Dopo la laurea faccio start-up

Cinque giovani laureati italiani. Scelti dall'ambasciata Usa. E spediti a San José. Per imparare come da un'idea ambiziosa può nascere un'azienda di successo

di Enrico Pedemonte da San Francisco

Quando le hanno parlato di «elevator pitch» Valentina Coccoli, biotecnologa neolaureata a Napoli, è cascata dalle nuvole: «Devi raccontare a un venture capitalist la potenza della tua idea in trenta secondi, il tempo di salita dell'ascensore», le hanno detto pochi giorni dopo il suo arrivo alla Santa Clara University, nel cuore della Silicon Valley, un'ora di strada a sud di San Francisco. "Elevator pitch", nel gergo dei capitalisti di ventura, significa proprio questo: poche frasi, ma così affilate e incisive da indurre in una manciata di secondi qualcuno a investire diversi milioni di dollari sul tuo progetto. Su di te.

Valentina, assieme ad altri quattro giovani neolaureati italiani, è venuta in California a imparare come si fa a trasformare un'idea di business in un'azienda di successo. Qui intorno, in un paesaggio asettico che ricorda la scenografia del "Truman Show", c'è la più alta densità di imprese high tech del mondo. Le idee nascono nelle aule di grandi atenei come Stanford, Berkeley o la Santa Clara University. I soldi arrivano dai 200 "venture capitalist" che hanno i loro uffici sulla Sand Hill Road, una strada di anonime villette immerse nel verde di Menlo Park.

È stato l'ambasciatore americano in Italia, Ronald Spogli, a lanciare il progetto "Best" alla fine dell'anno corso (vedi scheda a pag. 100). L'idea di partenza del progetto è semplice: selezionare i neolaureati italiani che hanno una buona idea imprenditoriale, e spedirli nella Silicon Valley a respirare la cultura della valle californiana, sei mesi di tempo per frequentare un corso accelerato in una scuola di business, e fare un internship in un'azienda. L'ipotesi è che nelle università italiane non manchino i ricercatori di talento, né le idee innovative, ma sia invece carente quel tessuto connettivo fatto di cultura e di capitali che consente di trasformare le idee nate negli atenei in imprese, posti di lavoro, ricchezza.

Ed eccoli qua, nelle loro casa di San José i cinque ragazzi scelti alla fine del 2006: tre ragazze e due ragazzi, tutti con un background tecnico-scientifico, tutti con un'idea da sviluppare, talvolta un brevetto creato nei laboratori dell'università ▸ italiana di provenienza.

Valentina Coccoli, laureata in Ingegneria dei materiali all'università Federico II di Napoli, dove si sta specializzando in Medicina rigenerativa, vorrebbe creare un'azienda per costruire bio-protesi «utili a migliorare la vita delle persone». Micol Macellari, biotecnologa al San Raffele di Milano, vuole tradurre in business un brevetto sviluppato all'interno dell'università «per rigenerare tessuti miocardici dopo un infarto». Elisabetta Capezio, anche lei biotecnologa al San Raffaele, vuole lanciare una startup per produrre un farmaco che «inibisce la formazione di metastasi».

Poi c'è Emanuele Orgiu, ingegnere elettronico laureato a Cagliari, esperto di "sensori organici a substrati flessibili", un passo avanti rispetto alla vecchia elettronica del silicio. E Abramo Barbaresi, 34enne da Senigallia, ingegnere esperto di visione, che sogna una startup per il riconoscimento di oggetti in movimento sfruttando un brevetto che lui stesso messo a punto al Politecnico di Milano.

I cinque neolaureati sono arrivati all'inizio di febbraio in questa casa di San José, cinque camere da letto al primo piano, grande salone e cucina a piano terra. La mattina lavorano in un'azienda, nel tardo pomeriggio vanno all'università a frequentare corsi di un Mba, Master of Business Administration: «Un ritmo massacrante», confessano. Non sono qui a continuare le loro ricerche high tech, ma a imparare come si crea un'impresa: business plan, ricerche di mercato, studi sulla competitività dei concorrenti. I cinque ricevono una borsa di studio di 1.080 dollari al mese, più due auto in affitto e i corsi gratis presso la Leavey School of Business della Santa Clara University.

Emanuele lavora presso un'azienda, la Bioident, che sta per lanciate il primo "sensore in materiale organico", e sta organizzando una conferenza a Santa Clara, nel corso della quale una trentina di start-up presenteranno il loro business plan. Si tratta di un'iniziativa abbastanza comune nella Silicon Valley. Qui ogni settimana vengono organizzate conferenze, meeting, incontri di associazioni, "start-up competition", seminari di leadership...

Ma lo scopo primario non è culturale: «L'obiettivo è il networking», racconta Elisabetta Capezio: «Si va lì mezz'ora prima, ci si presenta, si scambiano i biglietti da visita, si raccontano i propri progetti e così si allarga la rete dei contatti».

Nelle prime settimane i cinque sono stati portati a cena dal Fornaio, un ristorante di Santa Clara che è uno dei luoghi tradizionalmente deputati al networking: qui si incontrano i docenti di Stanford, gli studenti a caccia di finanziatori e i "venture capitalist" in cerca di idee nuove. Nella prima cena dopo il loro arrivo i cinque italiani furono introdotti presso un gruppo di giovani tra i venticinque e i trent'anni: «Avevano tutti fondato almeno un'azienda e quella sera ci raccontarono delle loro prossime start-up: si parlò solo di lavoro, come capita sempre qui a colazione, pranzo e cena», dice Elisabetta, che manifesta qualche riserva sullo stile di vita della valle.

Barbaresi mostra una foto ricordo in com-

pagnia di Mark Zuckerberg, un ventiduenne che il giorno prima si è presentato - ciabatte infradito, jeans e felpina sbiadita - a una conferenza della "start-up school" per raccontare come è diventato miliardario dopo avere lanciato Facebook, uno dei siti-comunità che vanno per la maggiore. Zuckerberg lanciò il sito nel 2004, quando era studente all'università di Harvard, nel Massachussetts, ma quando si trattò di trasformare l'iniziativa in un'azienda, venne qui in California a trovare capitali e competenze.

All'università i cinque ragazzi vengono sparpagliati in diversi gruppi di lavoro. Nelle ultime settimane il compito loro assegnato è stato di convincere alcune aziende locali ad adottare un'innovazione tecnologica, suggerendo i relativi cambiamenti organizzativi. La tecnologia scelta era Second Life, il sito dove milioni di utenti si incontrano in rete, ciascuno con il proprio avatar, per chiacchierare, fare acquisti, innamorarsi in una seconda vita virtuale.

Il gruppo di Valentina Coccoli ha proposto a un'agenzia di viaggi di San Francisco di usare Second Life per vendere viaggi: «Un'innovazione simile comporta una rivoluzione organizzativa, con almeno un dipendente pronto a rispondere on line anche la notte: pensavo che ci avrebbero preso per matti, e invece erano entusiasti», racconta.

Il gruppo di Barbaresi ha invece proposto al rettore dell'università, Barry Posner, mitico docente di management, di utilizzare Second Life per «sincronizzare la presenza degli studenti presenti in aula e quelli assenti».

Funziona così: uno scanner riconosce gli studenti seduti in un'aula reale dell'università, e un software li riposiziona in un'aula virtuale, su Second Life, per consentire a quelli che seguono la lezione da lontano di avere la percezione di quello che accade nella realtà. «Alla fine la proposta è stata presentata a una commissione di valutatori composta da dirigenti di aziende come Cisco e Google», ricorda Barbaresi, che sottolinea la continua integrazione tra il mondo accademico e quello del business come il vero punto di forza della Silicon Valley.

Ciascuno dei cinque studenti ha due "mentor", uno nella Silicon Valley e l'altro in Italia. I "mentor" sono figure fondamentali nel mondo universitario Usa: sono guide, consiglieri, punti di riferimento per moltiplicare i contatti dei giovani allievi. Possono sembrare figure arcaiche, basate su un altruismo d'altri tempi in una società fondata su un individualismo estremo e una competizione senza sosta. In realtà, con la loro esperienza, i mentor svolgono due funzioni cruciali per mantenere vitale l'ecosistema della Silicon Valley: facilitano l'incontro tra le persone, e rendono possibile il flusso delle informazioni.

Tra i mentor italiani c'è Sergio Dompé, imprenditore e presidente di Farmindustria, che sta cercando di consolidare la rete italiana dei capitalisti di ventura. Le iniziative, come la Ame Ventures di Michele Appendino, si stanno moltiplicando in tutta Italia per creare reti di società in grado di finanziare nuove start up..

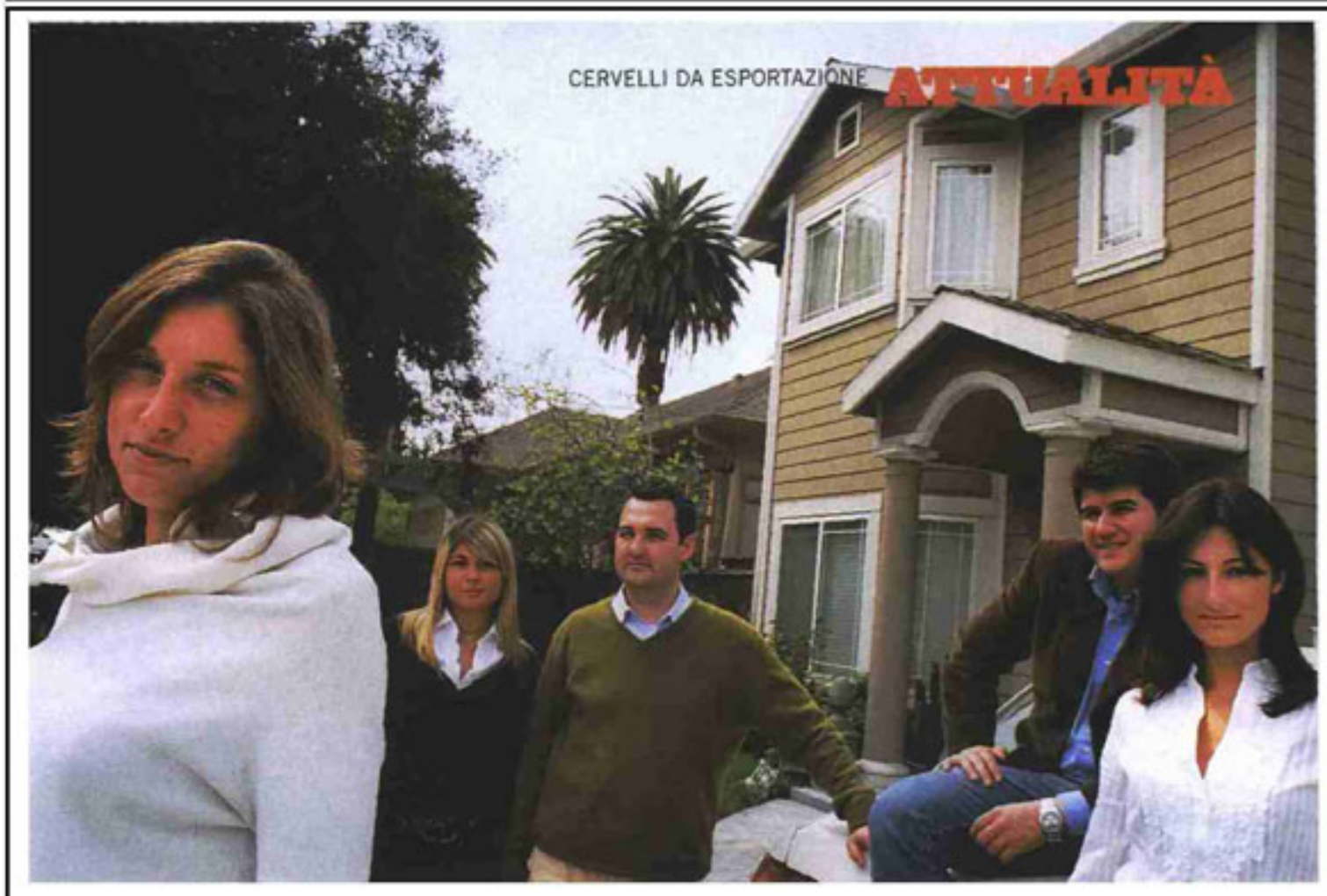
Anche nella Silicon valley si stanno coagulando diverse associazioni per collegare il business californiano all'Italia. La nuova generazione di imprenditori italiani immigrati è diversa dalle precedenti. Chi è arrivato qui negli ultimi anni vuole mantenere saldi i lagmi con la madrepatria. Per questo recentemente è nato lo Sviec (Silicon Valley Italian Executive Council) che è stato fondato dal genovese Jeff Capaccio e include tutte gli evecutive dell'area. Accanto è nata Baia (Business Association Italy America), con l'obiettivo di promuovere iniziative imprenditoriali incrociate tra Italia e Stati Uniti. Gli investimenti americani nel nostro paese sono finora molto modesti «perché gli americani considerano l'Italia un paese dove è rischioso investire perché ha una cultura imprenditoriale completamente diversa», dice Valentina, «e la parola chiave per capire la differenza tra Italia e Stati Uniti è "failure", fallimento».

In Italia la paura del fallimento è paralizzante: «Qui nella Silicon Valley ci sono aziende che richiedono, ai manager da assumere, almeno un fallimento, meglio due, insieme a qualche successo. Offrono più garanzie», spiega ancora Valentina Coccoli. Al contrario, in Italia chi sbaglia una volta è un fallito. Per questo molti preferiscono non provarci neanche. Valentina, Micol, Elisabetta, Emanuele e Abramo torneranno in Italia a luglio. Ci vogliono provare. ■

"La vera differenza con l'Italia è che qui non esiste la paura del fallimento"

Per i cinque giovani una grande casa. E una borsa di studio da 1.080 dollari al mese

Sei mesi di soggiorno. E un doppio impegno: il lavoro in un'impresa e i corsi all'università



Micol Macellari, Valentina Coccoli, Abramo Barbaresi, Emanuele Orgiu ed Elisabetta Capezio davanti alla loro casa in California. Sotto: la piazza principale di San José, con la City Hall

Abramo Barbaresi entra al lavoro alla Digital Persona. Sotto: Emanuele Orgiu e Valentina Coccoli

Micol Macellari davanti alla sede della Panomics, l'azienda in cui lavora. Sopra: Ronald Spogli. In alto: Elisabetta Capezio

Oggi cinque, domani cento

«L'idea del progetto Best è nata ascoltando gli imprenditori italiani, convinti che in questo paese sia necessario un cambiamento della cultura del rischio», dice Ronald Spogli, 58enne ambasciatore Usa a Roma: «In Italia se si fallisce è la fine, al contrario di quanto accade negli Stati Uniti. E questo spiega la debolezza del venture capital in questo paese».

Spogli ci riceve nel suo sontuoso ufficio di via Veneto per spiegarci i dettagli delle iniziative che sta lanciando. Nipote di un minatore italiano emigrato in Pennsylvania, Spogli parla un italiano perfetto. È ambasciatore dall'inizio del 2005, e resterà a Roma fino alla fine del 2008. «Tra Italia e Usa ci sono ottimi rapporti politici, ma è choccante vedere quanto siano deboli i rapporti economici», dice. Nel 2005 l'Italia era al ventesimo posto nella classifica degli investimenti Usa all'estero: solo 26 miliardi di dollari, l'1,3 per cento del totale, 12 volte meno rispetto alla Gran Bretagna.

Il progetto "Fulbright-Best: Silicon Valley Immersion Program" è una delle iniziative lanciate, spiega Spogli, «per far crescere i rapporti economici tra i due paesi».

Per mandare i primi cinque neolaureati italiani nella Silicon Valley, Spogli ha raccolto l'adesione di quattro grandi istituzioni italiane: Ibm, Poste italiane, Eni e il Comune di Milano. Ma per arrivare ai 200 mila dollari necessari a far decollare l'impresa (40 mila dollari per ogni neolaureato) ha dovuto tirar fuori una parte della somma (non si sa quanto) di tasca sua. Dicono i suoi collaboratori che prima di traslocare l'ambasciatore vuole lasciare un segno del suo mandato.

L'anno prossimo i borsisti del progetto Best dovrebbero salire a 20. Ma altre iniziative si affiancheranno, fino a coinvolgere un centinaio di persone: alcune decine di "policy maker" della pubblica amministrazione dovranno studiare le città a più forte crescita economica e individuare i meccanismi per attrarre finanziamenti stranieri sulle città italiane. Mentre giovani manager dell'industria privata saranno inviati negli Usa per alcune settimane per analizzare i segreti del successo dell'aziende americane a più alta crescita.

Spiega Spogli: «Il mio programma ha tre obiettivi principali: creare un nuovo rapporto tra ricerca e innovazione aziendale, tutelare i diritti di proprieta intellettuale, aprire i mercati finanziari a nuove forme di capitale, come il venture capital».