale investire per il futuro. Nell’ultimo triennio si sono moltiplicate le iniziative di supporto al lancio di iniziative imprenditoriali (si pensi ad esempio alle numerose startup competition) ed è aumentato significativamente il numero di attori che svolgono un ruolo fortemente sinergico rispetto alle startup (es. acceleratori, incubatori e Venture Capital). Dal punto di vista delle policy, la crescente attenzione al fenomeno ha condotto all’introduzione, a livello centrale, di incentivi e agevolazioni (es. le disposizioni in tema di “startup innovative”) e, a livello territoriale, al moltiplicarsi di iniziative da parte di enti pubblici dedicate alle nuove imprese.

Per quanto l’interesse e l’entusiasmo per le Internet Startup sia certamente da considerarsi positivo, è necessario conciliare la corale proiezione verso il cambiamento (quanto mai necessaria in un momento di difficoltà per la nostra economia), con una più razionale valutazione del fenomeno e dei suoi potenziali impatti. La rete è stata, nel recente passato, ambito elettivo di bolle speculative e sussistono ancora oggi grandi difficoltà nell’interpretarne correttamente sia il ruolo a livello macroeconomico, sia le modalità specifiche attraverso le quali le aziende che vi operano si sviluppano e generano valore.

Obiettivo di questo articolo è dunque approfondire le caratteristiche del fenomeno della nuova imprenditorialità legata a Internet con proiezione sull’attuale scenario italiano. In particolare, si definiscono le caratteristiche distintive dei modelli di generazione del valore e dei processi imprenditoriali alla base della nascita di nuove imprese che operano online. Si analizzano inoltre le leve economiche e le condizioni di contesto alla base del successo dei modelli emergenti.

L’articolo si conclude con una valutazione del potenziale dei modelli imprenditoriali emergenti per lo scenario italiano e le relative indicazioni in termini di policy per supportarne lo sviluppo e il consolidamento.