



Ordine dei Dottori Commercialisti
e degli Esperti Contabili di Pisa

NOZIONI DI BASE SU IMPRESE STARTUP E PMI INNOVATIVE

Commissione di Studio per l'Innovazione delle PMI
Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Pisa

Sommario

0. Introduzione	6
1. La pianificazione dell'impresa innovativa	8
1.1. Il ruolo del professionista	8
1.2. L'analisi della fattibilità del progetto imprenditoriale	10
1.1.1. Il Business Plan.....	11
1.1.2. La Balance Scorecard.....	16
1.1.3. Le analisi SWOT e PEST	20
2. Inquadramento giuridico-fiscale delle startup e delle PMI innovative.....	24
2.1. Le startup innovative.....	25
2.2. PMI innovative	39
3. Gli attori dell'ambiente innovazione	51
3.1. Parchi scientifici e tecnologici (PST).....	51
3.2. Gli incubatori.....	58
3.3. Gli acceleratori.....	61
3.4. Gli altri attori dell'ambiente innovazione	65
4. Misure a sostegno dello sviluppo delle startup	73
4.1. Gli incentivi diretti dell'Unione Europea	75
4.1.1. Dove trovare i bandi europei	76
4.1.2. Come valutare se si possiedono i requisiti di partecipazione	76
4.1.3. I principali fondi a gestione diretta.....	78
4.2. Le politiche statali di sostegno all'innovazione	85
4.2.1. Sostegno alla competitività.....	85
4.2.2. Sostegno all'innovazione.....	88
4.2.3. Sostegno alle startup e PMI innovative	90
4.2.4. Cenni al c.d. "Patent Box"	91

4.3. Le agevolazioni in ambito locale	93
4.3.1. Ambito di applicazione	93
4.3.2. Dove reperire i bandi locali aperti	95
4.4. Agevolazioni particolari territoriali	96
5. La gestione e consolidamento dell'impresa	98
5.1. Brevetti, modelli di utilità e marchi	100
5.2. Digitalizzazione e dematerializzazione economica	118
5.3. Il crowdfunding	138
6. Statistiche e prospettive conclusive	143

Commissione di Studio per l’Innovazione delle PMI

Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Pisa

Presidente Dott. Alessio Vento

Componenti Dott.ssa Francesca Agrelli
Rag. Massimo Bianchi
Dott. Francesco Falorni
Dott.ssa Greta Froli
Dott. Giuseppe Mangano
Dott. Marcello Marzano
Dott.ssa Francesca Pieracci
Rag. Marco Pagni
Dott. Andrea Puccini
Dott. Niccolò Puosi
Dott. Nicola Rossi
Dott.ssa Elisa Tosarelli

Consigliere Delegato Dott. Alessandro Curini

0. Introduzione

Questo elaborato, ideato e realizzato dalla Commissione di Studio per l'Innovazione delle PMI istituita presso l'Ordine dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili di Pisa, è finalizzato all'inquadramento e alla divulgazione di nozioni basilari sul mondo delle imprese innovative e dell'innovazione economica in generale, quali competenze imprescindibili per i Colleghi professionisti che intendono avvicinarsi per la prima volta a tali particolari realtà imprenditoriali, caratterizzate ogni giorno di più da costante mutamento, introduzione di novità e sviluppo.

Verranno pertanto proposti accenni generali ed analisi sui varie tematiche di natura manageriale, economico-commerciale, giuridica e/o fiscale, che potrebbero interessare il lavoro di un consulente Dottore Commercialista affiancato ad un'azienda operante in senso ampio in ambito "innovazione".

Quale metodo di lavoro utilizzato, la Commissione di Studio dapprima si è prefissata l'obiettivo di inquadrare il potenziale ruolo del professionista moderno durante la costituzione, la vita e il consolidamento di un'impresa innovativa, e successivamente per ciascuna fase del ciclo vitale imprenditoriale ha analizzato gli strumenti e le aree di interesse della singola fase.

La struttura dell'elaborato rispecchia questa impostazione. Dopo un primo inquadramento del ruolo del professionista nella fase di pianificazione di business, che verrà ripreso nei capitoli successivi, il documento è stato suddiviso in cinque fasi cronologiche (in ciascuna delle quali si potrebbe essere chiamati in causa per offrire una consulenza specializzata), ritenendo come logica di fondo che le capacità e le competenze professionali proprie della nostra categoria facciano infatti del Dottore Commercialista la figura più adatta e qualificata ad affiancare l'imprenditore nella trasposizione della sua idea innovativa su un piano pratico.

L'auspicio – al termine del lavoro – è quello di riuscire a fornire un primo piccolo input ai Colleghi interessati affinché venga rivisto in senso evolutivo il ruolo del Dottore Commercialista nel campo dell'innovazione, tentando progressivamente di integrare le mansioni tipiche ed il ruolo tradizionale riservato alla categoria nei rapporti con le aziende con una nuova visione di consulenza aziendale integrata. In questa dimensione il

professionista diventerà potenzialmente il punto di collegamento dell'azienda con gli altri attori dell'ambiente innovazione, il propositore e volano di bandi incentivanti specifici, il tutor formativo aziendale, e più in generale un punto di riferimento per le scelte dell'azienda che vuole innovare.

Modelli consulenziali simili in realtà esistono già da alcuni anni in economie innovative più sviluppate, come quelle statunitensi, ove si identificano genericamente dei “*mentors*” (mentori) aziendali, personalità specificatamente preparate per instradare gli imprenditori verso la via del successo economico integrando le loro competenze.

Ringraziando per l'interesse auguriamo una buona lettura.

1. La pianificazione dell'impresa innovativa

1.1. Il ruolo del professionista

Lo startupper è, nell'immaginario collettivo, il soggetto che grazie alla sua particolare inventiva “crea o semplicemente sviluppa un'idea innovativa vincente”. E' sicuramente una figura ben diversa e distinta da quella dell'imprenditore, cioè del soggetto che, con necessarie nozioni tecniche ed economiche, porta la sua idea al successo.

Nell'imprenditoria, e a maggior ragione nell'imprenditoria innovativa, è fondamentale affiancare dunque all'inventore un supporto professionale, promosso da consulenti competenti e adeguatamente preparati, affinché si possa orientare la startup nella giusta direzione e farla diventare un'impresa di successo. In molti casi lo startupper è un soggetto alla prima esperienza imprenditoriale, senza capacità specifiche nella gestione aziendale, risultando necessario nel medio e lungo periodo fornire un punto di riferimento esterno sotto il piano della consulenza economica, commerciale, giuslavorista, tributaria e aziendale.

Il Dottore Commercialista, grazie alla sua formazione di base economico/giuridica e grazie alle competenze para-manageriali che può sviluppare nel settore innovazione, rappresenta sicuramente una delle figure professionali più adatte a supportare l'imprenditore nel lancio e nel consolidamento della propria attività di business.

L'affiancamento e il supporto iniziano generalmente dalla pianificazione del progetto imprenditoriale innovativo e dalla successiva valutazione di fattibilità. La fase di setup è particolarmente rilevante in quanto un'attenta traduzione di un'idea in termini micro e macro economici consente ai promotori dell'iniziativa di misurare il proprio business. Talvolta questa fase viene erroneamente tralasciata oppure affrontata in proprio dall'aspirante imprenditore senza supporto adeguato, con il risultato che mancando una formalizzazione di base si può correre il rischio di iniziare “alla cieca” e dunque trovarsi in una fase successiva della vita aziendale con scelte vincolanti già effettuate ma non fatte in modo ottimale e/o razionale.

In un procedimento corretto dal punto di vista metodologico invece, attraverso gli strumenti di analisi qualitativa e quantitativa descritti di seguito, si andrà dapprima formalizzare in

dettaglio il progetto di business, successivamente identificarne i vari punti di forza, di debolezza, le connesse opportunità e criticità, e solo in ultima istanza esprimere un giudizio complessivo di fattibilità preventiva dal punto di vista strategico, operativo ed economico-finanziario. Il lavoro dovrà essere necessariamente sviluppato “a quattro mani”, ovvero in stretta sinergia tra il professionista e lo startupper: da una parte il primo metterà a disposizione gli strumenti tecnici d’analisi e le proprie capacità di definire prospetti e documenti di sintesi, dall’altra sarà la seconda figura che – conoscendo presumibilmente in modo non tecnico l’ambiente in cui vorrà andare ad operare – individuerà, opportunamente guidato, i dati di partenza per l’analisi di fattibilità.

Una volta valutata la bontà del progetto, in caso di esito positivo, il professionista sarà poi chiamato ad assistere l'imprenditore nella scelta della corretta forma giuridica sociale da adottare ed, in chiave prospettica, sarà suo compito individuare gli elementi più importanti riguardanti i sistemi di governance societaria, illustrando le modalità che consentiranno, anche alla luce dell’ingresso potenziale di futuri soci, di mantenere la direzione e il controllo della compagine (senza sacrificarne la flessibilità) per sviluppare correttamente l’attività secondo i piani iniziali.

Parallelamente alla scelta della forma giuridica più adeguata per il conseguimento dello scopo sociale, sarà fondamentale per il Dottore Commercialista padroneggiare la normativa specifica e di recente introduzione relativa alla particolare forma aziendale delle PMI innovative e delle startup innovative, destinatarie di una legislazione incentivante *ad hoc*. In questo senso si segnala il ruolo fondamentale riconosciuto alla categoria professionale per la redazione dell’atto costitutivo senza l’ausilio di un notaio, settore ancora poco esplorato in rapporto alla convenienza portata da questa possibilità.

Terminata la pianificazione, nella successiva fase di costituzione della startup si moltiplicheranno gli aspetti che un imprenditore, di concerto con i suoi consulenti, dovrà valutare contemporaneamente. Si dovrà determinare il fabbisogno di risorse necessario per sviluppare il business e trovare in concreto le forme di finanziamento alle quali poter attingere. Potrà essere valutato il coinvolgimento di capitale di finanziamento (tramite finanziatori istituzionali come gli istituti bancari oppure tramite canali alternativi come il crowdfunding), di capitale di rischio (tramite soci di capitale, accordi di partnership, ricorso a business angels, ecc.) oppure optare per configurazioni intermedie, valutando caso per caso a quale interlocutore dell’ambiente innovazione (e in che misura) esplicitare il proprio progetto.

Individuate le risorse finanziarie necessarie e disponibili al momento, sarà altresì opportuno chiarire nella prima fase anche eventuali probabili fabbisogni futuri e relative forme utilizzabili per reperire nuova liquidità, tra le quali si evidenzia la possibilità di inserimento in statuto societario di clausole utili alla emissione di strumenti finanziari di partecipazione previsto per le startup innovative.

Nel momento poi in cui l'imprenditore sarà pronto a presentare ufficialmente la propria startup innovativa, normalmente richiedendo fondi ad investitori che possano finanziarla, oltre a presentare i documenti di pianificazione redatti secondo le linee guida di cui sopra, si renderà necessaria una minima valutazione d'azienda (principalmente finalizzata a determinare le quote spettanti agli investitori). Tale aspetto risulterà particolarmente critico, e con buona probabilità da sviluppare con un progetto dedicato a parte, in quanto come noto la valutazione di un'azienda non basata su dati storici (peraltro in settori innovativi dove le procedure comparative sono quasi escluse) è molto complessa e aleatoria.

Una volta inserita l'impresa nel mercato e costruita l'opportuna rete di relazioni con gli attori dell'ambiente innovazione (definiti in un capitolo dedicato) si intraprenderanno una serie di attività finalizzate alla gestione, allo sviluppo e alla maturazione dell'impresa sul mercato. Il ruolo del consulente in questa ultima fase dovrà estendersi, oltre agli aspetti tipici della professione come consulenza societaria, fiscale e giuslavoristica, al piano globale della gestione aziendale, analizzando con continuità gli aspetti strategici e commerciali (suggerimento di nuovi canali di vendita, analisi della clientela di riferimento, opportunità di sviluppo e partnership ulteriori) per finalizzare il suo lavoro e giungere al naturale consolidamento dell'idea innovativa di partenza.

L'exkursus generale chiarisce quindi come nell'ambito in esame sia sempre necessaria la figura di un professionista che, con particolari competenze trasversali, possa assistere lo startupper dall'inizio alla fine del ciclo di vita dell'azienda, affinché la sua "ottima idea" diventi auspicabilmente un "successo imprenditoriale".

1.2. L'analisi della fattibilità del progetto imprenditoriale

L'avvio di una nuova attività imprenditoriale è una scelta complessa, stimolante e spesso in grado di influenzare in profondità molti aspetti della vita di più persone, contemporaneamente e prolungatamente. Il successo o il fallimento di una lunga carriera aziendale dipendono sempre, almeno in parte, dal nucleo di valutazioni e di decisioni che

hanno contraddistinto il concepimento dell'iniziativa. Le modalità con cui si inizia a valutare la realizzazione di un'iniziativa imprenditoriale e la concatenazione delle attività concrete per la sua messa in opera sono fondamentali per il raggiungimento di un futuro di successo.

Per questi motivi uno degli accorgimenti più preziosi per chi intenda accostarsi ad un'esperienza di questo tipo è curare con la massima attenzione l'elaborazione del percorso logico incaricato di supportare tutte le azioni che precederanno ed accompagneranno l'esordio dell'impresa sul mercato, ciò significa predisporre una strategia chiara ed organica di startup che faccia emergere concretamente le idee, i vincoli, le opportunità, i rischi e i programmi giudicati critici per l'avvio e lo sviluppo del business.

Cimentandosi gradualmente ed analiticamente nella costruzione di un concreto progetto d'impresa ci si accorge dell'ingente mole di informazioni e di opzioni che occorre considerare fin dall'inizio sia in ambito strategico che operativo con il fine di aprire la strada alla propria attività e non rischiare di incappare in seguito in brutte sorprese.

Di seguito analizzeremo alcuni importanti strumenti di pianificazione utili all'imprenditore a verificare la fattibilità del progetto della startup:

- il Business Plan;
- la Balance Scorecard;
- le Analisi SWOT e PEST.

1.1.1. Il Business Plan

Il business plan è un documento che deve illustrare sommariamente i contenuti e le caratteristiche salienti di un progetto imprenditoriale, gli obiettivi e le finalità che si vogliono raggiungere attraverso la pianificazione patrimoniale, economica e finanziaria dell'impresa.

Pur essendo la forma del documento totalmente libera, è opportuno che nel documento siano chiaramente evidenziati i punti essenziali dell'esposizione come:

- Studio dell'ambiente circostante all'impresa: analizza il mercato, la concorrenza, le strategie da adottare.

- Analisi per costruire la struttura finanziaria e quantificare il fabbisogno finanziario, nonché la scelta delle fonti di finanziamento necessarie alla copertura del fabbisogno.
- Studio del progetto imprenditoriale e degli obiettivi che si intendono realizzare.
- Pianificazione delle strategie e determinazione del piano operativo in tutte le sue aree.
- Utilizzo del budgeting nella quantificazione degli obiettivi e dell'analisi degli scostamenti come procedura di controllo dell'andamento dell'impresa.
- Analisi dell'organizzazione aziendale ritenuta più efficiente con gli obiettivi da raggiungere e determinazione delle responsabilità e ruoli del personale incaricato.

Il business plan può essere redatto in differenti fasi del ciclo di vita di un'azienda e solitamente è tanto più utile quanto più ci si trova a fronteggiare delle situazioni di discontinuità oppure a valutare nuovi progetti, nuove opportunità o nuove partnership. Risulta fondamentale nel supporto della fase di avvio e costituisce una sorta di pilastro portante su cui appoggiare il progressivo aumento della complessità della gestione aziendale. Le sue funzioni sono molteplici, ma una in particolare è spesso sottovalutata dal mondo imprenditoriale: il business plan completa con precisione la definizione del percorso strategico, consentendo di valutare i punti di forza e di debolezza e quindi di individuare le azioni alternative praticabili. Inoltre, stabilisce un benchmark che funge da strumento di controllo, sulla base del quale poter misurare le decisioni e i risultati aziendali futuri.

Le altre funzioni del business plan che sanciscono la sua insostituibile opera di anello di congiunzione con il mondo esterno durante tutto il corso della vita aziendale sono: il supporto nella ricerca di finanziamenti sotto forma di capitali di credito, di capitale di rischio o di contributi pubblici e la veicolazione di informazioni dettagliate sull'impresa al fine di promuovere i rapporti con potenziali partner in joint venture. Il business plan, all'interno dell'impresa, è alla base per la pianificazione strategica (3-5 anni).

Differenze tra il business plan e il budget

Risulta importante distinguere il business plan da un altro strumento di valutazione del business come il budget, del quale si deve invece sottolineare la forte complementarietà. Il

business plan può essere concepito come il piano realizzato ad hoc in fase di analisi di una nuova iniziativa e preposto alla valutazione dell'attrattività e finanziabilità del progetto.

Il budget invece costituisce, all'interno di un'impresa, lo strumento che raccorda l'attività di pianificazione strategica e operativa generale con le varie funzioni aziendali, esplicitando in chiave numerica gli obiettivi definiti e perseguiti a livello di top management. Le varie funzioni, processi ed aree aziendali, mediante la loro autonomia organizzativa lo prendono a riferimento in modo da rendere misurabili e le loro attività e confrontarle con i risultati attesi. Si tratta quindi più di uno strumento di monitoraggio e reporting interno che un vero e proprio strumento di pianificazione.

Esempio di struttura

La preparazione del business plan cambia a seconda delle finalità per cui è costruito. In particolare, la redazione di un business plan può servire ad un imprenditore, come già detto, a valutare la fattibilità economica di un'idea di business, ad un finanziatore esterno a valutarne la sostenibilità finanziaria; o a enti esterni per valutarne il grado di innovazione e di replicabilità.

Con lo scopo di stimolare la lettura dell'elaborato è possibile fare un riassunto generale iniziale, in una o due pagine al massimo, nel quale si sintetizzi l'iniziativa, gli obiettivi, le strategie, i costi, i finanziamenti richiesti e l'uso che si intende fare degli stessi.

Lo stile di scrittura può essere altamente professionale o alla portata di tutti, a seconda delle intenzioni dello scrivente.

In generale, è possibile individuare due parti o macro-aree di lavoro: la parte iniziale, descrittiva, e quella successiva, che contiene i dati economico-finanziari.

La parte descrittiva, oltre alla presentazione dell'impresa e del progetto, si compone di analisi e studi necessari per una corretta comprensione del mercato, della concorrenza, del prodotto/servizio offerto e del piano strategico e operativo.

La parte economico-finanziaria, fornisce uno strumento che consente di interpretare i dati raccolti nella prima parte, disponendoli in una serie di prospetti che guidino il lettore nella valutazione del progetto e che siano al contempo gli strumenti per una presentazione professionale e accurata dello studio.

In dottrina sono state elaborate delle linee guida per la redazione di un business plan, come di seguito riportato sinteticamente.

1) La descrizione dell'azienda e della sua storia

Nel modello va riportata una sintetica ma dettagliata introduzione della storia dell'impresa o dell'idea imprenditoriale. Può essere riportata la forma giuridica, la composizione societaria, il management e tutta la storia dalla costituzione.

Sarà interessante riportare anche eventi significativi del passato, quali la realizzazione di precedenti progetti, lo stato di avanzamento degli stessi, i risultati conseguiti, e così via. In questo modo è possibile già tracciare le prospettive e lo scenario del prossimo futuro.

In caso di nuova attività imprenditoriale, è necessario riportare gli stadi di sviluppo dell'iniziativa, le fasi completate e quelle programmate.

E' necessario precisare e specificare i vari ruoli dei componenti della società e dei vari team coinvolti nell'attività economica.

2) Sintesi del piano di business del prodotto/servizio

All'interno del paragrafo viene sintetizzato il piano di business da realizzare, delineando gli aspetti rilevanti indicando le ragioni produttive, commerciali ed economiche che hanno determinato la decisione di investimento e gli obiettivi produttivi perseguiti.

La descrizione dei prodotti/servizi offerti non deve limitarsi a una semplice elencazione fisica degli stessi: è importante individuare l'output aziendale attraverso l'analisi delle funzioni che assolvono nei confronti del mercato, o meglio, del consumatore e delle prospettive economico/finanziarie a medio lungo termine.

Il prodotto/servizio deve essere confrontato con realtà già esistenti e in questa fase è utile evidenziarne la portata innovativa, i punti di forza e di debolezza.

3) Il mercato di riferimento

La corretta elaborazione del piano di fattibilità richiede l'adeguata conoscenza delle caratteristiche del mercato in cui l'azienda opera. Tale considerazione vale sia se si è in presenza di un nuovo progetto, sia nel caso di un ampliamento di un'iniziativa già in essere. All'interno del mercato, qualsiasi impresa si rivolge a uno o più gruppi di consumatori. Il target dei consumatori è, dunque, quel particolare segmento che individua un gruppo di potenziali acquirenti che possiedono caratteristiche simili. L'individuazione

del gruppo dei consumatori avviene attraverso una particolare tecnica definita segmentazione della domanda.

Il piano di marketing, in questa fase, è orientato alla preliminare individuazione dei bisogni e desideri dei potenziali clienti nei vari segmenti di mercato.

L'analisi del mercato dal lato della domanda è finalizzata, quindi, all'individuazione di bisogni e desideri mentre sul lato dell'offerta viene valutato l'esistenza di concorrenti già presenti o di potenziali nuovi concorrenti e il loro posizionamento sul mercato.

E' indispensabile valutare l'esistenza delle barriere all'entrata: barriere legali (vincoli di legge), economiche e tecnologiche (necessità di dotarsi di particolari tecnologie)

I concorrenti possono essere distinti in diretti e indiretti. Tale classificazione non si riferisce alla natura dell'attività svolta, ma al mercato di riferimento. In primo luogo, si definiscono concorrenti di un'azienda quelle imprese che offrono prodotti/servizi atti a soddisfare gli stessi bisogni del consumatore. I concorrenti diretti offrono prodotti/servizi che soddisfano bisogni identici o simili e che quindi sono tra loro fungibili. I concorrenti indiretti si rivolgono, parzialmente, allo stesso target ma il grado di sostituzione non è così elevato.

E' opportuno poi individuare il mercato obiettivo, potenziale ed effettivo. Il primo è il frutto della decisione strettamente strategica dell'azienda, il secondo della percentuale di potenziali compratori del mercato obiettivo e il terzo è il mercato che corrisponde alle vendite effettive.

4) L'impatto ambientale

Vanno forniti tutti gli elementi necessari a identificare gli obblighi in materia ambientale previsti dalle normative vigenti che derivano dall'esercizio dell'attività e dalla realizzazione del programma, indicando, se già esistenti, gli estremi delle autorizzazioni e/o delle certificazioni acquisite o, in mancanza, lo stato delle relative procedure.

Dovranno essere indicate le fonti di approvvigionamento dell'acqua e gli elementi in merito all'eventuale quantità di rifiuti aggiuntivi e relative modalità di smaltimento, specificando la disponibilità del Comune a soddisfare le relative esigenze.

5) Le risorse finanziarie utilizzate

In questa parte del business plan vanno indicate le risorse economico/ finanziarie con cui si prevede di sostenere l'attività sulla base del fabbisogno scaturito dall'analisi degli investimenti.

Già in questa fase del progetto può essere pianificato l'insediamento in incubatori certificati (poli tecnologici, acceleratori, etc.) grazie ai finanziamenti di bandi regionali e nazionali che prevedono il pagamento dell'affitto di spazi per un arco temporale predefinito e per il supporto economico all'idea imprenditoriale.

In questa fase è utile descrivere il processo produttivo, i fattori produttivi e gli investimenti e fonti di finanziamento previste per il progetto/prodotto.

L'insieme delle fonti interne ed esterne costituiscono il capitale investito nell'iniziativa. Al fine di una corretta elaborazione del piano finanziario dell'impresa è necessario individuare il giusto mix tra capitale proprio e capitale di terzi. Una differente composizione dell'attivo o del passivo determina, infatti, una differente scelta di ottimizzazione del capitale.

La natura del fabbisogno finanziario di un'impresa cambia a seconda della programmazione e della natura del progetto imprenditoriale.

6) Pianificazione economico-finanziaria

Nell'ultima parte del business plan devono essere inseriti stato patrimoniale, conto economico e rendiconto finanziario previsionali dell'arco di tempo preso in considerazione per la pianificazione. A discrezione, può essere interessante riportare anche la previsione del raggiungimento del punto di break even e l'analisi degli indici economici e patrimoniali.

1.1.2. La Balance Scorecard

La BalancedScorecard [BSC] è uno strumento di management d'impresa complesso e multidimensionale che affianca all'analisi delle tradizionali misure economiche finanziarie e patrimoniali (strettamente connesse e derivate dal bilancio) un focus sugli altri obiettivi critici aziendali – sia di tipo qualitativo che quantitativo – che deve perseguire un'impresa per competere sul mercato basandosi sulle proprie capacità intrinseche e sulla sua tendenza ad innovare. Una BSC ben costruita è in grado di fornire una visione integrata dell'intera realtà aziendale ed orientare le operazioni in modo coerente verso un'unica finalità, ovvero il perseguimento della vision aziendale.

Nasce da uno studio sviluppato da gli statunitensi Kaplan e Norton e pubblicato per la prima volta sull'Harvard Business Review nel 1992. Esistono varie versione di BSC, ciascuna delle quali utilizza prospettive diverse di analisi (spesso sviluppate per l'adattamento e l'applicazione dello strumento a settori diversi da quelli di business, quali a

titolo esemplificativo ONLUS, smart cities, ecc.), tuttavia il modello più conosciuto ed utilizzato è proprio quello originario di Kaplan e Norton.

Lo strumento, data la sua struttura, può essere in realtà utilizzato in un due fasi della vita aziendale: in fase di pianificazione (pre-seed) e in fase di controllo di gestione o consolidamento.

In fase di pianificazione ha lo scopo di definire gli obiettivi dell'impresa sulla base della strategia aziendale definita a monte. Si colloca quindi successivamente alla fase di individuazione della vision/mission aziendale (dove si definisce l'aspirazione, lo scopo e la strategia dell'impresa) e prima della fase di pianificazione operativa (dove si definiscono le modalità operative per il raggiungimento dei risultati).

Il processo di pianificazione può essere così riassunto:

pianificazione strategica → BSC → pianificazione operativa

In sede di controllo di gestione, sulla base dei dati ottenuti nei reports può assolvere funzioni di reporting e feedback. Può essere utilizzata pertanto sia in fase di round-up che in fase di consolidation.

Recentemente è stata implementata in alcuni sistemi di B.I. complessi di aziende più strutturate.

Logica di costruzione

La versione più nota (Kaplan e Norton, 1992) individua 4 prospettive multidimensionali di analisi aziendale, strettamente connesse l'una con l'altra.

- Financial perspective (prospettiva economico finanziaria)
- Customer perspective (prospettiva del cliente)
- Internal business perspective (prospettiva dei processi interni)
- Learning and growth perspective (prospettiva dell'apprendimento e sviluppo)

Per ciascuna prospettiva sono progressivamente individuati:

- Objectives o KPA (Key Performance Areas)
- Measures o KPI (Key Performance Indicators)
- Targets

- Actions

Le KPA sono le aree chiave da identificare per il successo aziendale. In questa sede si determinano a livello qualitativo gli obiettivi da perseguire per il successo aziendale.

Le KPI sono le unità di misura che vengono stabilite per misurare gli obiettivi qualitativi individuati, ovvero un indicatore personalizzato per rappresentare con dei valori gli obiettivi individuati nelle KPA.

I targets sono i valori delle KPI che l'azienda verosimilmente vuole raggiungere. Le ACTIONS sono le azioni, che verranno poi trasferite nella pianificazione operativa, e che possono influenzare il KPI per farlo tendere al target. In sede di controllo di gestione, reporting e feedback si confronterà il valore raggiunto dal KPI rispetto al target prefissato. Di seguito si riportano alcuni esempi di KPA e KPI più comunemente utilizzati¹.

¹ "Example of Quadrant Objectives and Measures: Kaplan and Norton (1996a)"

Learning & Growth		Internal Business Processes	
Objectives	Measures	Objectives	Measures
To value our staff	Employee Retention Index	To continually challenge competitor products in the market place	Time to Market for Next Generation of Products
To maximise productivity	Output per Head	To compete on product reliability	Production Defect Rates
To develop a skilled workforce	Number of Training Hours Completed Per Head	To compete on competitive logistics capabilities	Stock Replenishment Cycle Times
To provide internal information	Information Availability Survey Index	To compete on product delivery channel mix	Volumes of Transactions Conducted Through Each of Our Delivery Channels
To create organisational alignment	Peer Evaluation Measures Within / Between Teams	To capture a unique supply chain	Percentage of Supplier's Revenue Dependent on Us
To cultivate a core competence in ...	Skill and Technology Measures Related to Desired Competence	To reinvent our value creation system	Benchmarking Index for Supplier of Outsourced Activities

Financial		Customer	
Objectives	Measures	Objectives	Measures
To achieve a higher return on investment	ROI, ROCE	To dominate our major markets	Market Share
To see significant revenue from our new product launch	Revenue Growth on Selected Product Lines	To delight our targeted customers	Customers Satisfaction Survey Results
To maximise profitability per transaction	Unit Costs	To increase revenue through repeat purchases	Customers Retention Over Time
To minimise our cost of obtaining funds	Credit Rating	To grow our business in a selected target group	Customer Acquisition From Target Group
To delight our shareholders	Value Added Measures	To add margin through image or fashion	Marketing Spend as a Percentage of Sales
To improve our cash flow	Creditor Days	To build customers recognition	Corporate Image or Brand Awareness Polls

Dimensionamento aziendale e collegamento tra dimensioni

Per rendere efficace l'analisi tramite Balance Scorecard è fondamentale individuare l'ambito di applicazione dello strumento all'interno dell'azienda stessa. La BSC è sempre adattabile, ovvero può essere sviluppata ed applicata con riferimento all'intero business o a dimensioni minori e sempre scalabili (ad esempio per singolo settore, area, ramo o progetto interno).

Qualora si applicasse a dimensioni inferiori a quelle dell'intero business, risulta critico l'aspetto di collegamento tra dimensioni, poiché sarà necessario individuare a priori le relazioni tra le KPA e i KPI a diversi livelli dimensionali. In altre parole si deve considerare che un KPI può influenzarne un altro, analogamente le actions possono influenzare più di un KPI. Ulteriormente potrebbero esistere actions o KPI individuabili non coerenti, ovvero di segno opposto (una stessa action può avvicinare un KPI al proprio target, ma contemporaneamente allontanarne un altro dal proprio target).

Il manager o il professionista che costruirà ed utilizzerà lo strumento dovrà aver preventivamente ben chiare queste relazioni per evitare di definire variabili impossibili e discordanti in sede di sviluppo.

1.1.3. Le analisi SWOT e PEST

L'analisi SWOT

L'analisi SWOT è un'analisi di supporto alle scelte che risponde ad un'esigenza di razionalizzazione dei processi decisionali. È una tecnica sviluppata da più di 50 anni come supporto alla definizione di strategie aziendali in contesti caratterizzati da incertezza e forte competitività. A partire dagli anni 80 è stata utilizzata come supporto alle scelte di intervento pubblico per analizzare scenari alternativi di sviluppo. Oggi l'uso di questa tecnica è stato esteso alle diagnosi territoriali ed alla valutazione di programmi regionali tant'è che i regolamenti comunitari ne richiedono l'utilizzo per la valutazione di piani e programmi.

L'analisi SWOT è un procedimento logico, originariamente utilizzato in economia aziendale e poi applicato negli altri ambiti, che consente di rendere sistematiche e fruibili le informazioni raccolte circa un tema specifico.

La validità dell'analisi SWOT, in termini di esaustività, è legata in maniera diretta alla completezza dell'analisi "preliminare". Il fenomeno oggetto della valutazione deve essere approfonditamente studiato per poter mettere in luce tutte le caratteristiche, le relazioni e le eventuali sinergie con altre proposte. Per tale ragione non è necessario conoscere solo il tema specifico ma c'è bisogno di avere quanto più possibile il quadro riguardante l'intero contesto completo.

Attraverso tale tipo di analisi è possibile evidenziare i punti di forza (strengths) e di debolezza (weakness) al fine di far emergere le opportunità (opportunities) e le minacce (threats) che derivano dal contesto esterno cui sono esposte le specifiche realtà settoriali.

L'analisi SWOT consente inoltre di distinguere fattori esogeni ed endogeni alle dinamiche aziendali.

I fattori endogeni sono tutte quelle variabili che fanno parte integrante del sistema sulle quali è possibile intervenire, i fattori esogeni invece sono quelle variabili esterne al sistema che possono però condizionarlo, su di esse non è possibile intervenire direttamente ma è necessario tenerle sotto controllo in modo da sfruttare gli eventi positivi e prevenire quelli negativi.

L'efficacia dell'analisi dipende dalla possibilità di effettuare una lettura incrociata dei fattori individuati nel momento in cui si decidono le linee guida da seguire per raggiungere gli obiettivi prefissati.

I punti di forza e di debolezza sono propri del contesto di analisi e sono modificabili grazie agli interventi ed alle politiche proposte. Le opportunità e le minacce, al contrario non sono modificabili perché derivano dal contesto esterno.

Lo scopo dell'analisi è dunque quello di fornire le opportunità di sviluppo dell'area territoriale, attraverso la valorizzazione degli elementi di forza e da un contenimento delle debolezze. Questo, mediante l'analisi di scenari alternativi di sviluppo, consente di rappresentare i principali fattori che possono influenzare il successo di un piano

Due metodologie attraverso le quali i fattori caratterizzanti (punti di forza, debolezze, opportunità e rischi) vengono determinati: a tavolino e con lavori di gruppo. Nel primo è il ricercatore a formulare, sulla base dei dati raccolti da "saperi esperti" in modo neutrale ed oggettivo, la previsione degli scenari. Nel secondo, invece, vengono sfruttate tecniche partecipate per individuare scenari condivisi con l'analisi congiunta tra esperti e stakeholders.

Matrice dell'analisi SWOT



Le fasi di attuazione dell'analisi SWOT

- Raccolta minuziosa delle informazioni sul settore di riferimento, interno ed esterno, nel quale si vuole sviluppare il progetto;
- Identificazione delle componenti del progetto da sviluppare;
- Individuazione dei fattori esogeni, classificandoli come opportunità e minacce, per ogni componente in cui è articolato il progetto;
- Individuazione dei fattori endogeni, classificandoli come punti di forza e di debolezza, per ogni componente in cui è articolato;
- Classificazione/Selezione delle possibili strategie. In tale fase, si fa leva sui punti di forza e si cerca di ridurre i punti di debolezza, si massimizzano le opportunità e si minimizzano le minacce, permettendo così la realizzazione delle varie componenti del progetto;
- Fase finale di controllo e valutazione complessiva sull'efficacia delle strategie adottate.

L'analisi PEST

L'analisi PEST è una metodologia che si basa su alcune variabili del contesto che riescono a tratteggiare lo scenario esistente nell'ambiente in cui opera l'organizzazione. Si tratta di

una analisi il cui scopo è quello di individuare quali variabili possono essere rilevanti nel processo decisionale, nelle scelte strategiche ed operative dell'organizzazione. Essa può essere sviluppata anche in chiave prospettica con lo scopo di individuare i principali elementi di discontinuità con i quali ci si vuole confrontare. L'analisi è focalizzata sulla valutazione di quattro variabili macro-ambientali:

- **Politica.** Il contesto politico può condizionare il contesto generale ed il settore di appartenenza attraverso provvedimenti legislativi che ne regolano il funzionamento.
- **Economia.** La situazione economica può influenzare le scelte e le strategie dell'organizzazioni condizionando ad esempio la capacità di accesso al credito o la capacità di spesa di utenti e clienti o delle stesse amministrazioni.
- **Società.** Le tendenze sociali e culturali, i cambiamenti negli atteggiamenti e nelle percezioni dei cittadini rispetto a certi temi, oppure cambiamenti nella struttura socio-demografica della società possono avere effetti significativi sulla domanda e sull'offerta di beni e servizi.
- **Tecnologia.** Le dinamiche tecnologiche con l'irrompere di nuove tecnologie e nuove infrastrutture (si pensi alla digitalizzazione) possono modificare radicalmente l'ambiente in cui l'organizzazione agisce.

2. Inquadramento giuridico-fiscale delle startup e delle PMI innovative

Dopo aver passato in rassegna alcuni dei principali strumenti di pianificazione utili, sia all'interno che all'esterno dell'impresa, alla verifica della fattibilità del progetto imprenditoriale, nel corso di questo paragrafo saranno approfondite le variabili determinanti il momento istituzionale.

Se da un lato, compiuto questo momento, si può ormai considerare chiusa la fase di pre-seed, dall'altro l'imprenditore, sia collettivo che individuale, non può esimersi dal considerare a priori come intende operare in questa fase di vita aziendale.

Avere chiaro come ed in che forma operare per istituzionalizzare l'impresa è, infatti, senz'altro utile nella fase preventiva di analisi della fattibilità.

Solo così sarà possibile fare congetture realistiche sulla struttura finanziaria da utilizzare, sulla possibilità di accesso o meno ad agevolazioni concesse sia a livello nazionale che comunitario, sul dimensionamento che si intende realizzare, su come attrarre e mantenere partners capaci di apportare know-how, sulla forma da utilizzare per aggregarsi con altri attori della filiera.

In questa sede non si ritiene utile aprire una disamina sulle diverse forme utilizzabili per l'avvio dell'impresa; ciò si dimostrerebbe senz'altro riduttivo, data la complessità dell'argomento e la necessità di una sua valutazione caso per caso.

Tuttavia, appare opportuno considerare i più recenti sviluppi normativi in tema di startup in modo da avere presenti quali siano le possibili agevolazioni concesse dal Legislatore ed i requisiti richiesti per accedervi.

Nello specifico, nel seguito della trattazione occorrerà delineare un quadro di startup innovativa, introdotta nel nostro ordinamento con il D.L. 179/2012 ("Decreto Crescita 2.0"), così da fornire elementi utili per scegliere, qualora ne ricorressero le condizioni, se dotarsi o meno dei requisiti formali richiesti per sfruttare le agevolazioni accordate dal Legislatore.

2.1. Le startup innovative

Con il fine ultimo di favorire le condizioni per cui, soggetti dotati di talento, energia e creatività, possano concretizzare le proprie idee imprenditoriali, accogliendo i suggerimenti del rapporto Restart Italia², il Governo con il D.L. 179/2012³ (“Decreto Crescita 2.0”) ha introdotto nell’ordinamento giuridico italiano la definizione di una nuova impresa innovativa ad alto valore tecnologico: la startup innovativa.

In favore di questa tipologia è stata predisposta una disciplina che prevede nuovi strumenti e misure di vantaggio che incidono sull’intero ciclo di vita aziendale, dalla nascita alle fasi di crescita, sviluppo e maturazione.

Tale policy, tuttavia, si evolve e si arricchisce continuamente. Successivi interventi normativi⁴ ne hanno ampliato la portata implementandola di nuovi strumenti agevolativi.

Definizione di startup innovativa

L’art. 25 del D.L. 179/2012 definisce la startup innovativa una “società di capitali, costituita anche in forma cooperativa, di diritto italiano oppure società Europea, le cui azioni o quote non sono quotate su un mercato regolamentato o su un sistema multilaterale di negoziazione”.

Vi rientrano, pertanto, sia le S.r.l. (compresa la nuova forma di S.r.l. semplificata o a capitale ridotto), sia le S.p.A., le S.a.p.A., sia le Società cooperative.

Inoltre, per poter accedere ai benefici offerti dal Legislatore, deve trattarsi di società:

- nuove o comunque con meno di 5 anni di attività;
- con sede principale in Italia o in altro Paese membro dell’Unione Europea (o in Stati aderenti all’accordo sullo spazio economico europeo) purché abbiano la sede produttiva o una filiale in Italia;
- con fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro;

²Il rapporto Restart Italia (http://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/startup_low_small.pdf) è stato formulato da una task force di 12 esperti istituita nell’aprile 2012 dal MISE ed emersi dalla consultazione con i principali attori dell’ecosistema imprenditoriale nazionale.

³ Convertito dal Parlamento con la L. n. 221/2012.

⁴ D.L. n.76/2013 “Decreto Lavoro” convertito con L. n. 99/2013, D.L. 3/2015 “Investment Compact” convertito con L. n. 33/2015.

- che abbiano come oggetto sociale, esclusivo o prevalente, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico;
- che non siano costituite da fusione, scissione o a seguito di cessione di azienda o di ramo di azienda;
- con contenuto innovativo, identificato con il possesso di almeno uno dei tre seguenti criteri:
 - a) almeno il 15% del maggiore tra fatturato e costi annui è ascrivibile ad attività di ricerca e sviluppo;
 - b) la forza lavoro complessiva è costituita per almeno 1/3 da dottorandi, dottori di ricerca o ricercatori, oppure per almeno 2/3 da soci o collaboratori a qualsiasi titolo in possesso di laurea magistrale;
 - c) l'impresa è titolare, depositaria o licenziataria di un brevetto registrato (privativa industriale) oppure titolare di programma per elaboratore originario registrato.

Il possesso dei requisiti appena esposti viene autocertificato contestualmente alla registrazione nella rispettiva sezione speciale del Registro delle Imprese, creata ad hoc presso le Camere di Commercio.

Da contrappeso a questa “flessibilità in entrata” il Legislatore ha istituito:

- i controlli ex post affidati alle autorità competenti sull'effettivo possesso dei requisiti;
- l'obbligo di aggiornare su base semestrale (30 giugno e 31 dicembre) i dati forniti al momento dell'iscrizione nella sezione speciale e da confermare almeno una volta l'anno;
- contestualmente a uno dei due adempimenti semestrali, il possesso dei requisiti, pena la perdita dello status speciale e delle agevolazioni correlate⁵.

Il Registro speciale delle startup innovative è aggiornato dal sistema camerale su base settimanale ed è reso pubblico in formato elettronico in modo da fornire, sia al pubblico,

⁵Per approfondimenti si veda la Circolare N. 3672/C emessa dal Ministero dello Sviluppo Economico il 19 agosto 2014.

sia alle istituzioni⁶, tutti gli elementi per monitorare l'impatto della nuova normativa sulla crescita economica, l'occupazione e l'innovazione.

Misure di agevolazione

Le startup innovative godono di molteplici agevolazioni sia da un punto di vista societario, sia giuslavoristico che fiscale.

Sotto il primo profilo, oltre alla riduzione delle spese di impianto in sede di costituzione (e successive modificazioni dell'atto costitutivo) utilizzando un modello standard tipizzato firmato digitalmente⁷, sono previste importanti deroghe alla disciplina societaria ordinaria.

In particolare, è stata data la possibilità alle startup costituite in forma di S.r.l. di avvalersi di strumenti che consentono una più efficace e proficua raccolta di capitali sia verso il pubblico che verso investitori informali.

Proprio l'art. 26 del già citato D.L. 179/2012, prevede che la startup costituita come S.r.l. possa:

- creare categorie di quote fornite di diritti diversi e, nei limiti imposti dalla legge, determinare liberamente il contenuto delle varie categorie anche in deroga al disposto dell'art. 2468, co. 2 e 3 c.c. e, tra queste, crearne di particolari che non attribuiscono diritti di voto o che li attribuiscono in misura non proporzionale alla partecipazione, oppure limitati a particolari argomenti o subordinati al verificarsi di determinate condizioni potestative, derogando così alla norma stabilita al comma 5 dell'articolo 2479 c.c.;
- far sì che le sue quote di partecipazione costituiscano oggetto di offerta al pubblico di prodotti finanziari, derogando a quanto disposto dall'art 2468, co. 1 c.c.;
- compiere operazioni sulle proprie partecipazioni, derogando al principio sancito all'art. 2474 c.c. posto a tutela di creditori, soci e società stessa, qualora l'operazione sia compiuta in attuazione di piani di incentivazione che prevedono l'assegnazione di quote di partecipazione a dipendenti, collaboratori o componenti dell'organo amministrativo, prestatori d'opera e servizi anche professionali;

⁶E' previsto, infatti, l'obbligo in capo al Ministro dello Sviluppo economico di relazionare annualmente in Parlamento così da monitorare e valutare periodicamente l'impatto economico della normativa in oggetto.

⁷Art 4, co. 10 bis, "Investment Compact".

- prevedere a seguito dell'apporto da parte dei soci o di terzi, anche di opera o servizi, l'emissione di strumenti finanziari forniti di diritti patrimoniali o anche di diritti amministrativi, escluso il voto nelle decisioni dei soci ai sensi degli articoli 2479 e 2479-bis c.c.

Inoltre, sempre sotto il profilo societario è prevista una importante deroga alla “disciplina del capitale”. In particolare, il Legislatore dimostra consapevolezza riguardo le problematiche che contraddistinguono le fasi di pre-seed e seed prevedendo l'estensione di dodici mesi del periodo di c.d. “rinvio a nuovo” delle perdite e, nei casi di riduzione al di sotto del minimo legale, dal differimento della decisione sulla ricapitalizzazione entro la chiusura dell'esercizio successivo, consentendo così maggiori possibilità di conseguire i risultati sperati non compromettendo la continuità aziendale.

Infatti, nella stessa Relazione Illustrativa al D.L. in commento, il Legislatore giustifica la deroga con il fatto che essa “può consentire alla impresa startup innovativa di completare l'avvio e di rientrare fisiologicamente nelle perdite maturate nelle primissime fasi” e persegue “l'obiettivo di snellimento procedurale nel periodo iniziale dell'attività”.

Tuttavia, dato l'elevato rischio che fisiologicamente caratterizza l'investimento in attività innovative, il Legislatore ha previsto anche una disciplina di favore in caso di eventuale crisi.

Tale disciplina può ritenersi volta anche a promuovere una responsabilizzazione dell'imprenditore innovativo, stimolandolo a reagire tempestivamente ai primi segnali di crisi, quando sia ancora applicabile la disciplina in oggetto ed il dissesto non sia tanto grave da precludere ogni possibilità di accordo con i creditori, così che possa essere perseguita nel migliore modo possibile una rapida ripartenza.

Nello specifico, fino a che la startup può essere qualificata come innovativa (ossia nei primi cinque anni dalla costituzione ed a condizione che permangano i requisiti richiesti per l'iscrizione nella sezione speciale del registro delle imprese) non può essere dichiarata fallita, né può essere sottoposta ad altre procedure concorsuali previste dalla Legge fallimentare.

La startup innovativa, per “paralizzare” eventuali azioni esecutive individuali promosse dai creditori e trovare una soluzione unitaria che consenta di superare la crisi, ha a disposizione i due strumenti regolati dalla L. n.3/2012 sul sovra indebitamento, il

procedimento di composizione della crisi mediante accordo con i creditori e quello di liquidazione dei beni.

Dell'eventuale apertura di tali procedure viene data pubblicità nel Registro delle imprese e, da quel momento, i creditori non possono più promuovere azioni esecutive o cautelari, né acquisire diritti di prelazione.

In estrema sintesi, l'accordo di composizione della crisi si basa sulla presentazione di una proposta corredata da un piano che preveda termini e modalità di pagamento dei creditori.

Con un procedimento⁸, la cui durata è fissata in sei mesi, la startup innovativa può ottenere il risultato di liberarsi integralmente delle proprie obbligazioni e poter, eventualmente, riprendere l'attività con un "fresh start".

E' importante sottolineare quanto l'agevolazione concessa sia volta ad aggredire sul piano culturale il paradigma di stigmatizzazione del fallimento, così da incentivare sia una maggiore propensione ad investire da parte dell'imprenditore, sia a non pregiudicare la sua reputazione.

I soci della startup innovativa in crisi, infatti, godono di una particolare tutela anche sotto il profilo della riservatezza.

Il Legislatore, temendo che l'insuccesso dell'iniziativa possa pregiudicare possibili programmi di investimento futuri, ha stabilito che decorsi dodici mesi dall'iscrizione nel Registro delle imprese dell'apertura della liquidazione del patrimonio della startup, venga interdetto l'accesso ai dati dei soci (anche se amministratori o comunque investiti di cariche o qualifiche), tranne che all'autorità giudiziaria e a pubbliche autorità.

⁸Il procedimento si svolge con l'ausilio di un organismo di composizione della crisi (le cui funzioni possono essere svolte dagli organismi di conciliazione presso le Camere di Commercio, dagli ordini professionali di avvocati, commercialisti e notai, da enti pubblici dotati di speciali requisiti, o, in alternativa, da un avvocato, commercialista o notaio nominato dal Tribunale su richiesta del debitore) e sotto la vigilanza del tribunale. L'accordo può essere omologato solo se viene approvato da tanti creditori che rappresentino il 60% dei crediti; in tal caso, diviene obbligatorio per tutti i creditori, anche dissenzienti, con titolo anteriore all'apertura della procedura. Quando l'accordo di composizione non sia proponibile per difetto dei presupposti, oppure dopo l'omologa non venga correttamente eseguito, la startup innovativa, e anche i creditori nel secondo caso, possono chiedere l'apertura del procedimento di liquidazione del patrimonio. In tale ipotesi, il debitore deve mettere a disposizione, a servizio del pagamento dei creditori, tutti i suoi beni, inclusi quelli che sopraggiungano nei quattro anni successivi all'apertura della procedura. Il procedimento di liquidazione, infatti, per legge non può durare meno di quattro anni, e comunque non può essere dichiarato concluso finché non siano liquidati tutti i beni. Anche in questo caso il procedimento si svolge con l'ausilio dell'organismo di composizione della crisi e sotto la vigilanza del tribunale, ma con la presenza necessaria di un ulteriore soggetto, il liquidatore nominato dal Tribunale, che assume la gestione i beni, ne cura la liquidazione e, una volta accertato lo stato passivo, distribuisce il ricavato delle vendite ai creditori.

In definitiva quindi, al di là del rischio reputazionale e di perdita del capitale investito, i soci non devono temere alcun altro pregiudizio, dal momento che la responsabilità civile resta regolata dalle norme ordinarie del Codice Civile, per cui nelle S.p.A. e nelle S.r.l. i soci non rispondono delle obbligazioni a meno che non sia imputabile una ipotetica responsabilità per *mala gestio*⁹.

Per gli amministratori, invece, oltre all'eventuale responsabilità civile quando abbiano cagionato un danno alla società, soci o terzi, con atti dolosi o colposi, l'eventuale responsabilità penale è da ricondursi alle ipotesi di cui all'art 16 della L. n.3/2012¹⁰.

Non applicandosi la Legge fallimentare e quindi le previsioni riguardanti i reati fallimentari, nel caso in cui la startup faccia ricorso ai procedimenti per il sovra indebitamento soggiace alle disposizioni previste per tale procedura.

Conseguentemente, anche sotto questo profilo, si può concludere che la startup goda di una disciplina di favore, dato che la responsabilità penale viene attivata solo per condotte connotate da elementi di frode ai danni dei creditori.

Sempre sulla scia della maggiore consapevolezza da parte del Legislatore riguardo le peculiarità delle dinamiche aziendali nella fase di avvio dell'idea imprenditoriale innovativa, un'importante agevolazione è concessa sul piano fiscale dall'articolo 26 del "Decreto crescita-bis".

Al comma 4 infatti è prevista la non applicazione della disciplina sulle "società di comodo" e in "perdita sistematica", mentre al successivo comma, l'esonero dal versamento dell'imposta di bollo e dei diritti di segreteria connessi agli adempimenti per l'iscrizione al Registro delle imprese. Quindi, fintanto perdurano i requisiti per rientrare nella disciplina in oggetto, la startup innovativa non dovrà effettuare il test di operatività, né preoccuparsi di

⁹Ricordiamo quanto disposto all'articolo 2476, c. 7, c.c., per cui i soci sono solidalmente responsabili con gli amministratori, qualora abbiano intenzionalmente deciso o autorizzato il compimento di atti dannosi per la società, i soci o i terzi.

¹⁰In particolare, viene sanzionato con la reclusione da 6 mesi a 2 anni e la multa da € 1.000 a € 50.000 chi alteri l'attivo o il passivo per poter accedere al procedimento di composizione della crisi, ovvero produca documentazione contraffatta, od occulti beni in sede di liquidazione del patrimonio, o ancora effettui pagamenti preferenziali o ponga in essere atti intenzionalmente volti a violare l'accordo con i creditori, o, infine, aggravi la situazione debitoria della startup innovativa dopo la presentazione della proposta di accordo.

eventuali perdite conseguite e dell'eventuale aggravio dato dalla maggiorazione dell'aliquota ordinaria dell'imposta sul reddito delle società¹¹.

Inoltre, sempre dal punto di vista fiscale, è previsto all'articolo 4, co. 11 novies, "Investment Compact", l'esonero dall'obbligo di apposizione del visto di conformità per compensazione in F24 dei crediti IVA superiori a 15.000 Euro.

Se, dunque, la norma ordinaria può costituire un disincentivo alla compensazione orizzontale, l'agevolazione in oggetto consente senz'altro rilevanti benefici in termini di liquidità alla startup innovativa che opera nella delicata fase di investimento, potendo così compensare crediti IVA fino a 50.000 Euro.

In ultimo, per facilitare la raccolta di capitali da persone fisiche e giuridiche, sono previsti incentivi fiscali per investimenti effettuati in startup innovative.

In particolare, per le persone fisiche, era prevista una detrazione Irpef pari al 30% dell'investimento, fino a un massimo di 1 milione di euro (fino al 2016 la detrazione era pari al 19% dell'investimento fino ad un massimo di euro 500.000 dell'investimento), mentre per le persone giuridiche l'incentivo consiste in una deduzione dall'imponibile Ires del 30% dell'investimento, fino a un massimo di 1,8 milioni di euro¹². (fino al 2016 la deduzione era pari al 20% dell'investimento).

Con la Legge di Bilancio n. 232/2016, commi da 65 a 69, le suddette agevolazioni sono state estese e rafforzate e nello specifico dal 01/01/2017 la detrazione IRPEF relativa alle somme investite nel capitale di startup innovative è calcolata su un importo massimo di un milione di euro (sino al 31/12/2016 il tetto massimo era pari a 500 mila euro). Inoltre, la detrazione spettante, da calcolarsi sull'importo dell'investimento, è salita dal 19 al 30%. Al contempo, ai soggetti IRES che decideranno di investire in startup/PMI innovative è riconosciuta una deduzione dall'imponibile pari al 30% dell'investimento. Resta, invece, fermo il limite di 1,8 milioni di euro.

Sotto il profilo giuslavoristico, invece, le startup innovative sono soggette, salvo alcune specifiche varianti, alla disciplina dei contratti a tempo indeterminato prevista dal D.L. n. 81/2015 ("Jobs Act").

¹¹Per maggiore completezza si veda la Circolare 16/E, 11 giugno 2014, Agenzia delle Entrate.

¹²Se si tratta di startup innovative a vocazione sociale la percentuale di detrazione per le persone fisiche sale al 25% mentre la percentuale di deduzione per le persone giuridiche sale al 27%.

Infatti, nell'ambito dei 36 mesi entro i quali ordinariamente il contratto potrà essere rinnovato, non trovano applicazione le limitazioni alla proroga sancite al comma 1 e 2 dell'articolo 21 del D.L. n. 81/2015¹³, per effetto dell'espressa previsione di cui al comma 3 del medesimo articolo.

Il Legislatore consentendo così maggiore flessibilità nell'utilizzo dei contratti a tempo determinato, dà la possibilità alla startup di fronteggiare adeguatamente le contingenze operative nel periodo in cui il rischio di impresa assume un alto tasso.

Inoltre è opportuno ricordare che, a differenza di quanto avviene per le altre imprese, le startup innovative con più di 5 dipendenti non sono tenute a rientrare nel limite di contratti a tempo determinato calcolato in rapporto al numero di contratti a tempo indeterminato attivi, potendo così procedere alla stipula di contratti a tempo determinato anche qualora non vi siano contratti a tempo indeterminato attivi.

Sempre nell'ottica di una maggiore elasticità, è consentito alla startup innovativa di remunerare il personale in modo flessibile.

Fatto salvo il minimo tabellare, è lasciato all'autonomia privata stabilire la parte di remunerazione fissa e quella variabile.

Quest'ultima può consistere in trattamenti collegati all'efficienza, alla redditività dell'impresa, alla produttività del lavoratore o del gruppo o ad altri obiettivi o parametri di rendimento concordati dalle parti.

In aggiunta, coerentemente a quanto detto riguardo la possibilità, per le startup costituite in forma di S.r.l., di emettere strumenti finanziari partecipativi a seguito dell'apporto di opere e servizi, vi è la possibilità di remunerare le prestazioni oggetto di tali apporti mediante strumenti finanziari partecipativi.

¹³Si ricorda che i commi 1 e 2 dell'art. 21, D.L. n.81/2015 così dispongono: "1. Il termine del contratto a tempo determinato può essere prorogato, con il consenso del lavoratore, solo quando la durata iniziale del contratto sia inferiore a trentasei mesi, e, comunque, per un massimo di cinque volte nell'arco di trentasei mesi a prescindere dal numero dei contratti. Qualora il numero delle proroghe sia superiore, il contratto si trasforma in contratto a tempo indeterminato dalla data di decorrenza della sesta proroga. Qualora il lavoratore sia riassunto a tempo determinato entro dieci giorni dalla data di scadenza di un contratto di durata fino a sei mesi, ovvero venti giorni dalla data di scadenza di un contratto di durata superiore a sei mesi, il secondo contratto si trasforma in contratto a tempo indeterminato. Le disposizioni di cui al presente comma non trovano applicazione nei confronti dei lavoratori impiegati nelle attività stagionali individuate con decreto del Ministero del lavoro e delle politiche sociali nonché nelle ipotesi individuate dai contratti collettivi. Fino all'adozione del decreto di cui al secondo periodo continuano a trovare applicazione le disposizioni del decreto del Presidente della Repubblica 7 ottobre 1963, n. 1525."

Sia il dipendente che il terzo investono così direttamente nell'idea imprenditoriale, permettendo una maggior liquidità per poter gestire le momentanee difficoltà finanziarie che necessariamente si presentano quando il prodotto/servizio non è ancora disponibile sul mercato e l'azienda non può pertanto avvalersi del flusso generato dalla gestione corrente.

Appare quindi opportuno approfondire questo aspetto, dedicando i paragrafi seguenti all'analisi dei piani di incentivazione dei dipendenti e del c.d. "work for equity", strumenti che consentono alla startup sia maggiore efficienza gestionale, sia importanti benefici ed agevolazioni fiscali per i soggetti assegnatari.

I piani di incentivazione

Occorre, innanzitutto ricordare l'importante agevolazione fiscale e contributiva prevista dal "Decreto Crescita 2.0" per la remunerazione del personale mediante azioni, strumenti finanziari e titoli simili. Nello specifico, l'agevolazione consiste nella non imponibilità, sia ai fini fiscali, sia contributivi, del reddito di lavoro derivante dall'assegnazione di strumenti finanziari o diritti simili, nonché di diritti di opzione per l'acquisto degli stessi attribuiti dalla startup innovativa (o da una società direttamente controllata dallo stesso) ai propri amministratori, dipendenti e collaboratori continuativi¹⁴¹⁵.

Tuttavia qualora la startup acquisti gli strumenti finanziari assegnati, si determina l'immediata decadenza dell'agevolazione e la tassazione del reddito di lavoro, esentato al momento dell'assegnazione, nell'esercizio in cui i soggetti assegnatari cedono gli strumenti finanziari in oggetto.

Analogamente l'esenzione decade qualora i beneficiari cedano gli strumenti finanziari ad un soggetto che direttamente controlla la startup, è direttamente controllato dalla startup oppure è controllato dalla stessa società che controlla anche la startup¹⁶.

¹⁴Ricordiamo che normalmente, invece, il reddito di lavoro dipendente o assimilato derivante dall'assegnazione di azioni, quote o strumenti finanziari viene determinato sulla base del "valore normale" dei titoli e strumenti finanziari effettivamente assegnati, ai sensi del combinato disposto degli artt. 49-52 e 9 del D.P.R. 917/1986.

¹⁵L'esenzione si applica esclusivamente agli strumenti finanziari emessi a decorrere dal 19 dicembre 2012, ovvero la data di entrata in vigore del decreto, cfr. art. 27 comma 3.

¹⁶ Ai sensi dell'art. 2359 c.c. "sono considerate società controllate: 1) le società in cui un'altra società dispone della maggioranza dei voti esercitabili nell'assemblea ordinaria; 2) la società in cui un'altra società

I compensi agevolati sono quelli, di seguito descritti, corrisposti a favore di amministratori, dipendenti e collaboratori continuativi.

Non è necessario estendere questa modalità di remunerazione alla generalità, ma è infatti possibile per la startup l'adozione a favore dei compensi e dei piani di incentivazione anche solo nei confronti di specifici soggetti.

Si ricorda, tuttavia, quanto già detto nel precedente paragrafo per cui la remunerazione dei dipendenti dovrà comunque prevedere anche una parte fissa non inferiore al minimo tabellare previsto, per il rispettivo livello di inquadramento, dal contratto collettivo applicabile (così l'art. 28, comma 7, del Decreto).

Non potranno beneficiare dell'agevolazione in oggetto i compensi in denaro o i piani di incentivazione che prevedano l'attribuzione di una somma di denaro, anche se determinata sulla base del valore delle azioni della startup emittente, essendo questa accordata unicamente a quelli erogati a fronte dell'assegnazione di quote, azioni, strumenti finanziari e similari.

A titolo esemplificativo le startup emittenti, per godere dell'agevolazione, potranno attribuire i seguenti strumenti a fronte dell'erogazione dei compensi dovuti:

- azioni e/o quote;
- stock options;
- restricted stock e restricted stock units;
- strumenti finanziari partecipativi.

Nel caso in cui la startup intenda attribuire uno degli strumenti finanziari appena menzionati, può optare per l'adozione di un accordo o regolamento che ne disciplini espressamente i termini e le condizioni di emissione e/o maturazione, soprattutto nel caso in cui l'assegnazione sia estesa ad un numero elevato di soggetti.

Tale regolamento potrebbe, ad esempio:

- prevedere specifici obiettivi di performance, individuali e/o aziendali, ai quali legare la maturazione dei diritti sottesi all'assegnazione degli strumenti finanziari;

dispone di voti sufficienti per esercitare un'influenza dominante nell'assemblea ordinaria; 3) le società che sono sotto influenza dominante di un'altra società in virtù di particolari vincoli contrattuali con essa".

- condizionare la maturazione alla continuazione del rapporto di lavoro per un periodo minimo di tempo;
- obbligare i beneficiari a mantenere gli strumenti finanziari per un periodo di tempo minimo anche successivamente alla maturazione e/o consegna degli stessi (cd. “minimum holding period”);
- disciplinare espressamente la liquidazione degli strumenti finanziari in caso di cessazione anticipata del rapporto di lavoro, stabilendo, ad esempio, che, in caso di cessazione del rapporto di lavoro per giusta causa, si estinguano tutti i diritti non ancora maturati¹⁷.

Nel dettaglio, l’assegnazione di azioni o quote può avvenire mediante i seguenti modi:

a) aumento di capitale a titolo gratuito: le azioni e le quote possono essere attribuite gratuitamente ai lavoratori dipendenti¹⁸, con delibera dell’assemblea straordinaria¹⁹, nella misura degli utili distribuibili²⁰. Con riferimento agli amministratori e agli altri soggetti che non siano legati da un vincolo di subordinazione, le azioni e le quote possono essere assegnate gratuitamente, sempre previa delibera dell’assemblea straordinaria, nella misura degli utili netti risultanti dal bilancio, dedotta la quota da destinarsi alla riserva legale²¹. In entrambi i casi, il capitale viene aumentato dall’assemblea straordinaria in misura corrispondente agli utili che si intendono attribuire;

b) aumento di capitale a titolo oneroso: le azioni e le quote possono essere attribuite anche mediante aumenti di capitale a pagamento offerti in sottoscrizione ai lavoratori

¹⁷Peraltro l’eventuale presenza di vincoli temporali per l’attribuzione definitiva degli Strumenti Finanziari (es.: per la consegna delle azioni sottostanti le restricted stock o per l’esercizio della stock option) potrebbe comportare un incentivo alla permanenza nella società da parte del soggetto remunerato (il c.d. “effetto fidelizzazione”), molto importante nei settori in cui il “capitale umano” risulta decisivo per il successo dell’iniziativa imprenditoriale.

¹⁸Cfr. l’art. 2349 cod. civ.: la norma in questione fa riferimento esclusivamente alla categoria dei “*prestatori di lavoro dipendente*”. Sebbene sul punto non vi sia un indirizzo univoco, merita osservare come certa parte della dottrina riconduca nell’ambito applicativo della disposizione anche i lavoratori cd. parasubordinati quali i collaboratori continuativi.

¹⁹L’atto costitutivo può altresì attribuire agli amministratori una delega che consenta loro di aumentare il capitale sociale a questi.

²⁰Per quanto il Decreto preveda espressamente che le Startup non possano distribuire utili, tale condizione non dovrebbe venire meno nel caso *de qua*, in cui gli utili destinati all’assegnazione di azioni o quote ai dipendenti sarebbero effettivamente imputati a capitale e non distribuiti sotto forma di dividendi.

²¹Cfr. artt. 2389 e 2432 del cod. civ.; gli utili destinati agli amministratori devono in ogni caso coprire il valore nominale delle azioni/quote e l’eventuale sovrapprezzo.

dipendenti²², con delibera dell'assemblea straordinaria; ove si tratti di una S.p.A., tale delibera potrà prevedere l'esclusione del diritto di opzione degli altri soci²³. Per quanto attiene agli amministratori e agli altri soggetti non legati da un vincolo di subordinazione, l'attribuzione può avvenire con delibera dell'assemblea straordinaria; nel caso di una S.p.A., è necessario che il diritto di opzione alla sottoscrizione da parte degli altri soci venga espressamente escluso o limitato (a condizione che vi sia a tale riguardo un interesse della startup). L'assemblea straordinaria determinerà il prezzo di emissione delle azioni sulla base del valore del patrimonio netto.

La startup può altresì acquistare azioni o quote proprie e successivamente assegnarle ai propri collaboratori. L'acquisto di azioni o quote proprie può avvenire a titolo oneroso, purché vengano utilizzate solamente le riserve disponibili risultanti dall'ultimo bilancio approvato, oppure a titolo gratuito.

La competenza a deliberare l'acquisto di azioni o quote proprie e la loro successiva cessione spetta all'assemblea ordinaria della startup; il consiglio di amministrazione solitamente esegue l'acquisto costituendo una riserva indisponibile di importo pari al valore delle stesse nel bilancio di esercizio nel quale avviene l'acquisto.

Per l'assegnazione di strumenti finanziari partecipativi, invece, è necessaria, oltre alla già ricordata previsione statutaria, una delibera da parte dell'assemblea straordinaria.

Il work for equity

Per quanto riguarda i fornitori d'opera esterni, con il "Decreto Crescita 2.0", è stato introdotto un regime di favore per la loro remunerazione mediante assegnazione di azioni, quote o strumenti finanziari partecipativi.

La nuova norma è fonte di plurimi vantaggi consentendo, in sintesi:

- alle startup di approvvigionarsi dei servizi necessari con forme alternative di remunerazione, con effetti positivi sulla liquidità;
- per i fornitori di investire nell'idea imprenditoriale acquisendo (o incrementando) partecipazioni e non computando ai fini fiscali tale remunerazione nel calcolo del reddito complessivo.

²²Ovvero in favore dei dipendenti di società che controllano o che sono controllate dal Soggetto abilitato.

²³Così l'art. 2441, ultimo comma, cod. civ.

In particolare, l'art. 27, co. 4, del D.L. n. 179/2012 (c.d. "Decreto crescita 2.0") dispone che "le azioni, le quote e gli strumenti finanziari partecipativi emessi a fronte dell'apporto di opere e servizi resi in favore di startup innovative o di incubatori certificati, ovvero di crediti maturati a seguito di prestazioni di opere e servizi, ivi inclusi quelli professionali, resi nei confronti degli stessi, non concorrono alla formazione del reddito complessivo del soggetto che effettua l'apporto, anche in deroga all'articolo 9 del decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, al momento della loro emissione o al momento in cui è operata la compensazione che tiene luogo del pagamento".

Come confermato dalla relazione illustrativa del D.L. n. 179/2012, la disposizione in esame codifica il regime di non imponibilità degli apporti di opere e servizi già contemplata dall'Agenzia delle Entrate (Circ. 10/E del 16/3/2005) estendendolo all'ipotesi in cui gli apporti abbiano ad oggetto crediti maturati a fronte di opere e servizi resi a favore delle suddette imprese.

Pertanto tale quadro normativo consente alla startup di remunerare in maniera fiscalmente conveniente sia gli apporti di opere e servizi da rendere, sia gli apporti già resi attraverso la compensazione dei crediti maturati dai prestatori d'opera.

Occorre comunque precisare che, come previsto al successivo comma 5 del citato articolo 27, il regime fiscale di favore non trova applicazione in relazione alle plusvalenze realizzate mediante cessione a titolo oneroso delle partecipazioni.

Per queste, infatti, rimanendo "assoggettate ai regimi loro ordinariamente applicabili", resta ferma la disciplina prevista all'articolo 67 del TUIR per i redditi diversi di natura finanziaria (così come chiarito dall'Amministrazione Finanziaria nella circolare 16/E del 11 giugno 2014).

Oltre all'esenzione da imposizione per il soggetto percettore, la disciplina non prevede nessuna decadenza a seguito del riacquisto degli strumenti finanziari da parte:

- della startup emittente;
- da altro soggetto che controlla o è direttamente controllato dalla startup emittente;
- da altro soggetto che è controllato dalla stessa società che controlla la startup emittente.

Da ultimo è opportuno ricordare che, così come ribadito dalla circolare 16/E del 2014 dell'Agenzia delle Entrate, occorre applicare il normale regime IVA sulle prestazioni rese

nell'ambito del work for equity che dovranno pertanto essere regolarmente fatturate e soggette all'applicazione dell'IVA (se dovuta).

Possono beneficiare della disposizione in oggetto i consulenti, i professionisti e, in generale, i fornitori di opere e servizi delle startup diversi dai lavoratori dipendenti e dai collaboratori continuativi delle stesse.

Le prestazioni rese alle startup possono essere remunerate attraverso azioni o quote della startup (che possono anche essere dotate di diritti diversi da quelle in circolazione) oppure strumenti finanziari partecipativi, ovvero gli strumenti emessi ai sensi del D.L. n. 179/2012 e dell'art 2346, co. 6, c.c. forniti di diritti patrimoniali e/o amministrativi, escluso il diritto di voto nell'assemblea.

A differenza di quanto avviene nell'ambito dei suddetti piani di incentivazione, non sono invece agevolate le assegnazioni di diritti per l'acquisto o la sottoscrizione dei suddetti titoli o strumenti finanziari, quali i diritti di opzione.

Per utilizzare questo strumento di remunerazione lo statuto della startup deve prevedere la possibilità di adottare politiche di work for equity e, specificatamente, la possibilità di emettere strumenti finanziari partecipativi a fronte dell'apporto di opere o servizi²⁴.

Per quanto attiene alle modalità di assegnazione dei titoli e degli strumenti finanziari oggetto del work for equity, queste rispecchiano in massima parte le modalità descritte precedentemente con riferimento ai piani di incentivazione rivolti agli amministratori e ai soggetti non legati da un vincolo di subordinazione alla startup²⁵.

Peraltro, le startup potrebbero regolare i termini e le condizioni del work for equity con uno specifico accordo che, similmente ai regolamenti dei piani di incentivazione anzidetti, preveda nel dettaglio il tipo di opera o servizio da rendere, la valorizzazione degli apporti²⁶,

²⁴A tale riguardo si segnala che il work for equity potrebbe non essere applicabile dalle società a responsabilità limitata cd. "semplificate", previste dall'art. 2463 bis cod. civ., nonché da quelle a capitale ridotto (art. 2463, commi 4 e 5, cod. civ.), per le quali è prevista l'adozione di uno statuto standard che, non prevedendo la possibilità di emettere strumenti finanziari partecipativi, potrebbe escludere l'applicabilità del work for equity.

²⁵Seppur con alcune particolarità, come, ad esempio, nel caso di assegnazione di azioni – previo aumento del capitale a titolo oneroso – riservata a soggetti esterni alla società: in tale caso la delibera dell'assemblea straordinaria dovrà essere preceduta da apposita relazione degli amministratori, nella quale venga evidenziato l'interesse della società emittente rispetto all'emissione.

²⁶A tutela dei beneficiari del work for equity i Soggetti abilitati dovrebbero predisporre una perizia di stima, redatta da parte di un esperto nominato dalle parti, al fine di valorizzare economicamente le prestazioni d'opera o i servizi resi da amministratori, dipendenti e fornitori terzi quali apporto verso quote o strumenti finanziari partecipativi. Gli apporti di prestazioni e servizi resi a fronte di quote attribuite dai Soggetti abilitati

gli obiettivi di performance da raggiungere e le conseguenze nel caso di mancata fornitura dell'opera o servizio. Tuttavia, è necessario ricordare che quando la startup è costituita sotto forma di S.r.l., l'aumento di capitale a pagamento dedicato dovrà comunque essere garantito da apposite polizze fideiussorie o fideiussioni bancarie a carico dei soggetti "beneficiari".

2.2. PMI innovative

Con l'obiettivo di rafforzare la competitività del tessuto produttivo nazionale e, in particolare, di favorire una più capillare diffusione di innovazioni di tipo tecnologico in tutti i settori, il D.L. n. 3/2015 ("Investment Compact") , convertito con L. n.33/2015, ha assegnato larga parte delle misure già previste a beneficio delle startup innovative a una più ampia platea di imprese: le PMI innovative, vale a dire tutte le Piccole e Medie Imprese che operano nel campo dell'innovazione tecnologica, a prescindere dalla data di costituzione e dalla formulazione dell'oggetto sociale.

Come previsto all'art. 4, co. 1 del DL n. 3/2015, alle misure agevolative in questione possono accedere le Piccole e Medie Imprese ai sensi della disciplina comunitaria (raccomandazione 2003/361/CE²⁷), vale a dire imprese che impiegano meno di 250 persone e il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio non supera i 43 milioni di euro, che rispettano i seguenti requisiti:

- sono costituite come società di capitali, anche in forma cooperativa;
- hanno la residenza in Italia ai sensi dell'articolo 73 del TUIR, approvato con decreto del Presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917, e successive modificazioni, o in uno degli Stati membri dell'Unione europea o in Stati aderenti all'accordo sullo spazio economico europeo, purché abbiano una sede produttiva o una filiale in Italia;

costituiti sotto forma di S.r.l. con un aumento di capitale a pagamento devono essere garantiti da apposite polizze fideiussorie o fideiussioni bancarie a carico dei soggetti che sono apportatori delle stesse analogamente a quanto avviene nelle S.r.l. ordinarie. Tali garanzie possono essere sostituite, qualora l'atto costitutivo lo preveda, dal versamento a titolo di cauzione del corrispondente importo in denaro. Nelle S.p.A. ordinarie le prestazioni d'opera ed i servizi non possono essere oggetto di conferimento.

²⁷ La Raccomandazione 6 Maggio 2003, n.2003/361/CE stabilisce i criteri per identificare una microimpresa, una piccola o una media impresa (PMI). Queste diverse categorie, basate sul numero di dipendenti di una società e sul suo fatturato o bilancio annuo, ne determinano l'ammissibilità ai programmi finanziari e di sostegno comunitari e nazionali. Le definizioni sono entrate in vigore il 1° gennaio 2005.

- dispongono della certificazione dell'ultimo bilancio e dell'eventuale bilancio consolidato redatto da un revisore contabile o da una società di revisione iscritti nel registro dei revisori contabili (sono quindi escluse le società di nuova costituzione);
- le loro azioni non sono quotate in un mercato regolamentato;
- non sono iscritte alla sezione speciale del Registro delle imprese dedicata alle startup innovative e agli incubatori certificati;
- infine, il contenuto innovativo dell'impresa è identificato con il possesso di almeno due dei tre seguenti criteri:
 - a) volume di spesa in ricerca, sviluppo e innovazione in misura almeno pari al 3% della maggiore entità fra costo e valore totale della produzione della PMI innovativa. Dal computo per le spese in ricerca, sviluppo e innovazione sono escluse le spese per l'acquisto e per la locazione di beni immobili; nel computo sono incluse le spese per l'acquisto di tecnologie ad alto contenuto innovativo. Ai fini del presente decreto, in aggiunta a quanto previsto dai principi contabili, sono altresì da annoverarsi tra le spese in ricerca, sviluppo e innovazione: le spese relative allo sviluppo precompetitivo e competitivo, quali sperimentazione, prototipazione e sviluppo del piano industriale; le spese relative ai servizi di incubazione forniti da incubatori certificati come definiti dall'articolo 25, co. 5, del D.L. n. 179/2012, convertito, con modificazioni, dalla L. n. 221/2012, i costi lordi di personale interno e consulenti esterni impiegati nelle attività di ricerca, sviluppo e innovazione, inclusi soci ed amministratori; le spese legali per la registrazione e protezione di proprietà intellettuale, termini e licenze d'uso. Le spese risultano dall'ultimo bilancio approvato e sono descritte in nota integrativa.
 - b) impiego come dipendenti o collaboratori a qualsiasi titolo, in una quota almeno pari a 1/5 della forza lavoro complessiva, di personale in possesso di titolo di dottorato di ricerca o che sta svolgendo un dottorato di ricerca presso un'università italiana o straniera, oppure in possesso di laurea e che abbia svolto, da almeno tre anni, attività di ricerca certificata presso istituti di ricerca pubblici o privati, in Italia o all'estero, ovvero, in una quota almeno pari a 1/3 della forza lavoro complessiva, di personale in possesso di laurea magistrale.

- c) Titolarità, anche quali depositarie o licenziatarie, di almeno una privativa industriale, relativa a una invenzione industriale, biotecnologica, a una topografia di prodotto a semiconduttori o a una nuova varietà vegetale ovvero titolarità dei diritti relativi ad un programma per elaboratore originario registrato presso il Registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore, purché tale privativa sia direttamente afferente all'oggetto sociale e all'attività di impresa.

Per accedere al regime di agevolazioni, l'art. 4, co. 2 del DL n. 3/2015 prevede che le PMI innovative debbano registrarsi nella sezione speciale del Registro delle imprese creata ad hoc presso le Camere di Commercio.

Specularmente a quanto già previsto per le startup innovative, l'iscrizione avviene trasmettendo in via telematica alla Camera di Commercio territorialmente competente una dichiarazione di autocertificazione di possesso dei requisiti su esposti.

La PMI innovativa può anche essere una società già iscritta nella sezione del Registro delle imprese dedicata alle startup innovative.

Ovviamente devono essere comunque posseduti i requisiti sopra indicati, tra i quali è prevista l'assenza di iscrizione nella sezione delle startup innovative.

Per tale motivo è necessaria la previa cancellazione da tale sezione, che può essere chiesta in qualsiasi momento dal legale rappresentante della società.

Panoramica sulle misure di sostegno

- Esonero da imposta di bollo: le PMI innovative sono esonerate dal pagamento dell'imposta di bollo dovuta per l'iscrizione nel Registro delle imprese delle Camere di Commercio.
- Possibilità di creare diritti di voto asimmetrici: l'atto costitutivo delle PMI innovative create in forma di società a responsabilità limitata può prevedere categorie di quote che non attribuiscono diritti di voto o che ne attribuiscono in misura non proporzionale alla partecipazione.
- Facilitazioni nel ripianamento delle perdite: in caso di perdite sistematiche le PMI innovative godono di un regime speciale sulla riduzione del capitale sociale, tra cui

una moratoria di un anno per il ripianamento delle perdite superiori ad un terzo (il termine è posticipato al secondo esercizio successivo).

- Inapplicabilità della disciplina sulle società di comodo: la PMI innovativa non è tenuta ad effettuare il test di operatività per verificare lo status di società non operativa.
- Remunerazione attraverso strumenti di partecipazione al capitale: la PMI innovativa può remunerare i propri collaboratori con strumenti di partecipazione al capitale sociale (come le stock option), e i fornitori di servizi esterni attraverso schemi di work for equity. A questi strumenti fa capo un regime fiscale e contributivo di estremo favore, cioè non rientrano nel reddito imponibile ma sono soggetti soltanto alla tassazione sul capital gain.
- Incentivi fiscali per investimenti in PMI innovative che operano sul mercato da meno di sette anni dalla loro prima vendita commerciale provenienti da persone fisiche (detrazione Irpef del 19% sino al 31/12/2016 e del 30% dal 01/01/2017 dell'investimento fino a un massimo investito pari a 500mila euro sino al 31/12/2016 e pari a 1 milione di euro dal 01/01/2017) e persone giuridiche (deduzione dall'imponibile Ires del 20% sino al 31/12/2016 e del 30% dal 01/01/2017 dell'investimento fino a un massimo investito pari a 1,8 milioni di euro). Gli incentivi valgono sia in caso di investimenti diretti, sia in caso di investimenti indiretti per il tramite di OICR e altre società che investono prevalentemente in questa tipologia di impresa. Alle PMI innovative che operano sul mercato da più di sette anni dalla loro prima vendita commerciale, tali incentivi si applicano qualora siano in grado di presentare un piano di sviluppo di prodotti, servizi o processi nuovi o sensibilmente migliorati rispetto allo stato dell'arte nel settore interessato.
- Ricorso all'equity crowdfunding, la cui regolamentazione di dettaglio è stata predisposta nel giugno 2013 dalla Consob: con la pubblicazione del testo definitivo del "Regolamento sulla raccolta di capitali di rischio da parte di startup innovative tramite portali on-line" l'Italia è stato il primo Paese al mondo ad aver regolamentato il fenomeno. Anche le PMI innovative, come le startup innovative, possono avviare campagne di raccolta di capitale diffuso attraverso portali online autorizzati. Con la Legge di Bilancio n. 232/2016 è stato disposto che oltre alle startup e alle PMI innovative anche le PMI in genere potranno usufruire delle piattaforme online che

hanno come finalità esclusiva la facilitazione alla raccolta di capitale di rischio da parte delle imprese (crowdfunding), a queste si aggiungono anche gli OICR e le altre società che investono prevalentemente in PMI.

- Intervento semplificato, gratuito e diretto al Fondo di Garanzia per le Piccole e Medie Imprese, un fondo pubblico che facilita il finanziamento bancario attraverso la concessione di una garanzia sui prestiti. Tale garanzia copre fino all' 80% del credito erogato dalla banca alla PMI innovativa, fino a un massimo di 2,5 milioni di euro, ed è concessa sulla base di criteri di accesso estremamente semplificati, con un'istruttoria che beneficia di un canale prioritario.
- Sostegno nel processo di internazionalizzazione da parte dell'Agenzia ICE: include l'assistenza in materia normativa, societaria, fiscale, immobiliare, contrattualistica e creditizia, l'ospitalità a titolo gratuito alle principali fiere e manifestazioni internazionali, e l'attività volta a favorire l'incontro delle PMI innovative con investitori potenziali.

Iscrizione nella sezione speciale del Registro delle Imprese

Il DL n. 3/2015 elenca le informazioni che le PMI innovative devono indicare nell'autocertificazione per l'iscrizione nell'apposita sezione del Registro delle Imprese istituita presso le Camere di Commercio.

- ragione sociale e codice fiscale;
- data e luogo di costituzione, nome e indirizzo del notaio;
- sede principale ed eventuali sedi periferiche;
- oggetto sociale;
- breve descrizione dell'attività svolta, comprese l'attività e le spese in ricerca, sviluppo e innovazione;
- elenco dei soci, con trasparenza rispetto a società fiduciarie e holding ove non iscritte nel Registro delle imprese di cui all'articolo 8 della L. n.580/2013, e successive modificazioni, con autocertificazione di veridicità, indicando altresì, per ciascuno e ove sussistano, gli eventuali soggetti terzi per conto dei quali, nel cui interesse o sotto il cui controllo il socio agisce;

- elenco delle società partecipate;
- indicazione dei titoli di studio e delle esperienze professionali dei soci e del personale la cui prestazione lavorativa è connessa all'attività innovativa delle PMI, esclusi eventuali dati sensibili;
- indicazione dell'esistenza di relazioni professionali, di collaborazione o commerciali con incubatori certificati, investitori istituzionali e professionali, università e centri di ricerca;
- ultimo bilancio depositato, nello standard XBRL;
- elenco dei diritti di privativa su proprietà industriale e intellettuale;
- numero dei dipendenti;
- sito internet.

L'iscrizione alla sezione speciale segue le modalità previste dalla regolamentazione vigente e dalle nuove previsioni per la sezione speciale:

- la domanda d'iscrizione all'apposita sezione speciale si presenta in forma telematica con firma digitale tramite una pratica di Comunicazione Unica al Registro delle Imprese;
- l'iscrizione nella sezione speciale si aggiunge all'iscrizione già effettuata, al momento della costituzione, nella sezione ordinaria del registro delle imprese;
- qualora non già denunciato in precedenza, si segnala l'obbligo che sia compilato il campo relativo all'indirizzo del sito internet (cioè il riquadro 5 del modello S2) nel quale le PMI innovative devono rendere disponibili, tra l'altro, le informazioni sopra indicate dalla lettera 'a' alla lettera 'o'.

La domanda di iscrizione alla sezione speciale si produce utilizzando il modello informatico "S2" e indicando la richiesta di iscrizione alla sezione speciale nel quadro "32/ STARTUP, INCUBATORI, PMI INNOVATIVE" utilizzando il codice 050 "PMI INNOVATIVA: ISCRIZIONE ALLA SEZIONE SPECIALE".

Un primo gruppo di informazioni, che la legge prevede siano autocertificate, non devono essere ulteriormente comunicate agli uffici del Registro delle Imprese, quali data e luogo di costituzione, nome e indirizzo del notaio, sede principale ed eventuali sedi periferiche, oggetto sociale.

Vanno invece indicate nel modello “S2”, nel quadro “32/STARTUP, INCUBATORI, PMI INNOVATIVE”, utilizzando il codice 050, le ulteriori informazioni previste per le PMI innovative, in particolare:

- l'attività svolta, comprese l'attività e le spese in ricerca, sviluppo e innovazione;
- l'informazione relativa alla presenza di holding (non iscritte nel Registro delle imprese di cui all'articolo 8 della L. n.580/1993, e successive modificazioni) o fiduciarie nella compagine sociale. Vanno inoltre indicati per ciascun socio – indipendentemente dalla circostanza che vi siano, o meno, fiduciarie o holding - gli eventuali “...soggetti terzi per conto dei quali, nel cui interesse o sotto il cui controllo il socio agisce” (art. 4 co. 3 lett. f) D.L. n. 3/2015, così come convertito nella L. n. 33/2015);
- l'elenco delle società partecipate;
- l'indicazione dei titoli di studio e delle esperienze professionali dei soci e del personale la cui prestazione lavorativa è connessa all'attività innovativa della PMI, esclusi eventuali dati sensibili;
- l'indicazione dell'esistenza di relazioni professionali, di collaborazione o commerciali con incubatori certificati, investitori istituzionali e professionali, università e centri di ricerca;
- ultimo bilancio depositato al registro delle imprese nel formato xbrl;
- elenco dei diritti di privativa su proprietà industriale e intellettuale;
- numero dei dipendenti (al momento della presentazione della domanda);
- sito internet.

L'autocertificazione di veridicità di tali informazioni viene resa allegando alla domanda di iscrizione il Modello di autocertificazione come documento in formato pdf/A-1B/2B, sottoscritto digitalmente e codificato con il codice documento D30.

Si ricorda che l'elenco dei soci è soggetto a autonoma iscrizione. Se non è già stato presentato, o se è da aggiornare, va presentato con le modalità previste per gli adempimenti del registro delle imprese attraverso il modello “S”.

Per facilitare la comprensione di queste due tipologie di imprese innovative ci serviremo di due tabelle pubblicate all'interno di un articolo di www.economyup.it²⁸ che sintetizzano perfettamente le differenze che intercorrono tra questi due modelli di impresa innovativa.

La prima tabella riguarderà le definizioni di startup innovativa e Pmi innovativa, quindi i campi d'applicazione dei due regimi speciali.

Nella seconda si evidenzieranno le misure di sostegno che sono state riconosciute a questi due tipi di azienda.

REQUISITI	STARTUP INNOVATIVE (art. 25, commi 2 e 3, DL 179/2012)	PMI INNOVATIVE (art. 4, comma 1, DL 3/2015)
Società di capitali, costituita anche in forma cooperativa	Sì	Sì
Non quotata	Sì	Sì
Residente in Italia o in Paese Ue ma con sede o filiale in Italia	Sì	Sì
Delimitazioni temporali	Nuova o attiva da meno di 4 anni + regime speciale per le società costituite da meno di 4 anni dall'entrata in vigore del DL 179/2012	Non ci sono delimitazioni temporali, ma dev'essere in possesso di almeno un bilancio certificato, quindi non si applica a società nuove
Delimitazioni dimensionali	Meno di 5 milioni di fatturato annuo	Pmi ai sensi della raccomandazione 2003/361/CE (meno di 250 dipendenti e fatturato annuo inferiore a 50 milioni/attivo dello stato patrimoniale inferiore a 43 milioni)
Divieto di distribuzione degli utili	Sì	No

²⁸ http://www.economyup.it/startup/2085_pmi-e-startup-innovative-agevolazioni-a-confronto.htm

Delimitazioni nell'oggetto sociale	Deve afferire alla produzione, sviluppo e commercializzazione di beni o servizi innovativi ad alto valore tecnologico	No
Criteri opzionali per rilevare il carattere di innovazione tecnologica	Almeno 1 su 3 di: 1. 15% del maggiore tra costi e valore totale riguarda attività di R&S; 2. team formato per 1/3 da dottori di ricerca, dottorandi o ricercatori con 3 anni di esperienza; oppure formato per 2/3 da personale in possesso di laurea magistrale 3. Depositaria o licenziataria di privativa industriale, oppure titolare di software registrato	Almeno 2 su 3 di: 1. 3% del maggiore tra costi e valore totale riguarda attività di R&S; 2. team formato per 1/5 da dottori di ricerca, dottorandi o ricercatori con 3 anni di esperienza; oppure formato per 1/3 da personale in possesso di laurea magistrale 3. Depositaria o licenziataria di privativa industriale, oppure titolare di software registrato

MISURA DI SOSTEGNO	ARTICOLO DI RIFERIMENTO NEL DL 179/2012	STARTUP INNOVATIVE	PMI INNOVATIVE
Obbligo di iscrizione in una sezione speciale del registro delle imprese, accessibile mediante autocertificazione da trasmettere in via telematica e soggetta a aggiornamento semestrale delle informazioni e regime speciale di pubblicità per favorire un monitoraggio e controllo diffuso e stimolare il dibattito pubblico sull'innovazione	Art. 25, cc. 8-10	Sì Startup.registroimprese.it	Sì (Pminnovative.registroimprese.it)
Dilatazione nell'applicabilità del regime delle perdite	Art. 26, c. 1	Sì	Sì

Possibilità di creare diritti di voto asimmetrici	Art. 26, c. 2 e 3	Sì	Sì
Non applicabilità della disciplina sulle società di comodo	Art. 26, c. 4	Sì	Sì
Esonero da imposta di bollo e diritti di segreteria per l'iscrizione al registro e da diritti annuali di segreteria	Art. 26, c. 8	Sì	Sì
Esonero da imposta di bollo e diritti di segreteria per il deposito di qualsiasi atto in camera di commercio	Art. 26, c. 8	Sì (interpretazione estensiva offerta dalla circolare 16/E 11 giugno 2014, Agenzia delle Entrate)	No (a patto che l'Agenzia delle Entrate non si esprima per l'applicabilità della stessa interpretazione estensiva anche alle Pmi innovative)
Facoltà di remunerazione con piani di incentivazione in equity con esonero da imposizione sul reddito	Art. 27	Sì	Sì
Accesso fast-track e riserva nel plafond per il credito d'imposta del 35% per le assunzioni di personale altamente qualificato	Art. 27 bis	Sì	No (accedono all'agevolazione come qualsiasi altra impresa)
Disciplina del lavoro su misura (possibilità di utilizzare contratti a tempo determinato della durata minima di 6 mesi, massima di 36, rinnovabili senza soluzione di continuità, per un periodo massimo di 48 mesi, al termine del quale si devono trasformare in contratti a tempo indeterminato; possibilità di dinamizzare parte del salario)	Art. 28	Sì	No (ma si applica il recente "Decreto Poletti", non dissimile dalla disciplina dei contratti a tempo determinato applicabili alle startup innovative)

Incentivi fiscali agli investimenti	Art. 29	Sì	Sì (7 anni)
Maggiorazione negli incentivi agli investimenti per imprese a vocazione sociale o attive in ambito energetico	Art. 29, c. 7	Sì	No
Equity crowdfunding	Art. 30, cc. 1-5	Sì	Sì
Accesso semplificato a Fondo Garanzia Pmi (garanzia gratuita e concessa secondo modalità semplificate sull'80% del prestito concesso da banca)	Art. 30, c. 6	Sì	Sì
Sostegno <i>ad hoc</i> da parte dell'Agenzia ICE	Art. 30, cc. 7 e 8	Sì	Sì (occorrerà una circolare attuativa)
Fail-fast (esonero dalla disciplina ordinaria del fallimento)	Art. 31, cc. 1-3	Sì	No
Meccanismo di monitoraggio e valutazione della policy, relazione annuale al parlamento, per promuovere un dibattito diffuso	Art. 32, cc. 2-7	Sì	No

La costituzione senza notaio

Con la pubblicazione in Gazzetta Ufficiale n. 56 dell'8 marzo 2016 del Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico del 17 febbraio 2016, si istituisce la possibilità di costituire startup innovative nella forma di società a responsabilità limitata non semplificata con firma digitale senza ricorrere al notaio.

Il Decreto definisce il modello standard di atto costitutivo e statuto da redigere online e la modalità per la sua iscrizione al Registro delle imprese.

Tale modalità risulta essere facoltativa alla costituzione di una S.r.l. con atto pubblico.

Il documento, redatto online avvalendosi della piattaforma <http://www.startup.registroimprese.it>, dovrà essere firmato digitalmente da tutti i sottoscrittori nel caso di società pluripersonale o dall'unico sottoscrittore nel caso di società unipersonale e inviato, entro 20 giorni all'ufficio del Registro delle imprese competente territorialmente per la verifica di conformità.

L'ufficio ricevente protocollerà automaticamente la pratica ed effettuerà le verifiche di conformità e validità.

In caso di esito positivo, l'Ufficio, entro 10 giorni dalla data di protocollo del deposito, procederà all'iscrizione provvisoria della società nella sezione ordinaria del Registro delle imprese, con la dicitura aggiuntiva "startup costituita a norma dell'articolo 4 comma 10 bis del Decreto Legge 24 Gennaio 2015, n.3, iscritta provvisoriamente in sezione ordinaria, in corso di iscrizione in sezione speciale".

Tale dicitura sarà eliminata dall'ufficio al momento dell'iscrizione nella sezione speciale.

Ai fini dell'iscrizione definitiva, l'atto dovrà essere registrato fiscalmente avvalendosi della funzione "registrazione" presente nella suddetta piattaforma.

In via automatica la piattaforma trasmetterà il modello sottoscritto, l'atto costitutivo e gli eventuali documenti a corredo e la ricevuta di pagamento al competente ufficio delle entrate che invierà la liquidazione finale dell'imposta e gli estremi della registrazione.

3. Gli attori dell'ambiente innovazione

Ai fini del presente lavoro nella definizione di attori dell'innovazione rientrano tutti quei soggetti, pubblici e privati, che, a vario titolo, possono supportare le startup nella fase di avvio e sviluppo. Nel seguito sono stati individuati a tal fine:

- parchi scientifici e tecnologici;
- incubatori;
- acceleratori;
- business angels;
- fondi di venture capital.

Per ognuno dei soggetti viene data una definizione e una panoramica nazionale e locale dei soggetti presenti.

3.1. Parchi scientifici e tecnologici²⁹ (PST)

La definizione di parco scientifico e tecnologico è di difficile generalizzazione in quanto esistono parchi scientifici e tecnologici di diversa dimensione e costituiti con obiettivi differenti.

Fatta questa premessa si ritiene utile inserire le definizioni date dalle principali associazioni di parchi scientifici e tecnologici a livello internazionale e nazionale:

- La International Association of Science Parks (<http://www.iasp.ws/it/home>) fornisce la seguente definizione ufficiale: "Un Parco Scientifico è un'organizzazione gestita da professionisti specializzati, il cui obiettivo è l'incremento del benessere della propria comunità attraverso la promozione della cultura dell'innovazione e della competitività delle iniziative imprenditoriali associate e delle istituzioni di ricerca. Per permettere il raggiungimento di questi fini un parco scientifico stimola e gestisce il flusso di conoscenza e tecnologie fra università, istituti di ricerca, imprese e mercato; facilita la creazione e la crescita di imprese basate sull'innovazione

²⁹<http://www.apsti.it/index.php?id=51#>.

attraverso l'incubazione e processi di spin-off; fornisce altri servizi con valore aggiunto insieme a spazi e strutture di alta qualità."

- Secondo la United Kingdom Science Park Association (<http://www.ukspa.org.uk/>) il Parco Scientifico e Tecnologico è: "una iniziativa di supporto imprenditoriale e di trasferimento tecnologico" che:
 - incoraggia e supporta l'incubazione e lo startup di imprese guidate dall'innovazione, basate sulla conoscenza e con alti tassi di crescita;
 - fornisce un ambiente in cui le imprese più grandi ed internazionalizzate possono sviluppare specifiche interazioni con uno specifico centro di creazione di conoscenza con reciproci benefici;
 - mantiene rapporti formali ed operativi con centri di creazione di conoscenza come università, istituti di istruzione superiore e organismi di ricerca.
- La American Association of University Research Parks (<http://www.aurp.net/what-is-a-research-park>) adotta invece la definizione per cui i parchi scientifici sono: "iniziative immobiliari che realizzano il master plan di una proprietà progettata per la ricerca e la commercializzazione, creano partnership con università ed istituti di ricerca, incoraggiano la crescita di nuove imprese, trasferiscono tecnologia, guidano il processo di sviluppo dell'economia basata sulla tecnologia".
- La Associazione Italiana Parchi Scientifici e Tecnologici Italiani (<http://www.apsti.it>) li definisce come: "integratori tra i bisogni di crescita innovativa del sistema delle imprese, con particolare riferimento a quelle piccole e piccolissime, ed il patrimonio di conoscenza espresso dei Poli di eccellenza Tecnologica e Scientifica, delle Università ed i Centri di Ricerca".

Il ruolo dei parchi scientifici e tecnologici va visto come snodo tra il mercato e la produzione di conoscenza, come strumento in grado di facilitare, abbreviare e rendere meno costoso il percorso tra bisogni di sostegno all'innovazione e soluzioni possibili, in funzione di un effettivo incremento del dialogo e una "fertilizzazione incrociata" tra ricerca scientifica e produzione di beni e servizi.

All'interno della maggioranza dei PST sono presenti anche servizi ed infrastrutture d'incubazione per la nascita e sviluppo di nuove imprese a base innovativa,

funzionalmente e strutturalmente integrati con il Parco, in cui le idee innovative provenienti dall'eccellenza scientifica trovano un habitat naturale per trasformarsi in impresa.

Il Parco sviluppa attività che, in molti casi, rappresentano componenti fondamentali delle funzioni necessarie alle attività dei distretti tecnologici, presidiando specificamente la funzione di “sollecitatore” della domanda di innovazione da parte delle PMI e di aggregazione dell’offerta tecnologia per soddisfare tale domanda.³⁰”

I parchi scientifici e tecnologici in Italia

Le definizioni offerte fanno capire come sia diversa la concezione dei PST al variare delle nazioni dove questi vengono osservati. Caratteristiche che sicuramente accomunano queste entità sono quelle di catalizzare le esperienze e le competenze presenti all'interno dei PST per ottenere un risultato aziendale e una crescita migliore attraverso il dialogo tra aziende, università e centri di ricerca. Il nostro modello italiano di PST è nato nella maggioranza dei casi sotto l'influsso delle università pubbliche e private, con un massiccio impegno di fondi pubblici.

I parchi scientifici e tecnologici insieme ai distretti tecnologici e ai centri di eccellenza si evolvono sempre di più come nodi di raccordo e di interscambio tra ricerca ed economia. Localizzati lungo tutta la penisola, perseguono tra loro fini analoghi: sia la promozione dei rispettivi territori che lo sviluppo degli istituti di ricerca e delle aziende insediate così come l'incremento delle collaborazioni internazionali sono gli obiettivi prioritari dei parchi, distretti e centri.

Affinché queste infrastrutture si caratterizzino sempre più come integratori tra i bisogni di crescita innovativa delle imprese è nata l'APSTI - Associazione Parchi Scientifici Tecnologici Italiani. APSTI – Associazione Parchi Scientifici e Tecnologici Italiani è il Network nazionale dei Parchi Scientifici e Tecnologici, a cui aderiscono la maggioranza dei PST rappresentativi della quasi totalità delle regioni italiane, per sostenere lo sviluppo economico attraverso l'innovazione.

³⁰<http://www.apsti.it/index.php?id=177>.

La mappa

Le località italiane che ospitano i 31 parchi scientifici e tecnologici associati all'Apsti



Figura 1: Mappa dei PTS associati con l'APSTI (da articolo de "Il Sole 24 Ore")³¹.

Altra importante fonte di informazione riguardo ai PST sono le pagine dell'Atlante Tecnologico (<http://www.ditt.de/atlas/it/>) che offrono una visione attuale del mondo della ricerca italiana. La piattaforma offre la possibilità di una pratica distinzione tra parchi, distretti e centri d'eccellenza inoltre permette di informarsi sugli attuali progetti di ricerca e sulle possibilità di cooperazione. Attraverso la funzione di ricerca tra settori, servizi o regione³².

³¹<http://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2013-02-05/hitech-caccia-nuovi-mercati-064213.shtml?uuid=AbV0NHRH>.

³²<http://www.ditt.de/atlas/it/node/3/view>.



Figura 2: Mappa dei PTS associati con l'APSTI (dal sito).

Poli tecnologici e scientifici della provincia di Pisa

Gli incubatori toscani risultano essere promossi da partnership nelle quali è molto forte il ruolo dei soggetti pubblici. Tale condizione evidenzia come agli stessi venga attribuito un ruolo importante nelle strategie di sviluppo locale. Oltre l'80% delle infrastrutture sono finanziate con fondi pubblici e quasi il 70% degli Incubatori copre solo in parte i costi per la fornitura dei servizi³³.

All'interno della provincia di Pisa i 2 poli scientifici e tecnologici più importanti, di assoluta rilevanza anche a livello nazionale sono il Polo Tecnologico di Navacchio e il Pont-Tech Di Pontedera.

³³Rapporto sul sistema di incubazione in Toscana Mappatura completa aggiornata al 2009.

Il Polo Tecnologico di Navacchio (<http://www.polotecnologico.it>)

Associato sia allo IASP che all'APSTI il Polo Tecnologico è nato con lo scopo di creare i presupposti per la crescita di competitività sul mercato delle piccole e medie imprese attraverso l'integrazione tra le esigenze innovative delle stesse e l'offerta di conoscenze tecnologiche provenienti dai centri di eccellenza e dal sistema della ricerca. L'insediamento, in un'unica sede idonea e dedicata, di decine e decine di imprese high-tech consente, altresì, di raggiungere crescenti economie di scala per la gestione dei servizi, sia quelli di struttura che quelli a valore aggiunto e favorisce la collaborazione e la cooperazione tra Polo e imprese e tra le imprese stesse.

Lo sviluppo tecnologico e la ricerca scientifica del sistema locale permettono alle aziende presenti nell'area di inserirsi nei network di ricerca nazionali ed europei, concentrando in un'unica sede imprese che offrono competenze e servizi di alta qualità al terziario avanzato, creando così un laboratorio per le nuove tecnologie e sostenendo processi di cooperazione tra imprese, centri di ricerca e università.

Il Polo Tecnologico di Navacchio ha sviluppato nuovi servizi per favorire la crescita competitiva delle imprese attraverso l'innovazione.

I servizi sono rivolti a tutte le imprese con l'obiettivo di fornire un supporto strategico e gestionale concreto utile a sostenerle per:

- nuove prospettive di crescita;
- miglioramento dell'organizzazione interna;
- individuazione di nuove opportunità di mercato.

Per poter seguire le imprese il Polo dispone di competenze interne multidisciplinari e di una rete di professionisti esterni opportunamente selezionati e qualificati.

Il Pont-Tech di Pontedera (<http://www.pont-tech.it/>)

Pont-Tech, Pontedera e Tecnologia, è un consorzio di sostegno all'innovazione attivo nel favorire l'integrazione fra ricerca, impresa e mercato, è nato nel 1996 dallo sforzo congiunto e paritario di 4 Soci di diverse realtà, ora accresciute sino a coprire l'intero arco degli attori significativi dei processi di sviluppo: Istituzioni Locali; Ricerca Universitaria,

sistema Industriale, Finanza, tutti ugualmente impegnati e motivati. Pont-Tech promuove attivamente l'innovazione, riveste un ruolo strategico nel sostenere la competitività del sistema produttivo locale, favorisce e promuove il Trasferimento di Tecnologia. Le linee di azione attraverso cui opera Pont-Tech sono due: facilitare la nascita di nuove realtà imprenditoriali innovative e sostenere i processi innovativi nelle imprese esistenti.

In questo quadro Pont-Tech ha promosso l'istituzione di una infrastruttura polifunzionale, che ora gestisce per conto del Comune di Pontedera che ne è proprietario: il CERFITT (Centro Ricerca e Formazione sull'Innovazione Tecnologica e il Trasferimento della Tecnologia). Il CERFITT è dotato di nuove moderni ambienti ed attrezzature; ospita 30 uffici per imprese innovative, aule conferenze e didattiche, logistica di ufficio, laboratori tecnologici tematici ed un avanzatissimo Centro per Test e prove (PontLab). La finalità ultima della struttura è quella di rafforzare i legami tra sistema produttivo, territorio e sistema della ricerca attraverso l'assistenza alla nascita e al consolidamento di nuove realtà hi-tech e lo sviluppo di servizi innovativi di supporto gestionale, strategico e tecnologico.

Pont-Tech è localizzata in Pontedera, una delle aree più rilevanti, dal punto di vista economico e di sviluppo industriale, della Toscana e dell'intera Italia Centrale. La Valdera può vantare una tradizione industriale secolare, principalmente nell'industria meccanica. Piaggio (altro socio fondatore di Pont-Tech) è l'industria principale della zona. La sua radicata presenza nel territorio è testimonianza della vocazione industriale dell'area e segna profondamente il sistema produttivo, appartenendo gran parte delle imprese alla rete di fornitori Piaggio.

Pont-Tech riveste un ruolo fondamentale nella implementazione di una economia locale basata sulla conoscenza e di azioni per la promozione della diversificazione industriale attraverso l'innovazione. Analisi Economiche, Consulenze Tecniche e Azioni Formative sono gli strumenti principali impiegati da Pont-Tech per questo scopo.

La prossimità fisica e gli stretti rapporti di collaborazione tra Pont-Tech e il Polo Sant'Anna Valdera – i laboratori in Pontedera della Scuola Superiore Sant'Anna – sono la colonna portante di una rete regionale di centri di ricerca, laboratori di eccellenza, incubatori di imprese, infrastrutture orientate alla diffusione dell'innovazione, imprese startup e spin-off.

In collaborazione con una Università e due Amministrazioni Pubbliche Locali, Pont-Tech ha promosso un Programma per la ricerca e l'innovazione nell'area locale. In accordo con

questo Programma, Pont-Tech sta curando la realizzazione e la successiva gestione di un Centro di Ricerca e di Formazione sull'Innovazione ed il Trasferimento Tecnologico che include un nuovo incubatore per società high-tech e spin-off.

3.2. Gli incubatori

Il termine incubatore è usato in molti contesti diversi, tanto da essere definito come un “umbrellaconcept” in cui far ricadere le diverse tipologie di programmi, strutture, servizi e supporti funzionali al perseguimento dell’obiettivo di sostegno alle imprese.

Questa ampiezza di contenuto rende difficile definire l’incubatore in maniera univoca, ciò può risultare difficile anche in conseguenza delle varie tipologie che esistono e delle evoluzioni che si sono avute negli anni.

Questo tipo di strutture si sono evolute nel tempo adattando tipologie di servizi e supporti ai bisogni delle aziende incubate; tale concezione la ritroviamo anche nel “Rapporto sul sistema d’incubazione in Toscana” nel quale descrivendo l’evoluzione delle attività di incubazione nella Regione Toscana si sono individuate tre generazioni di incubatori.

Incubatori di prima generazione (anni Settanta e Ottanta)

Gli incubatori forniscono essenzialmente infrastrutture fisiche. Più in particolare si ha un’offerta di spazi di lavoro flessibili e servizi in comune; i clienti sono costituiti da piccole imprese per le quale il vantaggio di essere incubate è correlato a risparmi in termini di costi di struttura e il business per l’incubatore è fondamentalmente collegato alla locazione dell’immobile. Il valore creato è essenzialmente riferito al valore immobiliare della struttura e al relativo sfruttamento commerciale.

Incubatori di seconda generazione (fine degli anni Ottanta)

Questa seconda generazione capitalizza le caratteristiche della prima generazione completandola con l’offerta di servizi di incubazione che potremmo definire “knowledge based” come ad esempio assistenza nel business planning, consulenze organizzative, manageriali e di mercato.

I clienti principali sono costituiti da imprese startup e spin-off.

Si avvia la consapevolezza che il business dell'innovazione rappresenterà un supporto allo sviluppo economico a livello locale, regionale e nazionale.

Incubatori di terza generazione (a partire dalla seconda metà degli anni Novanta)

Il networking diviene uno strumento in grado di aumentare le possibilità di sviluppo delle aziende incubate; vengono offerte relazioni e competenze per favorire l'accesso ai mercati nazionali ed internazionali e far crescere la cultura d'impresa. I contatti messi a disposizione dall'incubatore, oltre a testimoniare un progressivo spostamento dell'importanza delle risorse immateriali a scapito di quelle materiali, contribuiscono a rendere le startup indipendenti in tempi più brevi e testimoniano una progressiva specializzazione nello scegliere quali progetti immettere nel processo di incubazione. I clienti sono imprese startup e spin-off derivanti da centri di ricerca e imprese mature.

Questa generazione di incubatori è focalizzata a supportare la nascita e lo sviluppo di imprese tecnologiche e innovative. Una ulteriore definizione degli incubatori la ricaviamo da AIFI (Associazione Italiana degli investitori istituzionali nel capitale di rischio) che afferma obiettivo dell'incubatore è "aiutare un progetto a concretizzarsi in un'impresa".

La Commissione Europea nella relazione dal titolo "Benchmarking of business incubators" definisce "l'incubatore d'impresa come un'organizzazione che accelera e rende sistematico il processo di creazione di nuove imprese fornendo loro una vasta gamma di servizi integrati che includono gli spazi fisici dell'incubatore, i servizi di supporto allo sviluppo del business e le opportunità di integrazione e networking". L'erogazione di tali servizi e il contenimento delle spese derivante dalla condivisione dei costi e dalla realizzazione di economie di scala, fanno sì che l'incubatore d'impresa migliori in modo significativo la sopravvivenza e le prospettive di crescita di nuove startup.

Gli incubatori in Italia e in Toscana

In funzione delle modalità operative adottate, degli obiettivi per i quali sono stati creati, delle caratteristiche dei soci fondatori e del contesto sociale nel quale sono inseriti si possono individuare vari tipi di incubatori. Tra quelli maggiormente diffusi si possono annoverare:

- gli incubatori pubblici sono enti no-profit, finanziati da enti pubblici. In generale sono gestiti da società, associazioni o consorzi, controllate in modo parziale o totale dagli

enti pubblici finanziatori (come ad Camere di Commercio, Comuni, Province, Regioni, fondazioni bancarie, associazioni industriali). Vengono spesso creati in aree depresse ed hanno obiettivi di tipo sociale (favorire nuovi posti di lavoro, contribuire al recupero di una zona post-industriale). Solitamente ammettono startup che operano in settori tradizionali anche non high-tech;

- gli incubatori universitari hanno come obiettivo principale quello di fornire servizi e spazi ai propri studenti, ricercatori e docenti per poter far evolvere i risultati delle ricerche verso forme imprenditoriali favorendo così le loro applicazioni industriali. Generalmente sono non-profit. Normalmente rispetto agli altri modelli hanno un forte legame col mondo della ricerca. Spesso sono focalizzati su attività specifiche nelle quali l'università che li ha creati eccelle;
- gli incubatori privati, i cui fondatori sono tipicamente singoli imprenditori, gruppi industriali privati, istituzioni finanziarie o venture capitalists che valutano l'investimento in base ad una pura logica di profitto. Queste tipologie di incubatori cercano di contribuire al successo delle startup anche inserendo il loro personale specializzato direttamente nelle varie imprese. Adottano modelli di business del tipo equity, prendendo quote di società ospitate in cambio dei servizi forniti, e fees, tariffando i servizi forniti alle imprese.

In Toscana su stimolo della Regione gli incubatori presenti si sono associati nella Rete Regionale del Sistema di Incubazione di Impresa con l'obiettivo di potenziare e promuovere tutte quelle realtà, pubbliche e private, che offrono servizi avanzati alle nuove imprese impegnate nell'innovazione e nella qualificazione del sistema economico toscano.

Attualmente fanno parte della rete i seguenti incubatori:

- CERFITT Pontedera;
- Bio-Incubatore di Toscana;
- Incubatore Abitare l'Arte di Quarrata;
- Incubatore del Comune di Minucciano;
- Incubatore Firenze;
- Incubatore Universitario Fiorentino;
- Innovare in Mugello;

- Polo della Magona;
- Polo Lionello Bonfanti;
- Polo Tecnologico di Navacchio;
- Polo Tecnologico Lucchese.

3.3. Gli acceleratori

La definizione di acceleratore è in continuo divenire; univoca è invece la definizione della funzione attribuita, ossia quella di velocizzare le fasi di crescita delle startup. I programmi di accelerazione sono considerati come l'evoluzione del modello incubatore e vanno a coprire un gap tra i principali modelli di finanziamento per le startup.

Si collocano infatti in una fase intermedia tra l'autofinanziamento o il ricorso ad amici e parenti e i venture capitalists (i grandi investitori istituzionali, ma non solo), ricoprendo un ruolo da business angels (singoli individui con cospicuo patrimonio disposti a impiegarlo nel capitale di rischio), ma in una forma più strutturata.

Per definire questo tipo di attori pare necessario effettuare un raffronto tra i programmi di accelerazione e gli altri attori che gravitano attorno alla vita delle startup.

Differenze tra acceleratori e incubatori

Bricault Paul, cofondatore dell'acceleratore californiano Amplify afferma una sostanzialmente similitudine tra le strutture o programmi degli acceleratori e, gli incubatori. Come gli incubatori, gli acceleratori forniscono alle startup selezionate spazi di lavoro condivisi, consulenza e assistenza, ma differiscono nel modello di business. Bricault asserisce che le differenze sostanziali tra questi due tipi di attori si debbano riscontrare:

- nella durata dei programmi – generalmente un acceleratore accoglie al suo interno una startup per un periodo che in genere non supera i 4/5 mesi, al termine dei quali la startup è detta <<graduate>>. Un incubatore invece prevede programmi pluriennali³⁴. Gli acceleratori inoltre operano tramite piccoli investimenti sistematici

³⁴ Intervista rilasciata a Inc. da Bricault Paul, consultabile su <http://www.inc.com/christinadesmarais/difference-between-startup-accelerator-and-incubator.html>.

(seed) e hanno una presenza costante, con un forte affiancamento al progetto durante i mesi di incubazione;

- nella partecipazione che i due diversi programmi richiedono sul capitale sociale della startup – in genere entro il 10% per l'acceleratore, ben più consistente per l'incubatore (si può arrivare anche oltre al 50%, a seconda dei casi³⁵. Gli incubatori infatti sono soliti addebitare a tariffe agevolate i servizi offerti alle startup senza avere come fine principale quello di trattenere percentuali di equity (essendo spesso enti non profit), mentre gli acceleratori si caratterizzano come società profit oriented che erogano i servizi di incubazione a fronte di un canone e/o di una partecipazione azionaria nella nuova società costituita o da costituire;

La partecipazione nel capitale della startup è fondamentale per differenziare gli incubatori e gli acceleratori. Mentre gli incubatori forniscono un supporto finalizzato a mantenere l'impresa in vita nei primi anni “formativi” riducendone il rischio di fallimento, il modello degli acceleratori è finalizzato ad incrementare il valore delle startup per trarre guadagno dalla cessione delle quote. Questo fine si ottiene istituendo con l'azienda un rapporto più duraturo e il successo così come il profitto dell'acceleratore è legato al successo e alla crescita della startup.

Differenze tra acceleratori e business angels

A differenza dei business angels, i programmi di accelerazione solitamente fanno più investimenti in contemporanea su diverse startup diversificando l'investimento con il fine di ridurre il rischio. Le decisioni di investimento sono prese dal management team, mentre è raro che gli investitori individuali siano coinvolti in tali decisioni. Sono caratterizzati inoltre da relazioni più forti e continuative durante i mesi del programma.

Differenze tra acceleratori e venture capitalists

Sul piano degli investimenti, va ricercata anche la differenza tra acceleratori e venture capitalists. I venture capitalists sono specializzati nel raccogliere, da investitori istituzionali e privati benestanti, capitali da investire in imprese giovani ad alto potenziale che abbiano

³⁵ Per approfondimenti si veda www.ycombinator.com.

già iniziato a mostrare qualche successo, mentre gli acceleratori finanziano solitamente con circa 20.000 euro le startup nella loro primissima fase (spesso senza un prodotto)³⁶.

Il procedimento standard di partecipazione agli acceleratori

L'invio dei progetti agli acceleratori d'impresa è aperto a chiunque abbia un'idea da sottoporre, quindi non necessita di un'azienda già costituita né tantomeno di un brevetto registrato.

Il processo di ammissione è molto selettivo e focalizzato su parametri comuni quali:

- consistenza e caratteristiche del team;
- valore dell'idea o del prodotto;
- potenzialità del mercato;
- livello di scalabilità del business;
- qualità della presentazione del progetto.

Questa prima fase si attua anche tramite “programmi di accelerazione” che hanno come obiettivo quello di ricercare caratteristiche appetibili dal mercato. Se l'idea è di interesse si procede ad organizzare incontri e presentazioni introduttive.

Il programma ha una durata di incubazione compresa tra 3 e 7 mesi (5 mesi per Enlabs, 3 mesi H-farm) durante i quali i progetti selezionati ricevono supporto e fondi per la copertura delle principali spese portando l'idea da una fase concettuale ad un primo stadio di implementazione.

Le startup sono tenute a seguire un approccio manageriale prestabilito dall'acceleratore e sono inserite all'interno del network e dell'ecosistema di sponsor e partner che gravitano intorno all'acceleratore.

Gli acceleratori come anticipato partecipano al programma di accelerazione con un investimento limitato in fase di pre-seed sufficiente per la copertura dei costi di avvio dell'attività, a fronte di una quota di capitale (60 mila euro per Enlabs, 15 mila H-camp). Questo primo investimento, accompagnato dalle competenze degli advisor, fornisce ai progetti selezionati lo “smart money” necessario a velocizzare il time to market.

³⁶www.cliclavoro.gov.it.

L'ammissione al programma comporta il trasferimento in un ufficio, se è prevista l'incubazione fisica (strutture comuni dove vengono affiancati da mentori e consulenti specializzati), e l'investimento. Spesso la startup non è ancora costituita in forma d'impresa: si procede alla costituzione in questa sede o in momenti successivi di investimento. Si procede quindi alla validazione dell'idea di business, allo sviluppo del prototipo e al test di mercato.

A conclusione del programma si tiene un evento l'Investor Day durante il quale i team hanno la possibilità di presentare la propria idea a un'ampia platea di investitori ed esperti del settore. Le startup che hanno concluso il programma entrano a far parte di una community.

I principali vantaggi offerti dalla partecipazione ad un programma di accelerazione sono:

- validazione dell'idea di business con test di mercato in un ambiente controllato;
- inserimento in una proficua rete di relazioni attraverso gli eventi organizzati per permettere ai fondatori di presentare (in maniera più o meno formale) la propria startup ad altri imprenditori ed investitori;
- disponibilità di partners e mentori che possono guidare la crescita della startup offrendo consigli professionali (ad es. su fondamenti del business, branding, marketing e comunicazione);
- aumento della credibilità: gli investitori sono più sicuri in quanto la reputazione dell'acceleratore certifica in prima persona la qualità della startup;
- supporto di altri team "incubati" attraverso la creazione di un'atmosfera di interazione spontanea con la condivisione di idee, competenze e contatti;
- alta visibilità attraverso il Demo Day finale e la copertura di questi eventi da parte della stampa specialistica.

Acceleratori rilevanti in Italia

Sul fronte nazionale, sono sei gli acceleratori più rilevanti:

- H-Camp (H-Farm Seed Ventures): il nuovo programma di accelerazione di H-Farm Seed Ventures che, a febbraio 2013, è entrato a far parte del Global Accelerator

Network, l'organizzazione internazionale alla quale partecipano i principali incubatori mondiali;

- Techpeaks: un programma di accelerazione di 4 mesi organizzato da Trento Rise, l'associazione che connette i principali attori del settore ICT, in collaborazione con Trentino Sviluppo;
- PoliHub: l'incubatore del Politecnico di Milano gestito dalla Fondazione Politecnico di Milano, con il contributo del Comune di Milano, mediante la società strumentale PoliHub Servizi Srl;
- Working Capital: l'acceleratore di impresa di Telecom Italia, con programmi a Milano, Roma, Catania e Bologna, che investe nelle migliori startup italiane del settore digital;
- Luiss Enlabs: l'acceleratore frutto della joint venture tra l'università Luiss ed Enlabs, uno dei più importanti incubatori d'impresa in Italia. Luiss gestisce un programma di 5 mesi fornendo una rete di consulenti e una connessione diretta con il mondo imprenditoriale;
- Barcamper: l'acceleratore itinerante di Dpixel (venture capital), pensato per favorire la cultura dell'innovazione nei territori di riferimento.

3.4. Gli altri attori dell'ambiente innovazione

Business angels

I business angels sono degli investitori "informali"³⁷. Essi hanno caratteristiche proprie e si differenziano dagli altri soggetti del mercato a causa delle loro preferenze di investimento, modalità d'azione e orizzonte temporale. Questo tipo di attori è caratterizzato da una carenza informativa relativamente alle azioni, alle modalità d'investimento ed ai risultati. Tale scarsità di informazioni è motivata dalla mancanza di vincoli sull'informativa aziendale che deve essere resa nota al pubblico. È possibile comunque trovare una valida definizione di questi attori come "ex titolari di impresa, manager in attività o in pensione,

³⁷(Mason e Harrison, 2002).

che dispongono di mezzi finanziari (anche limitati), di una buona rete di conoscenze, di una solida capacità gestionale e di un buon bagaglio di esperienze³⁸.

Questi individui si caratterizzano per avere un'importante esperienza in uno o più settori simili che decidono di mettere a disposizione di alcuni imprenditori assieme alle proprie risorse finanziarie. La decisione di investire in nuovi progetti, solitamente, è collegata ad un momento avanzato della vita di questi professionisti che in molti casi dispongono di rendite finanziarie o altre fonti di sostentamento economico che permettono di investire indipendente dai risultati derivanti da questa attività³⁹.

Solitamente i business angels preferiscono svolgere non solo un'attività di investimento, ma anche di monitoraggio, essendo partecipi dell'amministrazione, per questo sono in continuo contatto con gli imprenditori e li supportano con consigli ed aiuti.

L'obiettivo finale dei business angels è quello di creare un ritorno economico derivante dal capital gain conseguente alla compravendita delle quote della startup. I business angels solitamente vanno alla ricerca di business solo con forti aspettative di sviluppo e un team formato da persone altamente motivate che hanno già investito molto del loro tempo, denaro e impegno in questa attività⁴⁰. I business angels, nella valutazione di un investimento, non tengono di conto esclusivamente del lato economico di questo ma si basano molto sul proprio intuito e le proprie sensazioni personali, questo è possibile grazie alla grandissima esperienza che hanno alle spalle e al fatto che il capitale che vanno ad investire è solitamente di loro proprietà, quindi non vincolato a scelte di soggetti terzi.

Il target dei business angels, come già precedentemente detto, è legato a nuovi e crescenti business con i quali non hanno una connessione familiare e solitamente la fase di azione di questi attori è quella di seed. Inoltre come abbiamo già anticipato i settori dove si concentrano di più sono quelli vicini al settore da cui provengono. Altro fattore che incide sulla possibilità di investimento è la vicinanza geografica, questo perché realtà più vicine consentono di essere facilmente seguite nelle loro evoluzione e consentono un maggiore coinvolgimento.

Per quanto riguarda l'orizzonte temporale di investimento, un business angel ha la possibilità di usare a suo vantaggio il fatto che i suoi fondi non hanno una limitazione

³⁸<http://www.iban.it/it/attivita>.

³⁹(Kelly e Hay, 2003).

⁴⁰(Coppola, 2014).

temporale (come succede per gli investitori istituzionali), potendo così prolungare sia il tempo di investimento in una startup, sia quello di attesa di un'occasione di investimento più propizia. Caratteristica distintiva dei business angels (soprattutto in relazione ai fondi di Venture Capital) è quella di accettare non più di un progetto all'anno. Tale circostanza si verifica per la minor capacità d'investimento dei business angels, ma anche per l'approccio e l'aiuto diretto che viene dato agli imprenditori. La collaborazione diretta di un business angels in una startup è il fattore distintivo di questi attori, questo rapporto "face to face" permette molto frequentemente di avere una maggior empatia tra i soggetti economici che semplifica sia le relazioni che la cooperazione con le startup.

Per quanto riguarda la metodologia di investimento dei business angels, questa è diametralmente opposta a quella dei venture capitalists, i primi creano un vero e proprio portafoglio con il fine di ridurre il rischio dei loro investimenti, tramite una tecnica di diversificazione. I business angels invece puntano ad evitare i cattivi investimenti per non sprecare le proprie conoscenze e il proprio lavoro in operazioni "inutili".

Come trovare i business angels

Un'altra caratteristica dei business angels è "l'oscurità" nella quale lavorano e la difficoltà nell'entrare a contatto con questi soggetti economici. Esiste infatti una certa complessità nell'ottenere dati certi e generali sulle loro prestazioni, nonché sui modelli da loro utilizzati. Per tale caratteristica, gli imprenditori che vogliono entrare in contatto con loro incontrano notevole difficoltà, difficoltà riscontrata però anche dagli stessi business angels nel trovare gli investimenti più adatti per loro, sia a livello di caratteristiche settoriali della startup, sia a livello territoriale.

Queste motivazioni hanno incentivato un'unione di diversi business angels, fino alla creazione dei Business Angel Network (BAN). Questo Network consente ai business angels di poter comunicare tra loro e scambiarsi delle opportunità in base alle caratteristiche tipiche di ogni investitore, ma anche alle aziende di entrare in contatto con loro per proporsi.

In Italia è presente IBAN che è nata nel 1999 e rappresenta il network di business angels più importante nel nostro paese. IBAN ha aderito a EBAN (European Business Angels Network) e in qualità di membro fondatore, fa parte del Board of Directors, in rappresentanza dell'Italia a fianco delle altre Associazioni nazionali di business angels.

Aderiscono a IBAN, associazione supportata dalla Commissione Europea - Direzione Generale Impresa: i BAN territoriali, un gruppo di business angels, enti ed istituzioni⁴¹. Si segnala sul panorama nazionale anche Italian Angels for Growth, altro importante network di business angels italiano⁴².

I fondi di venture capital

Altri interlocutori che possono venire a contatto con il mondo delle startup sono i fondi di venture capital, che possono essere finanziatori ed investitori all'interno di esse. Questo tipo di fondi usualmente intervengono in una fase successiva a quella di seed, e più precisamente in sede di consolidamento, quando le startup hanno la necessità di incrementare le proprie risorse finanziarie per continuare nella crescita del loro business. Si può definire la loro opera come un'“attività di investimento nel capitale di rischio di imprese non quotate, con l'obiettivo della valorizzazione dell'impresa oggetto dell'investimento, ai fini della sua dismissione entro un periodo di medio - lungo termine⁴³”.

Si differenziano dai business angels prevalentemente per la loro natura di fondi di investimento “istituzionali”. Altra importante differenza è l'origine dei capitali che questi fondi vanno ad investire, che in molti casi sono finanziati da altri soggetti economici, i quali attraverso tale modalità re-investono il proprio denaro per conseguire ritorni molto elevati (come banche e assicurazioni), i Business Angel viceversa investono capitale proprio solitamente accumulato dopo una brillante carriera nel settore di investimento.

La figura dei fondi di venture capital non è comunque da considerare in antitesi a quella dei business angels ma, in molti casi, complementare. Secondo gli archivi di <http://www.startupitalia.eu>, al quale si rimanda per il dettaglio, al 7 luglio 2016 sono attivi in Italia i seguenti 11 fondi di venture capital.

1. Innogest SGR

Numeri: 170 milioni, la disponibilità del fondo.

Startup su cui investe: Seed, Early Stage, Late Stage nei settori ICT, Digital, Healthcare.

⁴¹www.iban.it.

⁴²www.italianangels.net.

⁴³ Dell'AIFI (Associazione Italiana del Private Equity e Venture Capital).

2. 360 Capital Partners

Anno fondazione: 1997.

Board: Fausto Boni e François Tison, general partner.

Numeri: 300 milioni di euro gestiti negli ultimi 15 anni.

Startup in portfolio: Musement (piattaforma per prenotare musei, tour, escursioni in tutto il mondo), DoveConviene (piattaforma online che informa gli utenti su sconti, promozioni, novità nei punti di vendita vicini), Yoox (e-commerce nel settore fashion quotato poi in Borsa).

Startup su cui investe: Early Stage nei settori ICT, Industrial Technologies, Medical devices.

3. Principia Sgr

Anno Fondazione: 2002.

Amministratore delegato: Antonio Falcone.

Numeri: sono tre i fondi (Principia Fund, Principia II e Principia III – Health). Quest'ultimo, dedicato al settore Healthcare, ha una dotazione di 185 milioni di euro.

Startup in portfolio: tra gli investimenti a cui ha partecipato Wise (startup biomedicale, che produce elettrodi per neurostimolazione per la cura del dolore cronico,). Ha investito in Banzai (realtà attiva nei settori e-commerce e media, quotata poi in Borsa). È stato protagonista di una delle più importanti exit di startup italiane: 400 milioni di dollari spesi dall'azienda americana Clovis per acquistare Eos, startup che ha inventato un promettente farmaco antitumorale.

Startup su cui investe: Early Stage nei settori media, ICT e biotecnologia.

4. United Ventures

Anno fondazione: 2013.

Board: Massimiliano Magrini, Paolo Gesess.

Numeri: 70 milioni di euro, la disponibilità del fondo.

Startup in portfolio: tra gli investimenti a cui ha partecipato: MoneyFarm (piattaforma di consulenza finanziaria online, 16 milioni di euro), Faceit (piattaforma di online gaming, 15 milioni di euro). L'exit più recente è quella realizzata con 20lines (piattaforma di scrittura collaborativa) acquistata da HarperCollins Italia.

Startup su cui investe: early stage nei settori Consumer Internet, media e software.

5. P101

Anno fondazione: 2013.

Board: Andrea Di Camillo.

Numeri: 70 milioni di euro, la disponibilità del fondo.

Startup in portfolio: Borsa del Credito (peer-to-peer lending per aziende), Musement (piattaforma online che aggrega tour, musei, attrazioni ed eventi) e Musixmatch (catalogo di testi di canzoni da tutto il mondo).

Startup su cui investe: Early Stage nel settore digitale.

6. Panakès Partners

Anno di fondazione: 2016.

Board: Alessio Beverina, Fabrizio Landi.

Numeri: 100 milioni, la disponibilità del fondo.

Startup finanziate: la pagina del portfolio non è ancora disponibile sul sito.

Startup su cui investe: startup nel settore healthcare tra Europa e Israele.

7. Primomiglio SGR

Fondazione: 2016.

Board: Gianluca Dettori.

Numeri: promessi 50 milioni di euro di investimenti in 200 startup nei prossimi 5 anni, 40 investimenti l'anno.

8. VertisSgr

Fondazione: 2007.

Board: Rocco Corigliano, Amedeo Giurazza.

Numeri: due fondi, il primo, Vertis Venture Technology, si focalizza su investimenti in meccatronica, robotica e automazione (60 milioni di euro). L'altro, Vertis Venture, realizza interventi di seed capital e venture capital nel Mezzogiorno (25 milioni di euro).

Startup finanziate: chef dovunque (packaging che contiene tutte gli ingredienti e le istruzioni per numerosi piatti tipici della cucina italiana), AppsBuilder (piattaforma per sviluppare applicazioni mobile), Mosaicoon.

Startup su cui investe: imprese del Made in Italy innovativo e nell'hitech industriale.

9. Invitalia Ventures

Fondazione: 2015.

Board: Salvo Mizzi.

Numeri: in 6 mesi ha investito in 5 startup per un totale di 12 milioni, 65 milioni di euro il valore del fondo.

Startup finanziate: D-Eye (dispositivo per fare esami della retina via app), Sardex (moneta virtuale per scambiare beni e servizi tra aziende) e Tensive (sviluppa protesi di biomateriale sintetico).

10. Intesa SanPaolo + Quadrivio

Fondazione: 2016.

Board: Davide Turco ed Elizabeth Robinson.

Numeri: obiettivo raccogliere 120 milioni di euro.

Startup su cui investe: i settori interessati hanno a che fare soprattutto con l'alta tecnologia: diagnostica medica, internet of things.

11. OltreVenture

Fondatori: Luciano Balbo, Lorenzo Allevi.

Anno di fondazione: 2006.

Numeri: 25 milioni, la disponibilità del fondo (ancora in fundraising).

Startup in portfolio: Centro Medico Santagostino (catena di centri medici ambulatoriali); Permico (società di microcredito in Italia); Sfera (coltivazione idroponica di ortaggi); Social Fare (acceleratore di startup sociali)

Startup in cui investe: Seed, Early Stage, Late Stage, nei settori ad alto impatto sociale.

4. Misure a sostegno dello sviluppo delle startup

Le imprese che innovano hanno sempre bisogno, accanto ai mezzi propri e alle disponibilità dell'imprenditore, di un sistema di aiuti che le possa supportare nella loro crescita e sviluppo. A tal proposito, esistono nel panorama attuale una serie di misure, promosse da differenti attori, che possono venire incontro alle necessità più varie.

Nel capitolo che segue presentiamo brevemente le diverse tipologie di incentivi, aiuti ed agevolazioni a cui le imprese posso fare riferimento allo stato attuale. Nella ricerca e nella selezione di tali strumenti, poiché di portata e complessità molto differente, occorrerà primariamente indirizzarsi verso quelli che si ritengono adeguati alla propria situazione, tenendo in considerazione i seguenti fattori:

- dimensioni proprie aziendali;
- complessità del progetto;
- capacità finanziaria propria.

Esistono infatti agevolazioni e incentivi strutturati sia per grandi imprese che per piccole realtà; talvolta gli importi erogati o finanziati sono dell'ordine delle decine di migliaia euro (ne consegue generalmente complessità di redazione della domanda e difficoltà maggiori all'accesso), altre volte diversamente si tratta di piccole misure riservate alle realtà imprenditoriali minori e facilmente raggiungibili.

Sul mercato sono presenti i più vari tipi di incentivi, riassumibili nelle seguenti categorie:

- contributi a fondo perduto – consistono in una somma erogata da un determinato ente senza obbligo di restituzione a fronte di un particolare investimento o operazione effettuata dall'impresa;
- contributi in conto interessi – consistono in una copertura, totale o parziale, degli oneri a carico dell'imprenditore connessi all'ottenimento e al pagamento di un

finanziamento erogato da terzi (istituti bancari e simili) e da lui autonomamente ottenuto per il supporto dell'impresa;

- garanzie – l'ente erogatore si fa garante verso il soggetto finanziatore terzo degli importi a debito richiesti dall'impresa in via autonoma per la sua attività di sviluppo.

Gli incentivi vengono generalmente distinti secondo il livello istituzionale dell'ente erogatore e della loro origine legislativa. Si possono quindi individuare distintamente tre livelli dimensionali autonomi: sistemi di incentivi dell'Unione Europea, politiche agevolative di Stati nazionali, strumenti di sviluppo promossi dalle autonomie locali.

In tutte le dimensioni si rileva e si segnala comunque una ciclicità e ripetitività dei sistemi proposti, con differente durata connessa alla complessità e al meccanismo di funzionamento dell'istituzione erogatrice. Si potranno così individuare generalmente campagne incentivanti di durata pluriennale a livello europeo (triennio o quinquennio) dedicate alle realtà più strutturate, ovvero campagne annuali o infrannuali a livello statale e delle autonomie locali rivolte a soggetti di minore complessità.

I bandi vengono chiusi, riaperti e riproposti continuamente, a tutti i livelli, secondo finestre temporali variabili, spesso con caratteristiche simili ma non identiche tra una versione e la successiva della stessa agevolazione. Sarà necessaria, quindi, un'analisi puntuale di ciò che offre il mercato da effettuarsi in tempo reale.

Dato quanto sopra, nel prosieguo pertanto non sarà proposta una mera elencazione e analisi degli incentivi attualmente attivi, poiché la ciclicità e il rinnovo continuo delle politiche di sostegno alle imprese non permetterebbero di avere un testo aggiornato. L'intento del presente lavoro, al contrario, vuole essere quello di fornire al professionista gli strumenti adeguati per essere di supporto all'impresa nella ricerca ed individuazione dei bandi più adeguati alla situazione aziendale.

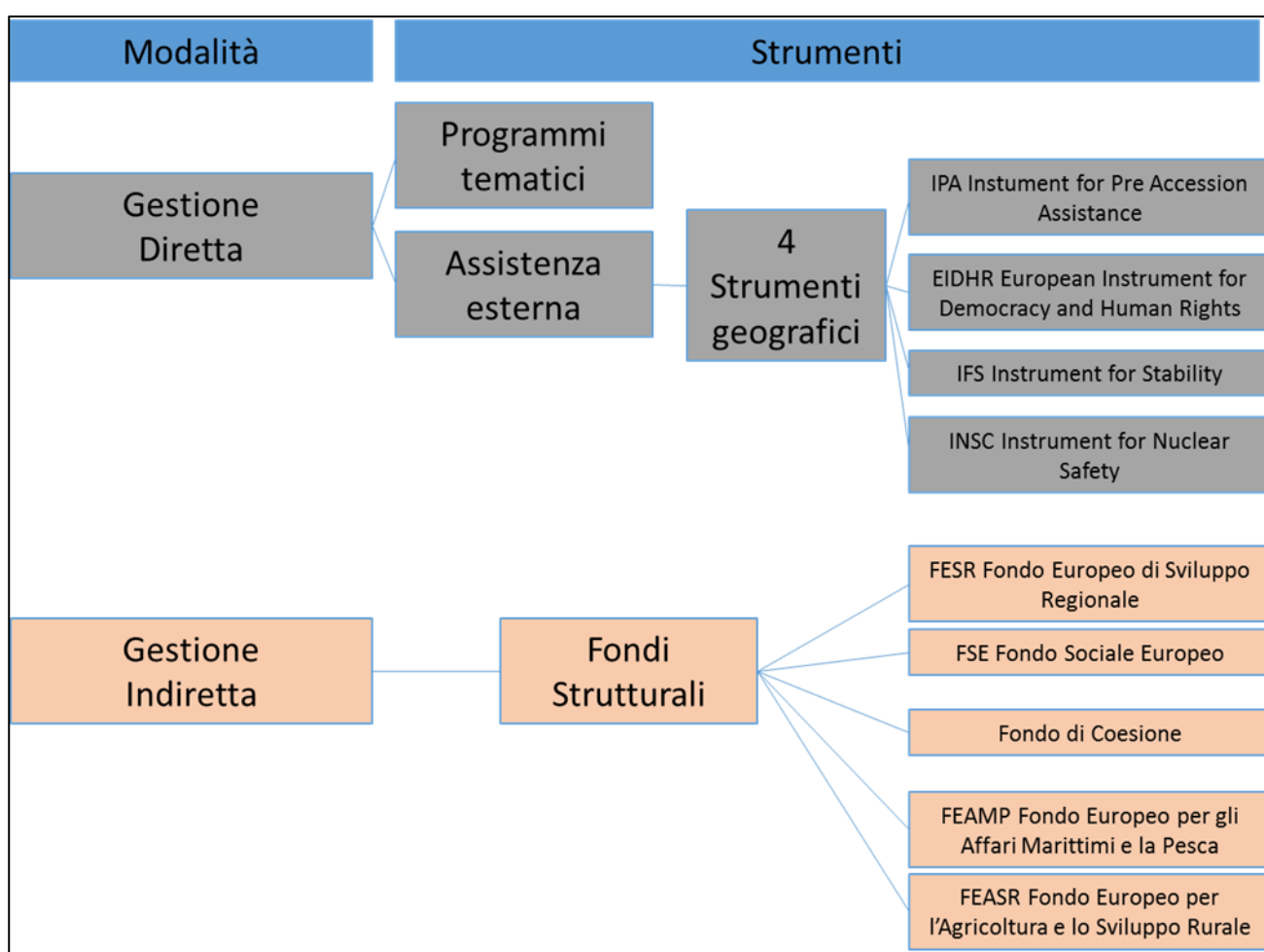
La distribuzione delle agevolazioni avviene con un meccanismo "a cascata", dove l'istituzione di livello superiore stanza e assegna fondi anche ai livelli inferiori. In particolar modo, a livello apicale la gestione dei fondi dell'UE può essere di due tipi: diretta o concorrente.

- Gestione diretta: significa che un fondo o un programma è gestito direttamente dalla Commissione europea o da una delle sue agenzie. La gestione include la

selezione dei contraenti, l'assegnazione delle sovvenzioni, il trasferimento dei fondi, il monitoraggio delle attività e altri compiti.

- **Gestione concorrente:** significa che la gestione del fondo o del programma dell'UE è delegata agli Stati membri. La maggior parte dei progetti finanziati dall'UE, che incidono per circa l'80% sul bilancio della stessa, rientra nella gestione concorrente.

Nello schema successivo viene rappresentato graficamente quanto appena detto riguardo i diversi tipi di gestione dei fondi comunitari, specificando le maggiori realtà ad oggi esistenti.



4.1. Gli incentivi diretti dell'Unione Europea

In ambito comunitario i principali tipi di finanziamento diretto sono classificati come segue.

- **Sovvenzioni (call proposal):** vengono assegnate per attuare progetti specifici, di solito in seguito alla pubblicazione di un avviso denominato "invito a presentare

proposte". In molti casi il contributo dell'UE è subordinato al cofinanziamento da parte del beneficiario.

- Appalti pubblici (call for tender) vengono aggiudicati sulla base di bandi di gara, in una procedura nota come aggiudicazione di appalti pubblici. Vengono indetti per un'ampia gamma di settori, compresi studi, assistenza tecnica e formazione, consulenze, servizi di conferenza, attrezzature informatiche, ecc. La finalità dei appalti è acquistare servizi, beni o lavori per garantire il buon funzionamento delle istituzioni o dei programmi dell'UE.

4.1.1. Dove trovare i bandi europei

Sovvenzioni

Il seguente link rimanda alla pagina del sito della Commissione Europea dove è possibile visionare le sovvenzioni attivate: http://ec.europa.eu/contracts_grants/grants_it.htm

Appalti pubblici

In TED (Tenders Electronic Daily), la versione online del supplemento alla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea dedicato agli appalti pubblici europei, è possibile consultare gratuitamente le opportunità offerte alle imprese nell'Unione europea, nello Spazio economico europeo e altrove. Qui sono pubblicati 460.000 bandi di gara all'anno, per un valore di circa 420 miliardi di euro e ogni giorno, dal martedì al sabato, 1.700 nuovi avvisi di appalti pubblici vengono pubblicati sul sito. Il seguente link permette l'accesso a tale piattaforma: <http://ted.europa.eu/TED/main/HomePage.do>

4.1.2. Come valutare se si possiedono i requisiti di partecipazione

Nella redazione di una proposta di progetto bisogna assicurarsi che questa risponda ad alcuni criteri fondamentali per essere finanziata, per aiutarsi può essere utile utilizzare la check list contenuta nel documento "Guida alle opportunità di finanziamento dell'Unione

europea 2014-2020” emanato da Formez PA⁴⁴ e al quale si rimanda per ulteriori approfondimenti. Si riporta di seguito un’elencazione di quelli che, generalmente, sono i requisiti che una proposta di progetto deve soddisfare perché sia finanziata e, a titolo meramente esemplificativo, le domande che chi la redige si deve porre perché ritenga tali requisiti soddisfatti.

Transnazionalità

- Il progetto incoraggia la mobilità geografica?
- Coinvolge almeno più di 2/3 partner di Paesi europei?
- Dal momento che singole iniziative non vengono prese in considerazione siamo sicuri che il progetto preveda un partenariato forte e di ampie dimensioni?

Innovazione

- In che modo il nostro progetto è innovativo?
- Crea metodi e processi nuovi?
- Definisce nuovi obiettivi?
- Modifica sistemi già esistenti?
- Introduce approcci nuovi?

Valore aggiunto europeo

- Gli obiettivi e le conseguenze delle azioni del nostro progetto possono essere raggiunte meglio a livello europeo piuttosto che a livello locale o nazionale?

⁴⁴Formez PA - Centro servizi, assistenza, studi e formazione per l'ammodernamento delle P.A. è una Associazione riconosciuta di cui possono fare parte le Amministrazioni dello Stato, le Regioni, le Province, i Comuni, le Unioni di Comuni e le Comunità Montane. Formez PA ha la funzione di supporto delle riforme e di diffusione dell'innovazione amministrativa nei confronti dei soggetti associati.

Sussidiarietà

- L'Unione europea interviene poiché gli enti locali, regionali e nazionali non sono stati in grado da soli di risolvere quel problema specifico?

Sostenibilità

- Il flusso dei benefici che il progetto dovrebbe apportare si svilupperà nel lungo termine?

Interesse comunitario

- Il progetto risponde agli obiettivi dell'Unione europea in quel determinato settore?

Visibilità e trasparenza

- Stiamo garantendo abbastanza visibilità al progetto di modo che il grande pubblico sia consapevole di ciò che stiamo facendo?
- Stiamo rendendo disponibili tutte le informazioni relative al progetto al grande pubblico?

4.1.3. I principali fondi a gestione diretta

I principali fondi a gestione diretta sono riassunti nella tabella seguente in cui viene presentata la Programmazione 2007-2013 in confronto con quella 2014-2020.

Settore	Linea di finanziamento 2014-2020	Linea di finanziamento 2007-2013
Ambiente	Programma per l'ambiente e l'azione per il Clima (Life)	Life +
Protezione e sicurezza dei cittadini e dell'ambiente	Meccanismo dell'unione di protezione civile	Meccanismo per la protezione civile
Ricerca, Innovazione e imprese	Horizon 2020	VII Programma Quadro di Ricerca e Sviluppo Tecnologico (VII PQ di RST) Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione (CIP) Istituto Europeo di Innovazione e Tecnologia (EIT)
Ricerca, Innovazione e imprese	COSME	Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione (CIP) – Linea “Accesso ai finanziamenti”
Cultura e audiovisivo	Europa Creativa	Cultura - Media - Media Mundus
Protezione sociale	Occupazione e Innovazione Sociale(EASI)	Progress (per l'occupazione e la solidarietà sociale) Eures (la rete dei servizi per l'impiego e la mobilità professionale) Strumento Progress di microfinanza
Cittadinanza europea	Europa per i cittadini	Europa per i cittadini
Formazione e istruzione	Erasmus+	Programma di Apprendimento permanente Gioventù in azione Edulink Alfa Programma di cooperazione bilaterale con i Paesi industrializzati Erasmus MundusTempus
Protezione dei consumatori	Tutela dei consumatori	Programma per la protezione dei consumatori
Protezione della salute	Programma di azione in materia di salute	Programma comunitario in tema di salute

Si illustrano di seguito i principali programmi per il settore ricerca e innovazione elencati nella tabella precedente: COSME e Horizon 2020.

COSME

La sigla COSME sta per “Competitività delle imprese e le piccole e medie imprese”.

Il programma mira ad incrementare la competitività e la sostenibilità delle imprese dell'Unione europea, ad incoraggiare una cultura imprenditoriale e a promuovere la creazione e la crescita delle PMI che rappresentano la spina dorsale dell'economia europea. COSME rappresenta il primo programma UE ritagliato sulle esigenze delle PMI che consente loro l'accesso ai mercati comunitari ed extracomunitari e offre loro fidejussioni e capitale di rischio per agevolare l'ottenimento dei finanziamenti.

Gli obiettivi generali del programma vengono realizzati attraverso le seguenti azioni:

- azioni per migliorare l'accesso delle PMI ai finanziamenti attraverso strumenti finanziari dedicati⁴⁵.
- azioni per migliorare l'accesso ai mercati: per il supporto alle PMI sui mercati sia all'interno dell'Unione europea che nei Paesi che sono al di fuori dell'Unione europea attraverso centri specifici e help desk come i servizi delle rete "Enterprise Europe Network"⁴⁶ dedicati in particolare all'internazionalizzazione delle PMI, ad agevolare l'espansione imprenditoriale e i partenariati internazionali;
- azioni per migliorare le condizioni quadro per la competitività e la sostenibilità delle imprese dell'Unione in particolare le PMI: il miglioramento delle condizioni quadro è ottenuto attraverso la fornitura di assistenza all'attuazione degli orientamenti dell'UE in materia di PMI, con la riduzione degli oneri amministrativi o mediante attività

⁴⁵ Nello specifico gli strumenti mediante i quali si esplicano queste azioni sono:

- strumento di capitale proprio (EFG) per gli investimenti in fase di sviluppo fornisce alle PMI finanziamenti azionari rimborsabili a orientamento commerciale, principalmente sotto forma di venture capital, ottenuti attraverso intermediari finanziari;
- strumento di garanzia dei prestiti (LGF) offre alle PMI garanzie dirette o altre formule di condivisione del rischio utilizzabili presso gli intermediari finanziari, quali le banche, i fondi di mutua garanzia e i fondi di venture capital, per garantire crediti fino a 150.000 euro;

⁴⁶ L'Enterprise Europe Network è una rete di sportelli unici di aiuto ai bisogni delle PMI che fornisce servizi integrati di sostegno alle imprese dell'UE che vogliono esplorare le opportunità offerte dal mercato interno e dai Paesi terzi.

dedicate a specifici settori ove sono preponderanti la partecipazione delle PMI e la creazione di posti di lavoro;

- azioni per promuovere l'imprenditorialità: comprendono lo sviluppo di capacità e di atteggiamenti imprenditoriali, in particolare tra i nuovi imprenditori, i giovani e le donne, unitamente a programmi di scambio come "Erasmus per giovani imprenditori".

Il programma COSME non finanzia attività di ricerca e innovazione che sono invece finanziate dal programma dell'UE "Horizon 2020", i due programmi però si completano a vicenda.

In particolare il nuovo programma si rivolge a imprenditori esistenti, soprattutto PMI, che possono beneficiare di un accesso agevolato ai finanziamenti per le proprie imprese, ma anche a imprenditori futuri (cittadini e giovani che desiderano mettersi in proprio e devono far fronte alle difficoltà legate alla creazione o allo sviluppo della propria impresa) e infine a autorità locali e regionali degli Stati membri che ricevono una migliore assistenza nella loro attività di elaborazione e attuazione di riforme politiche efficaci.

Possono partecipare i seguenti Paesi: Stati Membri UE; i Paesi dell'Associazione europea di libero scambio (EFTA) che sono membri dello Spazio economico europeo (SEE), conformemente alle disposizioni dell'accordo SEE, e altri Paesi europei qualora accordi e procedure lo consentano; i Paesi aderenti, i Paesi candidati e i potenziali candidati, conformemente ai principi e alle condizioni generali per la partecipazione di questi Paesi ai programmi dell'Unione stabiliti nei rispettivi accordi quadro e nelle decisioni del Consiglio di associazione o in accordi simili; i Paesi nei cui confronti si applicano le politiche europee di vicinato, qualora gli accordi e le procedure lo consentano e conformemente ai principi e alle condizioni generali per la partecipazione di questi Paesi ai programmi dell'Unione stabiliti nei rispettivi accordi quadro, protocolli agli accordi di associazione e decisioni del Consiglio di associazione.

Horizon 2020

Horizon 2020 riunisce in un unico programma tutti gli investimenti dell'Unione europea per la Ricerca e l'Innovazione.

Nello specifico sostituisce i seguenti programmi del periodo 2007-2013:

- Settimo Programma Quadro di Ricerca e Sviluppo Tecnologico (VIIPQ di RST);
- Programma Quadro per la Competitività e l'Innovazione (CIP);
- Istituto Europeo di Innovazione Tecnologica (IET).

Il programma mira a contribuire a costruire una società e un'economia basate sulla conoscenza e sull'innovazione nell'Unione mediante la mobilitazione di finanziamenti supplementari per la ricerca, lo sviluppo e l'innovazione e i contributi al conseguimento degli obiettivi in materia di ricerca e sviluppo, compreso l'obiettivo del 3% del PIL per la ricerca e lo sviluppo in tutta l'Unione entro il 2020.

L'obiettivo generale di Horizon 2020 è costruire una società e un'economia di primo piano su scala mondiale basate sulla conoscenza e sull'innovazione nell'intera Unione, contribuendo nel contempo allo sviluppo sostenibile.

Esso sostiene la strategia Europa 2020 e altre politiche dell'Unione, nonché il conseguimento e il funzionamento dello Spazio europeo della ricerca (SER).

L'obiettivo generale è perseguito per mezzo di tre priorità distinte ma di reciproco sostegno, ciascuna contenente un insieme di obiettivi specifici. La loro attuazione coerente consente di stimolare le interazioni fra i diversi obiettivi specifici, evitando sovrapposizioni di sforzi e rafforzandone l'impatto congiunto.

Il Centro comune di ricerca (CCR) contribuisce all'obiettivo generale e alle priorità di Horizon 2020 con l'obiettivo specifico di fornire alle politiche dell'Unione un sostegno scientifico e tecnico orientato al cliente.

L'Istituto europeo di innovazione e tecnologia (EIT) contribuisce all'obiettivo generale e alle priorità di Horizon 2020 con l'obiettivo specifico di integrare il triangolo della conoscenza costituito da istruzione superiore, ricerca e innovazione.

Tra le novità del programma Horizon 2020 figurano:

- una maggiore semplificazione grazie ad un'architettura più semplice, un unico insieme di regole, un utilizzo semplificato del modello di rimborso dei costi, un unico punto di accesso per i partecipanti, minor burocrazia nella preparazione delle proposte, un minor numero di controlli e verifiche per ridurre il tempo medio di concessione delle sovvenzioni;

- un approccio integrato aperto a nuovi partecipanti, per garantire la partecipazione di ricercatori e innovatori eccellenti provenienti da tutta Europa e dal mondo;
- l'integrazione di ricerca e innovazione, fornendo finanziamenti che coprano l'insieme delle attività che vanno dalla ricerca al mercato;
- maggiore supporto all'innovazione e alle attività vicine al mercato;
- un forte accento sulla creazione di opportunità di business specie in risposta alle più importanti sfide sociali;
- maggiore spazio ai giovani scienziati garantendo loro la possibilità di presentare le loro idee e ottenere finanziamenti.

Inoltre, trattandosi di un programma settennale si prevede che possano verificarsi cambiamenti significativi del contesto economico e politico più ampio nel corso dell'esecuzione del programma. Per garantire la pertinenza del programma nel tempo, sono state adattate le priorità e le risorse quando necessario. A tal fine il programma attuale contiene opportune clausole di flessibilità.

La Commissione ha aperto il programma a un maggior numero di partecipanti in tutta Europa, valutando l'opportunità di sinergie con i finanziamenti a titolo della politica di coesione dell'UE.

Horizon 2020 individuerà, inoltre, potenziali centri di eccellenza nelle regioni meno sviluppate e offrirà loro consulenza e sostegno mentre i fondi strutturali dell'UE potranno essere sfruttati per ammodernare infrastrutture e attrezzature.

Tre sono le priorità del programma:

- eccellenza scientifica, il programma mira a rafforzare e ad ampliare l'eccellenza della base scientifica dell'Unione e a consolidare lo Spazio europeo della ricerca (SER) al fine di rendere il sistema europeo di ricerca e innovazione più competitivo su scala mondiale;
- leadership industriale, nel senso che il programma mira ad accelerare lo sviluppo delle tecnologie e delle innovazioni a sostegno delle imprese del futuro e ad aiutare

le PMI europee innovative a crescere per divenire imprese di importanza mondiale⁴⁷;

- sfide per la società: affronta le priorità politiche e le sfide per la società che sono identificate nella strategia Europa 2020 che mirano a stimolare la massa critica degli sforzi di ricerca e innovazione necessari a conseguire gli obiettivi politici dell'Unione.

Il finanziamento è incentrato sui seguenti sette obiettivi specifici:

1. salute, cambiamento demografico e benessere;
2. sicurezza alimentare, agricoltura sostenibile e silvicoltura, ricerca marina, marittima e sulle acque interne e bioeconomia;
3. energia sicura, pulita ed efficiente;
4. trasporti intelligenti, verdi e integrati;
5. azione per il clima, efficienza delle risorse e materie prime;
6. l'Europa in un mondo che cambia - società inclusive, innovative e riflessive;
7. società sicure - proteggere la libertà e la sicurezza dell'Europa e dei suoi cittadini.

Tutte le attività adottano un approccio basato sulle sfide, che può includere la ricerca di base, la ricerca applicata, il trasferimento di conoscenze e l'innovazione, e si concentrano

⁴⁷ In particolare la priorità di leadership industriale si articola in tre obiettivi specifici:

- "Leadership nelle tecnologie abilitanti e industriali", fornendo un sostegno mirato alla ricerca, allo sviluppo e alla dimostrazione nonché, se del caso, alla standardizzazione e certificazione di tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC), nanotecnologie, materiali avanzati, biotecnologie, tecnologie produttive avanzate e tecnologia spaziale. L'accento è posto sulle interazioni e le convergenze fra le diverse tecnologie e sulle loro relazioni con le sfide per la società. In tutti questi ambiti occorre tenere in considerazione le esigenze degli utenti;
- "Accesso al capitale di rischio", l'obiettivo consiste nel superare i disavanzi nella disponibilità di crediti e fondi propri per il settore R&S e per le imprese e i progetti innovativi in tutte le fasi di sviluppo. Congiuntamente allo strumento di capitale del programma per la competitività delle imprese e le piccole e medie imprese (COSME) (2014-2020), esso sostiene lo sviluppo di un capitale di rischio di livello di Unione;
- "Innovazione nelle PMI", i, programma mira a fornire sostegno su misura per le PMI al fine di promuovere tutte le forme di innovazione nelle PMI, puntando su quelle dotate del potenziale di crescita e di internazionalizzazione sul mercato unico e oltre.

sulle priorità politiche senza determinare in precedenza la scelta precisa di tecnologie o soluzioni da sviluppare. Accanto alle soluzioni basate sulle tecnologie, si rivolge attenzione all'innovazione organizzativa, non tecnologica e dei sistemi nonché all'innovazione del settore pubblico. L'accento riposa sul raggruppamento di una massa critica di risorse e di conoscenze tra diversi settori, tecnologie e discipline scientifiche e infrastrutture di ricerca al fine affrontare le sfide. Le attività interessano l'intero ciclo dalla ricerca di base al mercato, con un nuovo accento sulle attività connesse all'innovazione, quali il pilotaggio, le attività dimostrative, i banchi di prova, il sostegno allo svolgimento di gare d'appalto, la progettazione, le innovazioni dettate dagli utenti, l'innovazione sociale, il trasferimento di conoscenze, la commercializzazione delle innovazioni e la standardizzazione.

4.2. Le politiche statali di sostegno all'innovazione

Nei paragrafi che seguono passeremo in rassegna le principali politiche statali di sostegno all'innovazione. In particolare queste sono suddivise per ambito di intervento e modalità attraverso la quale l'agevolazione viene concessa. In prima battuta ci soffermeremo su le misure di sostegno alla competitività, per poi passare a quelle di sostegno all'innovazione concludendo con un breve riepilogo di quanto già approfondito nel corso del capitolo 2 riguardo a startup e PMI innovative. Per meglio sintetizzare gli argomenti trattati, questi verranno analizzati evidenziando obiettivi, soggetti beneficiari, contenuto e entità dell'agevolazione concessa.

4.2.1. Sostegno alla competitività

Beni strumentali "Nuova Sabatini"

L'obiettivo è quello di sostenere gli investimenti per l'acquisto, anche in leasing, di macchinari, attrezzature, impianti, beni strumentali ad uso produttivo, nonché di hardware, software e tecnologie digitali. I beneficiari sono le PMI, anche estere con sede in uno Stato Membro dell'UE, operanti in tutti i settori produttivi, inclusi agricoltura e pesca.

L'agevolazione copre parte degli interessi sui finanziamenti bancari, pertanto il contributo è correlato a un finanziamento bancario (o leasing). Può essere ulteriormente assistito fino all'80% dell'importo dal Fondo di garanzia, compreso tra 20.000 euro e 2 milioni di euro.

Fondo di garanzia

Trattasi di concessione di una garanzia pubblica a favore di un'impresa che richiede un finanziamento. In questo caso il fondo non interviene direttamente nel rapporto tra banca e cliente, poiché ogni condizione economica e finanziaria è lasciata alla contrattazione tra le parti (impresa e istituto bancario).

Possono beneficiarne le PMI, i consorzi e società consortili costituiti da PMI e le società consortili miste, oltre ai professionisti iscritti agli ordini professionali o aderenti ad associazioni professionali iscritte nell'apposito elenco del Ministero dello sviluppo economico. La garanzia copre fino a un massimo dell'80% del finanziamento, con un importo massimo garantito 2,5 milioni di euro.

Microcredito

È una politica destinata a sostenere l'avvio e lo sviluppo della microimprenditorialità favorendone l'accesso alle fonti finanziarie. Consiste in una garanzia diretta (massimo 80% dell'importo del finanziamento) o in una controgaranzia (massimo 80% dell'importo garantito dal confidi o altro fondo di garanzia);

Ne possono beneficiare le imprese già costituite o professionisti già titolari di partita IVA. L'importo massimo del finanziamento garantito è di 25 mila euro. Tale limite può essere aumentato di 10 mila euro qualora il finanziamento preveda l'erogazione frazionata.

Imprese femminili

La sezione è volta a sostenere l'utilizzo della garanzia del Fondo a favore delle imprese a prevalente partecipazione femminile, riservando condizioni vantaggiose per la concessione della garanzia e in particolare: la possibilità di prenotare direttamente la garanzia, la priorità di istruttoria e di delibera; l'esenzione dal versamento della commissione una tantum al Fondo e la copertura della garanzia fino all'80% sulla maggior parte delle operazioni. I soggetti beneficiari sono imprese femminili e professioniste iscritte

agli ordini professionali o aderenti ad associazioni professionali iscritte nell'apposito elenco del Ministero dello sviluppo economico;

L'agevolazione consiste in una concessione di una garanzia pubblica sul finanziamento richiesto nella forma di garanzia diretta, di cogaranzia e di controgaranzia del Fondo, a copertura di operazioni finanziarie finalizzate all'attività di impresa, a copertura della garanzia fino all'80% sulla maggior parte delle operazioni.

Contratti di sviluppo (D.M. 9/12/2014)

L'obiettivo dei contratti di sviluppo è quello di sostenere gli investimenti di grandi dimensioni nel settore industriale (ivi compreso quello della trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli), della tutela ambientale e del turismo, nonché progetti di ricerca, sviluppo ed innovazione purché strettamente connessi e funzionali al programma di sviluppo.

I beneficiari possono essere imprese italiane ed imprese estere che operano sul territorio italiano, mediante concessione delle seguenti forme di agevolazione (anche in combinazione tra loro): finanziamento agevolato / contributo in conto interessi / contributo in conto impianti / contributo diretto alla spesa;

L'entità dipende dalla tipologia di progetto (Investimento o di ricerca, di sviluppo e innovazione), dalla localizzazione dell'iniziativa e dalla dimensione di impresa. Gli incentivi sono diversi per i progetti a finalità ambientale.

Incentivi all'autoimprenditorialità

Le imprese di micro e piccola dimensione con prevalente partecipazione da parte di giovani tra i 18 e i 35 anni o di donne (in questo caso, indipendentemente dall'età) con sede legale ed operativa ubicata nel territorio nazionale o le persone fisiche che intendono costituire una società possono ottenere un finanziamento agevolato a tasso zero della durata massima di 8 anni, a copertura di non più del 75% delle spese di impianto dell'impresa. Il limite massimo dell'agevolazione pari a 200 mila euro ad impresa nell'arco di tre esercizi finanziari.

Fondo Italia Venture

Il Fondo Italia Venture è gestito da Invitalia Ventures SGR e ha finalità di investimento, insieme a operatori privati nazionali e internazionali, per perseguire l'obiettivo di rafforzare il tessuto economico composto da startup innovative.

Il Fondo, mediante l'investimento del proprio patrimonio, sostiene la realizzazione di investimenti nel capitale di rischio delle imprese PMI e startup innovative operanti in settori ad elevato potenziale di crescita, favorendone la patrimonializzazione per permettere un più facile accesso al credito e sostenere progetti di sviluppo a medio-lungo termine. Opera in co-investimento con operatori privati, fino ad un massimo del 70% di ogni singolo round di investimento, con un taglio compreso tra 0,5 milioni e 1,5 milioni di euro.

4.2.2. Sostegno all'innovazione

Credito d'imposta per ricerca e sviluppo (Decreto MEF-Mise 27/05/2015)

A tutte le società e gli enti titolari di reddito d'impresa è riconosciuto un credito d'imposta, da utilizzare in compensazione in dichiarazione dei redditi, per la parte incrementale degli investimenti in R&S effettuati tra il 2015 e il 2019 rispetto al costo medio sostenuto nel periodo 2012-2014, come di seguito specificato:

- 50% della spesa incrementale relativamente costi per il personale altamente qualificato e per i contratti di ricerca "extra muros" anche con imprese
- 25% della spesa incrementale relativamente ai costi connessi alle quote di ammortamento e alle competenze tecniche per il mantenimento e lo sviluppo dei beni immateriale e per l'acquisizione e gestione dei brevetti e privative industriali.

Il tetto massimo annuale è di 5 milioni di euro di credito per beneficiario.

La Legge di Bilancio 2017 (Legge 23 dicembre 2016, n. 232) ha introdotto le seguenti modifiche all'incentivo, rendendolo ancora più favorevole:

- allungamento di un anno il periodo di tempo entro il quale i soggetti interessati possono effettuare gli investimenti ammissibili all'agevolazione (fino al 31/12/2020);

- innalzamento da 5 a 20 milioni di euro dell'importo massimo annuale del credito di imposta riconosciuto a ciascun beneficiario, fermo restando il fatto che le spese sostenute per attività di ricerca e sviluppo devono essere almeno pari a 30mila euro nel periodo di imposta per il quale si intende beneficiare dell'agevolazione;
- fissazione al 50% dell'aliquota del credito d'imposta per tutti i costi ammissibili, che quindi non è più differenziata in funzione della tipologia di spese ammissibili. Una novità che semplifica anche il meccanismo di calcolo dell'agevolazione;
- estensione dell'agevolazione anche all'attività di R&S svolta da imprese che operano sul territorio nazionale in base a contratti di committenza con imprese estere (a partire dal 01/01/2017)
- non occorre più suddividere il costo sostenuto per il "personale altamente qualificato" e quello sostenuto per il personale "tecnico" non in possesso del titolo di studio richiesto, con la conseguenza che anche per quest'ultima categoria di lavoratori i relativi costi vengono ammessi al beneficio.

Super ammortamento dei beni strumentali (Legge n. 208 del 2015 art. 1 commi 91-97)

È riconosciuta a tutte le società e gli enti titolari di reddito d'impresa e gli esercenti arti e professioni una maggiorazione della deduzione ai fini della determinazione dell'Ires e dell'Irpef delle quote di ammortamento di alcune categorie di beni strumentali. In particolare è maggiorato del 40% il costo fiscalmente ammesso in deduzione a titolo di ammortamenti o di canone di leasing (ovvero per una spesa di 100 è possibile ammortizzare un valore di 140).

La recente Legge di Stabilità 2017 (Legge 232/2016) ha previsto alcune ulteriori agevolazioni per favorire lo sviluppo dell'industria 4.0, tra le quali la proroga del super ammortamento al 140% e l'introduzione del c.d. "iper-ammortamento", cioè la maggiorazione del costo di acquisto ai fini fiscali di determinati beni al 150%.

Smart & Start (D.M. Mise 24/09/2014, circolare n. 68032 del 10/12/2014).

L'obiettivo del progetto è quello di sostenere la nascita e la crescita delle startup innovative ad alto contenuto tecnologico. Si tratta di una forma di agevolazione destinata a startup innovative oppure a gruppi di persone che intendono costituire startup innovative.

È inoltre prevista una quota a fondo perduto per le startup in Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna, Sicilia e nel territorio del Cratere Sismico Aquilano. Le aziende che si costituiscono in questi territori restituiscono solo l'80% del mutuo agevolato ricevuto.

Le startup costituite da meno di 12 mesi beneficiano anche di servizi di tutoring tecnico-gestionale, finalizzati a sostenere la fase di avvio. L'importo finanziabile è fino all'80% delle spese (mutuo massimo 1.200.000 euro), nel caso in cui la startup abbia una compagine interamente costituita da giovani e/o donne o abbia tra i soci un dottore di ricerca che rientra dall'estero, mentre si riduce fino al 70% (mutuo massimo 1.050.000 euro) negli altri casi.

Fondo Nazionale Innovazione (art. 1, c. 851 L. n. 296/2006)

Con il Fondo Nazionale Innovazione il MISE, attraverso la compartecipazione delle risorse pubbliche in operazioni finanziarie progettate, co-finanziate e gestite dagli intermediari finanziari, assicura una partecipazione al capitale di rischio di aziende per sostenere la realizzazione di un progetto di valorizzazione economica dei brevetti, finalizzato a introdurre sul mercato nuovi prodotti/servizi o ad aumentarne il contenuto innovativo.

L'investimento massimo è pari a 1,5 milioni di euro su 12 mesi.

4.2.3. Sostegno alle startup e PMI innovative

Si riepilogano le policies pubbliche a sostegno delle startup e PMI innovative già trattate nel capitolo 2, ai sensi del D.L. n. 179/2012 e successivi aggiornamenti e del D.L. n. 3/2015 e successivi aggiornamenti.

Le società di capitali di nuova o di recente costituzione con un chiaro nesso con l'innovazione beneficiano delle seguenti agevolazioni:

- riduzione oneri burocratici;

- disciplina del lavoro flessibile;
- facilitazioni nell'accesso al credito tramite Fondo di Garanzia;
- incentivi fiscali per chi investe;
- equity crowdfunding;
- Italia Startup Visa e Hub;
- Fail-Fast.

È inoltre previsto un accesso semplificato, gratuito e diretto al Fondo di Garanzia per le PMI, per prestiti fino a 2,5 milioni coperti all'80%.

Detrazioni IRPEF del 19% (sino al 31/12/2016 e dal 01/01/2017 pari al 30%) per investimenti fino a 500mila euro (sino al 31/12/2016 e dal 01/01/2017 fino a 1 milione di euro) e deduzioni imponibile IRES del 20% (sino al 31/12/2016 e dal 01/01/2017 del 30%) per investimenti fino a 1,8 milioni di euro in PMI innovative.

4.2.4. Cenni al c.d. “Patent Box”

L'impianto normativo delineato dalla L. n. 190/2014 è stato modificato dall'art. 5 del D.L. n. 3/2015 (investment compact), convertito nella L. n. 33/2015 e dalla L. n. 208/2015 (legge di stabilità 2016).

Il nuovo regime opzionale è applicabile dal periodo d'imposta successivo a quello in corso al 31/12/2014. L'opzione deve essere esercitata nella dichiarazione dei redditi relativa al primo periodo d'imposta per il quale si intende optare per la stessa, è valida per cinque periodi di imposta, è irrevocabile e rinnovabile. Per i periodi di imposta 2015 e 2016 l'opzione è comunicata esclusivamente in via telematica all'Agenzia delle entrate con il modello approvato nel provvedimento del direttore dell'Agenzia delle entrate Prot. N. 144042 del 10 novembre 2015. Quindi, al fine di fruire dell'agevolazione già dal 2015 occorre optare per il regime opzionale entro il 31/12/2015, trasmettendo all'Agenzia delle Entrate in via telematica il modello d'opzione e successivamente spedendo l'istanza di *ruling*.

Ambito soggettivo: tutte le società e gli enti titolari di reddito d'impresa.

Ambito oggettivo: regime opzionale di tassazione per i redditi derivanti dall'utilizzo diretto o indiretto di alcuni beni immateriali agevolabili (*software* coperto da *copyright*, brevetti industriali, marchi d'impresa, disegni e modelli, processi, formule e informazioni relative ad esperienze acquisite nel campo industriale, commerciale o scientifico giuridicamente tutelabili).

Calcolo dell'agevolazione: l'agevolazione consiste nell'esclusione dal reddito complessivo del 50% (a regime) dei redditi derivanti dalla concessione in uso o dall'utilizzo diretto dei beni immateriali agevolabili. Può beneficiare del regime agevolato soltanto la quota parte di reddito determinata mediante un procedimento indiretto, sulla base del rapporto tra spese sostenute per il bene immateriale e la totalità delle spese sostenute dal contribuente per tale bene. Si tratta quindi di un'esclusione da imposizione del 50% dei redditi derivanti dai beni immateriali agevolabili. La stessa è riconosciuta in misura ridotta per i primi due esercizi, pari rispettivamente al 30% per il periodo d'imposta 2015 e al 40% per il periodo di imposta 2016, mentre entra "a regime" dal 2017. Le percentuali di detassazione rilevano sia ai fini IRES che ai fini IRAP. Come precisato poc'anzi, la quota di reddito agevolabile è definita, per ciascun bene immateriale, applicando al reddito prodotto dallo sfruttamento del bene immateriale il risultato del rapporto tra i costi di ricerca e sviluppo sostenuti per il mantenimento, l'accrescimento e lo sviluppo del bene immateriale ed i costi complessivi sostenuti per produrre tale bene. In concreto, ai fini del calcolo dell'agevolazione, occorre:

- determinare il reddito derivante dall'utilizzo dei beni immateriali (con riferimento al calcolo dei redditi derivanti dall'uso diretto dei beni immateriali, è necessario individuare per ciascun bene immateriale oggetto dell'opzione il contributo economico da esso derivante che ha concorso algebricamente a formare il reddito d'impresa o la perdita);
- determinare il rapporto tra costi afferenti all'attività di ricerca e sviluppo sostenuti per il mantenimento, l'accrescimento e lo sviluppo del bene immateriale e i costi complessivi sostenuti;
- individuare la quota di reddito agevolabile, determinata applicando al reddito derivante dall'utilizzo del bene immateriale il coefficiente risultante dal rapporto di cui al punto precedente;
- applicare a tale quota di reddito la percentuale di detassazione riconosciuta.

4.3. Le agevolazioni in ambito locale

Gli incentivi erogati dalla Regione Toscana sono i più vari, alcuni traggono origine da fondi comunitari, altri da stanziamenti statali, altri ancora da risorse proprie locali. Possono riassumersi nelle seguenti macrocategorie, già descritte ed approfondite in sede di introduzione alla parte dedicata alla finanza agevolata:

- garanzie su finanziamenti;
- microcredito (finanziamento a tasso zero);
- voucher per piccoli contributi a fondo perduto.

I bandi sono generalmente aperti e chiusi con cadenza trimestrale, semestrale ed annuale (in dipendenza della fonte di finanziamento sottostante), ma spesso propongono - nelle varie versioni consequenziali nell'ambito dello stesso intervento - caratteristiche che li rendono molto simili l'uno dall'altro. In altre parole, se si riscontra interesse per un'iniziativa particolarmente adeguata alle caratteristiche di un'azienda ma i termini per aderirvi risultano chiusi, è sempre consigliabile attendere la pubblicazione del successivo programma di intervento, poiché quest'ultimo con buona probabilità richiederà i medesimi (o simili) requisiti d'accesso ed offrirà incentivi analoghi (salvo eccezioni) a quelli della campagna precedente.

4.3.1. Ambito di applicazione

Poiché gli incentivi sono molti ed in continua evoluzione, in questa sede si individueranno le principali aree di intervento su cui al momento la Regione Toscana sta concentrando i suoi interventi, rimandando ai siti istituzionali e alle pagine dedicate ai singoli bandi per un'analisi completa dei requisiti, delle spese e delle operazioni ammesse, del calendario delle scadenze e di ogni altro aspetto connesso.

Garanzie gratuite per finanziamenti

La Regione Toscana concede, tramite il Raggruppamento Fidi Toscana S.p.A., gratuitamente garanzie sui finanziamenti destinati ai seguenti scopi:

- investimenti per installazione, acquisizione e/o ampliamento nuovi stabilimenti aziendali realizzati sul territorio della Regione Toscana (tramite Toscana Muove);
- sviluppo aziendale di imprese anche di nuova costituzione operanti prevalentemente nel settore del commercio o del turismo;
- erogazione di liquidità a imprese danneggiate e situate in zone colpite da calamità naturali;
- avvio o espansione di attività di impresa (anche ad alto contenuto innovativo) da parte di giovani, imprenditrici donne o soggetti destinatari di ammortizzatori sociali;
- avvio o sviluppo di studi professionali da parte di giovani professionisti, di età non superiore ai 40 anni;
- realizzazione di investimenti per riqualificazione energetica del territorio e installazione di impianti alimentati da fonti di energia rinnovabili.

Nell'ambito degli interventi a favore delle imprese situate in zone colpite da calamità naturali sono previsti alcuni contributi minori a fondo perduto per l'attuazione di politiche di efficientamento energetico degli immobili danneggiati.

Microcredito (finanziamento a tasso zero)

Tramite tali tipologie di interventi la Regione Toscana si impegna a coprire i costi per interessi derivanti da piccoli finanziamenti, anche non coperti da garanzie, erogati ad imprese nei seguenti casi:

- ripresa di attività operanti in Comuni colpiti da calamità naturali (individuati con apposito atto della Giunta Regionale);
- creazione o consolidamento di impresa giovanile (18-40 anni).

Voucher

I voucher sono assimilabili a “buoni spesa” assegnati gratuitamente previa partecipazione al bando per acquistare particolari beni e/o servizi in ambito imprenditoriale oppure, in via più generale, per incentivare alcune attività meritevoli di tutela. I principali ambiti dove trovano applicazione sono i seguenti:

- compartecipazione alle spese per formazione avanzata all'estero (dottorati di ricerca, masters, ecc.);
- progetti formativi promossi dai datori di lavoro per migliorare la sicurezza e la salute sui proprio luoghi di lavoro;
- sostenimento di spese di consulenza particolari per il sostegno all'innovazione e per lo sviluppo di progetti di investimento e di impresa giovanile;
- contributi per l'inserimento in ambiti aziendali di tirocinanti curriculari retribuiti (progetto GiovaniSì), nonché per progetti di formazione a distanza o riqualificazione di lavoratori che lavoravano per aziende colpiti da crisi d'impresa.

4.3.2. Dove reperire i bandi locali aperti

Per verificare i bandi aperti al momento dell'analisi per un potenziale Cliente è pertanto conveniente far riferimento al sito istituzione della Regione Toscana ed al relativo archivio, aggiornato in via continuativa e reperibile al seguente link <http://www.regione.toscana.it/bandi/aperti>

La Regione Toscana pubblica inoltre periodicamente una “Guida di orientamento agli incentivi alle imprese”, costituita da schede che descrivono le singole agevolazioni e schemi riepilogativi che hanno l'obiettivo di descrivere sinteticamente ambiti e argomenti che possono risultare utili all'impresa. Ciascuna descrizione di agevolazione descritta nel catalogo rimanda ai relativi atti amministrativi di dettaglio e a fonti informative a cui far riferimento. La guida è gratuitamente scaricabile alla seguente pagina: <http://www.regione.toscana.it/-/la-nuova-edizione-della-guida-di-orientamento-agli-incentivi-per-le-imprese>

Infine, è a disposizione anche un modulo di iscrizione alla mailing-list della Regione Toscana creata ad hoc per ricevere tramite posta elettronica ogni versione aggiornata del catalogo incentivi : <http://www.liste.regione.toscana.it/mailman/listinfo/catalogo.incentivi>

4.4. Agevolazioni particolari territoriali

Il Fondo Rotativo per le Imprese Innovative

Il Fondo Rotativo per le Imprese Innovative è lo strumento finanziario mediante il quale la Camera di Commercio di Pisa partecipa al capitale di rischio di imprese innovative ad alto potenziale di crescita.

Attraverso la sottoscrizione di quote di capitale, fino a 200.000 euro, la Camera di Commercio diventa socia dell'impresa per un periodo di tempo limitato (massimo 5 anni) sostenendola nella fase di avvio del progetto innovativo. Ogni anno viene bandito apposita manifestazione di interesse.

Ai fini della eleggibilità alle attività di partecipazione al capitale del Fondo Rotativo le imprese devono essere legalmente costituite come società di capitali con sede operativa oggetto dell'investimento nella provincia di Pisa e presentare uno o più dei seguenti requisiti:

- possesso documentato di una nuova tecnologia di prodotto, processo o servizio;
- provenienza del nucleo imprenditoriale dall'Università e dal mondo della ricerca pubblica e privata (impresa spin-off)
- collaborazioni con Università e mondo della ricerca pubblica e privata sul trasferimento di ricerche e innovazioni tecnologiche e loro applicazioni ai processi aziendali;
- identificazione di una business idea innovativa (non coperta da altre imprese già esistenti sul mercato nazionale).

Per i dettagli e per le edizioni annuali del bando è possibile far riferimento al sito della CCIAA di Pisa.

Il Club delle Imprese Innovative

Il Club delle Imprese Innovative è una iniziativa promossa dalla Camera di Commercio di Pisa finalizzata ad offrire alle imprese innovative operanti sul territorio di Pisa e Lucca

occasioni di incontro e formazione finalizzate a favorire la reciproca conoscenza e l'avvio di collaborazioni.

Animatore del Club è ASSEFI, Azienda Speciale della Camera di Commercio di Pisa, che cura l'inserimento di notizie utili per le imprese innovative, quali news su bandi di contributo o di finanziamento, avvisi per gli incontri con imprenditori, venture capital o business angels ed altre informazioni per chi fa dell'innovazione il fulcro centrale della propria impresa.

Ogni impresa iscritta ha a disposizione uno spazio web personale, ha la possibilità di usufruire gratuitamente di incontri di business matching con le grandi aziende, investitori, potenziali partner, iniziative e corsi di formazione.

Per informazioni sui requisiti di accesso, le iniziative attualmente attive e contatti specifici è possibile far riferimento al sito <http://www.clubimpreseinnovative.it>

5. La gestione e consolidamento dell'impresa

Una volta superata la fase di installazione e primo sviluppo, l'impresa innovativa manifesta generalmente la necessità di consolidarsi e proteggere il valore che ha creato nel tempo.

Possono dunque venire in considerazione in questa fase gli strumenti giuridici di tutela della proprietà intellettuale, al fine di non dissipare l'eventuale vantaggio competitivo acquisito, nonché alcune nuove esigenze di apertura a canali di mercato "non convenzionali" – specialmente da svilupparsi nel settore digitale.

La capacità di un Paese di attrarre investimenti materiali ed immateriali, di favorire il business di imprese anche straniere, è una componente essenziale del suo essere competitivo. La continua innovazione, lo sviluppo e la tutela della proprietà intellettuale, la visione globale dei mercati e delle opportunità sono gli elementi di forza del "fare impresa".

I diritti di proprietà intellettuale costituiscono per tutte le tipologie di imprese, ma soprattutto per le Piccole e Medie Imprese (PMI), un importante asset aziendale da coltivare e tutelare. Il valore delle aziende è, infatti, oggi prevalentemente rappresentato da beni intangibili, tra cui vi sono gli asset di proprietà intellettuale, quali il marchio, la ditta o denominazione sociale, i brevetti, i design e i diritti d'autore. Tradizionalmente le imprese non prestano attenzione ai propri beni immateriali e alla conoscenza accumulata, ad esempio, attraverso la produzione di prodotti, né reputano necessaria una attenta pianificazione strategica, anticipata e pluriennale, dei propri asset di proprietà intellettuale che sia coerente con le scelte e le strategie commerciali e finanziarie dell'impresa. Negli ultimi anni è emersa, invece, una maggior consapevolezza della funzione strategica della proprietà intellettuale e del fatto che essa possa ricoprire non soltanto un ruolo esclusivamente difensivo dell'avviamento e di protezione dei segreti e della conoscenza delle imprese, ma anche un ruolo di supporto alla competitività delle stesse, attraendo forme di finanziamento quali venture capital. Al fine di operare con successo nei mercati internazionali, è necessario sviluppare una piena consapevolezza del valore dei diritti di proprietà intellettuale e del loro regime di protezione poiché - in una knowledge-based

economy, quale quella attuale - il bene più prezioso è rappresentato dalla conoscenza intesa in tutte le sue forme (innovazione, creatività, know-how, etc.).

Si ritiene importante proteggere e valorizzare i diritti di proprietà intellettuale al fine di preservare la competitività. L'innovazione, la creatività, il know-how, la ricerca, ma anche l'aspetto estetico dei prodotti nonché il carattere attrattivo dei marchi; sono questi i fattori che consentono alle imprese di essere competitive in un mercato altamente concorrenziale - che seleziona i prodotti sulla base della qualità - come quello italiano ed europeo. Accade sempre più spesso, ad esempio, che i consumatori scelgano un prodotto facendo particolare attenzione all'aspetto estetico: si pensi al fenomeno iPod. Altre volte i consumatori sono attratti principalmente dal marchio di un prodotto, come avviene generalmente nel mercato della moda, in cui marchi come Armani, Versace, Gucci, Valentino e tutti gli altri marchi protagonisti dell'Italian Fashion possiedono quote rilevanti di mercato anche sulla base della reputazione che le rispettive aziende sono riuscite a creare, costruire e mantenere sui rispettivi marchi. In altri casi sono le idee innovative e le innovazioni tecnologiche i fattori principali del successo di un'impresa: basti pensare allo sviluppo esponenziale di Google o anche al successo planetario di Facebook. Si possono illustrare molti altri esempi, ma ciò che è importante sottolineare è che - al fine di salvaguardare gli investimenti in ricerca, innovazione e creatività - occorre assicurare un'adeguata protezione ai relativi diritti di proprietà intellettuale. In caso contrario, come si è già accennato, si potrebbero incontrare considerevoli difficoltà nel reagire ad eventuali atti di contraffazione. Nell'ipotesi di creazione di un marchio fortemente distintivo (cd. marchio forte) impiegato con successo per contraddistinguere prodotti e/o servizi, è, quindi, consigliabile procedere, con largo anticipo rispetto all'immissione sul mercato dei prodotti, quantomeno al deposito della domanda di registrazione nazionale (o comunitaria) del marchio stesso, al fine di evitare che altri soggetti (tra i quali anche i concorrenti diretti dell'impresa) possano appropriarsi del segno, utilizzarlo ed eventualmente registrarlo. Ciò a maggior ragione nel caso in cui contestualmente si predisponga una pagina web per promuovere e offrire i relativi prodotti in rete. In caso contrario il marchio selezionato, se non adeguatamente verificato attraverso le ricerche di anteriorità e protetto attraverso i depositi della domanda di registrazione, oltre che non poter esser utilizzato in esclusiva, potrà confliggere con diritti anteriori di terzi, già utilizzati o registrati. Un'adeguata protezione dei diritti di proprietà intellettuale può costituire la base per lo sviluppo di portafogli di titoli in grado di funzionare tanto come elemento di attrazione verso capitali di

rischio, quanto come criterio di preferenza rispetto ad altre imprese concorrenti per l'eleggibilità e l'accesso a fondi pubblici (nazionali e comunitari) e finanziamenti bancari. Gli innovativi strumenti di IP Finance attivati su portafogli di diritti di proprietà intellettuale di una certa consistenza potranno consentire - come si vedrà meglio in seguito - alle imprese che detengono diritti di proprietà intellettuale di accedere a fonti speciali di finanziamento. Ad esempio, con le operazioni di IP Asset-BackedSecuritization un'impresa è in grado di monetizzare immediatamente i futuri proventi derivanti dallo sfruttamento di diritti di proprietà intellettuale.

5.1. Brevetti, modelli di utilità e marchi

Un brevetto è un diritto esclusivo, garantito dallo Stato, in forza del quale viene conferito un monopolio temporaneo di sfruttamento in relazione ad un'invenzione nuova, suscettibile di applicazione industriale, che implica un'attività inventiva (art. 45 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*))

Il concetto di invenzione

Si tratta della soluzione di un problema tecnico che non fa parte della conoscenza tecnica anteriore - vale a dire una soluzione che non è né conoscibile né evidente ad una persona esperta del ramo, in base a soluzioni tecniche già rivelate in passato - e che può consistere in un nuovo prodotto, in un nuovo procedimento o in un miglioramento di un prodotto o di un procedimento già esistente.

L'art. 45 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*) stabilisce che non sono reputate brevettabili invenzioni aventi ad oggetto:

- le scoperte, le teorie scientifiche e i metodi matematici, i metodi per il trattamento chirurgico, terapeutico o di diagnosi del corpo umano o animale;
- i piani, i principi e i metodi per attività intellettuale, per gioco o per attività commerciali e i programmi per elaboratori;
- le presentazioni di informazioni;

- le razze animali e i procedimenti essenzialmente biologici per l'ottenimento delle stesse, a meno che non si tratti di procedimenti microbiologici o di prodotti ottenuti mediante questi procedimenti.

In pratica non sono considerate brevettabili le semplici intuizioni oppure le semplici idee prive di qualsiasi attuazione concreta. Può risultare utile qualche esempio: la semplice dimostrazione che l'idrogeno è una fonte di energia è una scoperta non brevettabile, mentre l'applicazione di tale scoperta al fine della creazione di un motore che produce energia utilizzando l'idrogeno è, viceversa, brevettabile.

Ciò chiarito, possono essere analizzati i requisiti che un'invenzione deve possedere affinché gli Uffici competenti concedano - a seguito della conclusione della procedura di registrazione - il relativo brevetto. La legge chiarisce che deve trattarsi di un'invenzione dotata di novità, attività inventiva ed industrialità, e in particolare:

- **Novità:** un'invenzione è considerata nuova se non è compresa nello stato dell'arte esistente al momento del deposito della domanda di brevetto. Lo stato dell'arte è costituito da tutto ciò che è stato reso accessibile al pubblico, in qualunque parte del mondo, prima del deposito della relativa domanda di brevetto, mediante una descrizione scritta o orale, una utilizzazione o un qualsiasi altro mezzo. Ad esempio, se un'invenzione identica a quella oggetto della domanda di brevetto è già stata realizzata da un terzo, ma mai divulgata, sarà possibile procedere ugualmente al deposito della domanda; se, invece, quest'ultimo l'ha già esposta in una fiera, l'altrui invenzione, viceversa, non potrà più essere considerata nuova. Rientrano nei fatti distruttivi della novità anche le predivulgazioni realizzate dallo stesso autore dell'invenzione. Tale ipotesi si verifica - con l'eccezione della divulgazione avvenuta in esposizioni ufficiali o ufficialmente riconosciute ai sensi della convenzione concernente le esposizioni internazionali, firmata a Parigi il 22 novembre 1928, e successive modificazioni - quando è lo stesso autore dell'invenzione a rendere accessibile al pubblico con qualunque mezzo (ad esempio con una pubblicazione scientifica) la sua invenzione. E' stata, per esempio, reputata idonea a privare un'invenzione industriale di novità la comunicazione di un trovato brevettuale ad un numero indeterminato di persone in grado di apprendere gli elementi essenziali e caratteristici di tale trovato e, di conseguenza, di attuare l'invenzione (ipotesi che non ricorre laddove i soggetti posti a conoscenza dell'invenzione siano obbligati a

mantenere il segreto o siano persone inesperte, incapaci di comprendere e di attuare o fare attuare da altri l'invenzione (cfr. Tribunale di Monza, 25 gennaio 2005). È consigliabile, pertanto, prestare sempre particolare attenzione alla divulgazione di un'invenzione, evitando di farlo prima di avere depositato un brevetto che copra adeguatamente l'invenzione poiché tale divulgazione può rendere nullo, per difetto di novità, il successivo deposito della domanda di brevetto. È pertanto buona regola osservare il più rigoroso segreto sulle proprie invenzioni e tecnologie fino al momento del deposito della domanda di brevetto ad esse relativo e – là dove sia necessario comunicare a terzi informazioni confidenziali inerenti a tale invenzione - far sottoscrivere a terzi accordi di segretezza appositamente predisposti che li obblighino a non divulgare le predette informazioni in maniera non autorizzata;

- Attività inventiva: ai sensi dell'art. 48 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*), sussiste attività inventiva quando l'invenzione, per una persona esperta in quel particolare campo tecnologico, non risulta in modo evidente dallo stato della tecnica. In pratica si ritiene che invenzione non è il frutto di un processo inventivo se poteva essere realizzata da qualsiasi tecnico del settore sulla base della tecnica anteriore esistente alla data di deposito del brevetto. E' stata reputata non brevettabile - atteso che l'attività inventiva presuppone la non evidenza della soluzione del problema tecnico in questione per l'esperto medio del settore - l'applicazione di una precedente invenzione ad un campo diverso da quello in cui l'invenzione originaria è stata concepita, poiché il tecnico medio del settore avrebbe potuto arrivare senza difficoltà alla soluzione tecnica proposta dal secondo brevetto (nella specie, trattavasi dell'utilizzazione di un giunto, oggetto di un brevetto inglese per la fabbricazione di un tavolo - Cassazione Civile, sez. I, 2 marzo 1995 n. 2398, Soc. Amar c. Soc. Formenti e altro). Può essere brevettata, viceversa, l'invenzione di una combinazione che applichi una formula nota ad un processo anch'esso noto, sempre però che ne derivi un quid novi, consistente in un progresso dello stato della tecnica (tale soluzione non appearing ovvia ad una persona esperta del ramo - cfr. Cassazione Civile, sez. I, 17 ottobre 2008 n. 25351, Tortora c. Min. attività produttive);
- Industrialità: secondo l'art. 49 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*), un'invenzione è considerata atta ad avere un'applicazione industriale

se il suo oggetto può essere fabbricato o utilizzato in qualsiasi genere di industria, compresa quella agricola. Un'invenzione non può essere un semplice processo intellettuale, ma deve poter essere utile e deve essere in grado di generare effetti pratici e concreti. Infine, ai sensi dell'art. 50 c.p.i., non possono costituire oggetto di brevetto le invenzioni la cui attuazione è contraria all'ordine pubblico o al buon costume. Ad esempio, non sarà brevettabile un'invenzione relativa a lettere-bomba o a mine antiuomo.

L'invenzione può essere protetta attraverso:

- brevetto italiano;
- brevetto europeo;
- brevetto Patent Cooperation Treaty.

Un'invenzione brevettabile può ricevere protezione in Italia secondo differenti modalità:

- può essere, innanzitutto, depositata domanda di brevetto presso qualsiasi Camera di Commercio - in forma cartacea o in forma telematica - oppure presso l'UIBM, tramite servizio postale, al fine di ottenere un brevetto italiano (vale a dire un brevetto che avrà efficacia solo in Italia);
- può essere depositata domanda di brevetto europeo presso l'EPO (European Patent Office) al fine di ottenere un brevetto europeo (vale a dire un brevetto che avrà efficacia nel territorio degli Stati aderenti alla Convenzione di Monaco sul brevetto europeo - ovvero nei 27 Paesi dell'Unione europea più Norvegia, San Marino, Croazia, Islanda, Macedonia, Turchia, Liechtenstein, Svizzera e Lituania). Il deposito delle domande di brevetto europeo può essere effettuato in forma cartacea presso la Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura di Roma, delegata allo svolgimento di tale funzione. Il deposito può avvenire anche in forma telematica secondo quanto disposto dall'art. 7 del Decreto del Ministero dello Sviluppo Economico n. 33/2010;
- può essere, infine, depositata domanda di brevetto secondo il Patent Cooperation Treaty (PCT) presso l'UIBM o presso il corrispondente ufficio PCT di WIPO al fine di

ottenere un brevetto che avrà efficacia legale nel territorio di tutti i paesi aderenti al Trattato PCT (fra i quali è compresa l'Italia). La relativa domanda può, in alternativa, essere depositata presso l'UIBM, in forma cartacea o in forma telematica. In tale ultimo caso, l'Ufficio determina la data di deposito e il numero internazionale secondo quanto disposto dal Trattato PCT e dal successivo regolamento di esecuzione (art. 8 D.M. n. 33/2010 (*"Regolamento di attuazione C.P.I."*)). Va ricordato che l'art. 198 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*) contiene alcune limitazioni alla facoltà di depositare brevetti all'estero, dettate dall'esigenza di rendere segreti quei trovati brevettuali potenzialmente utili alla difesa nazionale. Al fine di depositare domande di brevettazione presso gli uffici brevetti di Stati esteri, presso l'Ufficio Brevetti Europeo oppure presso l'Ufficio PCT di WIPO, chi risiede nel territorio dello Stato deve – ove non intenda procedere preventivamente al deposito di una domanda di brevetto italiano – richiedere al Ministero dello Sviluppo Economico un'apposita autorizzazione. Tale autorizzazione s'intenderà rilasciata nel caso in cui, decorsi 90 giorni dalla presentazione di tale richiesta, non sia stato comunicato al richiedente un provvedimento di rifiuto. Nel caso in cui, invece, sia stata depositata preventivamente una domanda di brevetto italiano, sarà sufficiente attendere 90 giorni, decorsi i quali, sarà possibile procedere al deposito della relativa domanda di brevetto estero, europeo oppure PCT presso i summenzionati uffici. Si ricorda, al riguardo, che l'estensione all'estero della domanda di brevetto italiano dovrà necessariamente avvenire entro i successivi 12 mesi.

Fermo restando quanto sopra, le imprese hanno, quindi, differenti possibilità per proteggere un'invenzione, la procedura più corretta per allocare le risorse in modo efficiente è:

- svolgere una ricerca di anteriorità al fine di verificare che l'invenzione non sia già stata "protetta" (ovvero che non sia già compresa nello stato della tecnica); così facendo, si eviterà il rigetto della domanda e, quindi, si eviterà di incorrere in spese non ripetibili;
- valutare la potenzialità commerciale dell'invenzione, considerando anche la presenza di eventuali invenzioni destinate al soddisfacimento di bisogni analoghi, commercializzate da altre imprese; sarebbe, infatti, inutile brevettare un'invenzione

priva di sufficienti possibilità di successo commerciale. E' pertanto importante valutare le caratteristiche del mercato in cui l'invenzione sarà commercializzata; se il mercato è prevalentemente europeo, può risultare più conveniente la sola registrazione in alcuni o tutti i Paesi aderenti alla Convenzione di Monaco sul brevetto europeo.

La domanda di brevetto

La domanda di brevetto ha molte funzioni:

- fornisce dati sull'inventore, sul titolare del brevetto ed altre informazioni legali;
- descrive la natura dell'invenzione, fornendo le istruzioni su come attuarla;
- determina l'ambito di protezione del brevetto.

Le domande di brevetto sono strutturate in modo simile in tutto il mondo e sono composte di un riassunto, di una descrizione, di una o più rivendicazioni nonché di disegni (se necessari). In pratica, l'ordinamento attribuisce all'inventore un monopolio temporaneo ventennale (non rinnovabile) di sfruttamento, proprio perché attraverso la brevettazione del trovato, si incentiva la divulgazione (a beneficio della collettività) e si disincentiva la prassi di tenere le invenzioni segrete. Ecco perché è necessario redigere la domanda di brevetto in modo che contenga una descrizione sufficientemente chiara in grado di consentire a qualsiasi esperto del ramo di realizzare il trovato brevettuale.

Le descrizioni

Un'invenzione è reputata sufficientemente descritta quando, attraverso l'esame del testo della domanda e dei documenti allegati, un tecnico medio del ramo è in grado di riprodurre il prodotto o il procedimento oggetto dell'invenzione. Se l'invenzione ha per oggetto un trovato particolarmente complesso (come nel caso di invenzioni microbiologiche) un utile consiglio è quello di depositare anche un campione del prodotto. Un brevetto può considerarsi, pertanto, sufficientemente descritto quando sia tale da permettere ad un esperto del settore di attuare quella parte dell'invenzione che concreta l'idea innovativa, con riferimento al suo scopo ed alla sua applicabilità industriale (Tribunale Firenze 9 gennaio 2001, Soc. Pfizer Inc. e altro c. Soc. Scandicci it. Medicinali). Le indicazioni

necessarie per aversi descrizione sufficiente di un brevetto devono, inoltre, essere tali da non dover costringere un esperto del ramo dotato di tecnica media a ricorrere - onde attuare l'invenzione descritta - a nuove ricerche o, comunque, a nuove indagini, nuovi controlli, nuove sperimentazioni (Corte appello Firenze, 29 ottobre 2001, Soc. Sims c. Pfizer Inc.). L'art. 21, D.M. n. 33/2010 ("*Regolamento di attuazione C.P.I.*") specifica il contenuto della descrizione dell'invenzione, precisando che essa deve:

- specificare il campo della tecnica a cui l'invenzione fa riferimento;
- indicare lo stato della tecnica preesistente, di cui l'inventore sia a conoscenza, utile alla comprensione dell'invenzione e all'effettuazione della ricerca, fornendo eventualmente riferimenti a documenti specifici;
- esporre l'invenzione in modo tale che il problema tecnico e la soluzione proposta possano essere compresi;
- descrivere brevemente gli eventuali disegni;
- descrivere in dettaglio almeno un modo di attuazione dell'invenzione, fornendo esempi appropriati e facendo riferimento ai disegni, laddove questi siano presenti;
- indicare esplicitamente, se ciò non risulti già ovvio dalla descrizione o dalla natura dell'invenzione, il modo in cui l'invenzione possa essere utilizzata in ambito industriale.

Le rivendicazioni

Le rivendicazioni determinano che cosa, in concreto, debba formare oggetto del brevetto. Occorre fare estrema attenzione nella redazione delle rivendicazioni, poiché l'art. 52 D.Lgs. n. 30/2005 ("*Codice della Proprietà industriale*") dispone espressamente che i limiti della protezione sono determinati dal tenore delle rivendicazioni. Ecco perché è consigliabile l'assistenza di un consulente specializzato in brevetti ai fini della redazione e del deposito della domanda e dell'individuazione delle relative rivendicazioni. L'art. 21 D.M. n. 33/2010 ("*Regolamento di attuazione C.P.I.*") precisa che le rivendicazioni - le quali definiscono le caratteristiche specifiche dell'invenzione per le quali si chiede protezione -

devono essere chiare, concise e trovare completo supporto nella descrizione, nonché essere redatte in un documento separato secondo le seguenti formalità:

- devono essere indicate con numeri arabi consecutivi;
- la caratteristica tecnica rivendicata deve essere esplicitamente descritta (il richiamo alle figure è consentito solo a scopo di maggior chiarezza);
- le caratteristiche tecniche menzionate nelle rivendicazioni, qualora facciano riferimento ai disegni, possono essere seguite dal numero corrispondente alle parti illustrate dagli stessi, fermo restando che tale riferimento non costituisce una limitazione della rivendicazione.

Il procedimento di brevettazione

Le fasi del procedimento di brevettazione presso l'UIBM posso essere così schematizzate:

- redazione e deposito della domanda: occorre procedere - in seguito alla redazione della domanda - al deposito della stessa presso l'Ufficio Brevetti desiderato (UIBM o Camera di Commercio);
- esame formale: l'Ufficio Brevetti verifica che la domanda sia corretta da un punto di vista formale - in particolare che sia presente la documentazione prescritta e che siano stati versati gli importi richiesti (ad es. tassa di richiesta);
- ricerca di anteriorità: dal primo luglio 2008, ogni domanda di brevetto depositata presso l'UIBM è sottoposta ad una ricerca di anteriorità svolta dall'EPO, senza costi aggiuntivi per le imprese, all'esito della quale verrà consegnato al richiedente il rapporto della ricerca e un'opinione scritta sulla brevettabilità della propria invenzione. Successivamente il richiedente ha la possibilità di modificare la domanda (ad esempio, inviando una stesura modificata della descrizione, delle rivendicazioni e dei disegni o presentando argomentazioni sul rapporto di ricerca e precisazioni sulle rivendicazioni emendate) o ritirarla;
- esame: l'Ufficio Brevetti, ai sensi dell'art. 170 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*), verifica, inoltre, se:

- la domanda abbia per oggetto un'invenzione brevettabile (art. 45 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*));
- l'attuazione dell'invenzione non sia contraria all'ordine pubblico e al buon costume (art. 50 D.Lgs. n. 30/2005 (*"Codice della Proprietà industriale"*));
- pubblicazione: la domanda viene pubblicata decorsi 18 mesi dal primo deposito, ma è possibile richiederne la pubblicazione anticipata (non prima di 90 giorni dal primo deposito);
- concessione: se la procedura si conclude positivamente, l'Ufficio concederà il brevetto al richiedente ed emetterà il relativo certificato di concessione.

Depositare immediatamente una domanda di brevetto per invenzione in Italia presso l'UIBM è, oggi, ancora più conveniente. È, infatti, possibile estendere agevolmente un brevetto nazionale italiano a livello europeo o internazionale (brevetto PCT), depositando, entro 12 mesi dal deposito della relativa domanda di brevetto italiana, un'ulteriore domanda di brevetto europeo o di brevetto PCT, nella quale viene rivendicata la priorità del brevetto nazionale. Come accennato sopra, dal 1° luglio 2008, ogni domanda di brevetto depositata presso l'UIBM deve essere sottoposta ad una ricerca di anteriorità svolta dall'EPO (nella quale viene evidenziata l'esistenza o meno a livello mondiale di brevetti anteriori, capaci di privare l'invenzione di cui trattasi di novità e/o dell'attività inventiva). Il rapporto di ricerca, unitamente ad un'opinione scritta sulla brevettabilità dell'invenzione verrà consegnato al richiedente entro 9 mesi dal deposito nazionale (prima, quindi, della scadenza del termine per l'estensione della domanda all'estero che è, infatti, di 12 mesi a partire dalla data di deposito del brevetto italiano). Ciò significa che è possibile prendere in considerazione anticipatamente i rilievi che potrebbero essere mossi dall'esaminatore internazionale e valutare così in anticipo l'opportunità o meno di procedere ad estendere all'estero il vostro brevetto. Alla luce di quanto sopra, potrebbe essere opportuno procedere prima con il deposito di una domanda di brevetto nazionale, per poi estenderlo a livello internazionale con una domanda di brevetto PCT, che consentirà di procedere, nel caso in cui l'esaminatore internazionale abbia dato parere favorevole in merito alla brevettabilità dell'invenzione nella fase c.d. internazionale, alla fase cd. nazionale/regionale che, a seconda dei Paesi/Regioni prescelti, dovrà essere avviata entro 30 o 31 mesi dalla data del deposito del brevetto italiano. La fase regionale/nazionale consiste nel deposito di traduzioni della predetta domanda di brevetto

nelle lingue ufficiali di ogni singolo Paese o Ufficio Brevetti di interesse (a titolo esemplificativo è possibile chiedere la protezione dell'invenzione all'Ufficio Brevetti Europeo e/o agli Uffici Brevetti degli Stati Uniti, Canada, Messico, Brasile e/o Argentina). Spetterà, infine, ai singoli Uffici Brevetti dei Paesi/ Regioni nei quali si procede, verificare se esistano o meno i requisiti di brevettabilità al fine di concedere la protezione nel territorio di propria competenza.

I diritti conferiti a seguito della concessione del brevetto

Il brevetto attribuisce al titolare la facoltà esclusiva di attuare l'invenzione e di trarne profitto nel territorio dello Stato (ad es. i singoli Paesi aderenti alla Convenzione sul Brevetto Europeo indicati nella domanda di brevetto europeo). In particolare se l'invenzione è:

- un prodotto: il titolare potrà vietare ai terzi di produrlo, utilizzarlo, metterlo in commercio, venderlo o importarlo;
- un procedimento: il titolare potrà vietare ai terzi di applicare il procedimento o di produrre, utilizzare, mettere in commercio, vendere o importare il prodotto direttamente ottenuto con tale procedimento.

Il titolare potrà, quindi, dopo 18 mesi dalla data di presentazione della domanda (o 90 giorni nel caso di pubblicazione anticipata della domanda) impedire a chiunque di utilizzare l'invenzione, iniziando azioni giudiziarie o richiedere provvedimenti cautelari. La durata (non rinnovabile) della protezione di un brevetto è di 20 anni dalla data del deposito.

Il modello di utilità

Si può proteggere un determinato trovato come modello di utilità a condizione che si tratti di:

- un modello nuovo;
- un modello che conferisca una particolare efficacia, comodità di applicazione o di impiego a prodotti già esistenti.

Un tipico modello di utilità può essere una nuova impugnatura (ad es. ergonomica) per un oggetto già esistente (ad es. un attrezzo di lavoro). Ai fini del riconoscimento del brevetto per modello di utilità è richiesto, come per il brevetto per invenzione, oltre al requisito formale della descrizione chiara e completa, il requisito sostanziale della novità intrinseca od originalità, da riconoscersi ogni qual volta sia possibile rinvenire un'idea nuova che incida su un meccanismo od una forma già noti, conferendo loro nuova utilità mediante soluzioni ed accorgimenti che vadano oltre la mera applicazione di regole ovvie ed elementari e attribuiscano a macchine, strumenti, utensili ed oggetti, un incremento di efficienza o di comodità d'impiego (Cassazione Civile, sez. I, 2 aprile 2008 n. 8510; BSH c. Soc. C. Elettrodomestici). Non può costituire, viceversa, oggetto di tutela per difetto del requisito della novità intrinseca il brevetto per modello di utilità che si risolve, rispetto ai trovati preesistenti, nell'adozione di soluzioni ed accorgimenti elementari attuabili da qualsiasi operatore provvisto di cognizioni tecniche medie per quel settore. Il Tribunale di Torino ha, al riguardo, reputato privo di novità, in quanto del tutto banale e oltretutto già noto in numerose applicazioni nei più svariati settori, un dispositivo di serraggio scorrevole e girevole per attrezzature per la pesca amatoriale, consistente nella sostituzione delle viti di compressione con una vite a testa impugnabile manualmente (Tribunale Torino, 1 febbraio 2007, Soc. Milo e altro c. Soc. Preston Innovations).

Proteggere un modello di utilità

I modelli di utilità si proteggono con un brevetto concesso all'esito di un procedimento di brevettazione che segue regole analoghe a quelle per la brevettazione delle invenzioni. È previsto un esame formale e materiale da parte dell'Ufficio Brevetti che, ove ritenga che sia stato erroneamente chiesto il brevetto per modello in luogo di quello per invenzione, potrà invitare il richiedente a modificare la domanda. È comunque possibile, contestualmente alla presentazione di una domanda di brevetto per invenzione, presentare anche domanda di brevetto per modello, da far valere nel caso in cui la prima non sia accolta del tutto o sia accolta solo parzialmente.

Analizzando quali sono i diritti conferiti a seguito della concessione di un modello di utilità, dopo 18 mesi dalla data di presentazione della domanda o dalla data di priorità, o precedentemente se notificata al presunto contraffattore, il titolare di una domanda può impedire che un terzo utilizzi il modello e può, a tal fine, iniziare azioni giudiziarie nonché

richiedere provvedimenti cautelari. I diritti sorgono a seguito della concessione del brevetto e hanno una durata (non rinnovabile) di 10 anni, decorrenti dalla data di presentazione della domanda.

Un errore comune è quello di confondere i modelli di utilità con le invenzioni o con il design. Il modello di utilità è, semplicemente, la nuova forma di un prodotto attraverso la quale si migliora l'efficacia, la comodità di applicazione o di impiego di un oggetto esistente, mentre l'invenzione, al contrario, presuppone la creazione di un nuovo oggetto o procedimento. Un nuovo attrezzo di lavoro potrebbe essere l'oggetto di un'invenzione mentre l'impiego di una nuova impugnatura per lo stesso attrezzo potrebbe essere oggetto di un modello di utilità. Un trovato che, pur presentando il requisito della novità, difetti di sufficiente attività inventiva è insuscettibile di tutela quale brevetto per invenzione, ma può trovare invece tutela come modello di utilità in virtù di una sua originalità sul piano dell'efficacia e della comodità di impiego (Corte appello Milano, 21 marzo 2006, Soc. Gipron c. Soc. Masters). Il modello di utilità si distingue chiaramente anche dal design. Come si vedrà più avanti, infatti, il termine design si riferisce unicamente agli aspetti estetici o decorativi di un prodotto, mentre quelli funzionali (la sopradescritta nuova impugnatura) rientrano nell'ambito di protezione dei modelli di utilità.

Il marchio è un segno che permette di identificare i prodotti e servizi di un'impresa distinguendoli da quelli prodotti e/o distribuiti dalle altre imprese. Attraverso la sua funzione distintiva il marchio consente di creare un legame tra i consumatori e i prodotti di un'impresa, in quanto gli stessi consumatori saranno portati a ricollegare determinate qualità ad un prodotto o ad un servizio semplicemente sulla base del marchio che vi viene apposto.

Possono costituire marchi d'impresa tutti i segni suscettibili di essere rappresentati graficamente, in particolare le parole, compresi i nomi di persona, i disegni, le lettere, le cifre, i suoni, la forma del prodotto o della confezione di esso, o le combinazioni o le tonalità cromatiche (purché siano idonei a distinguere i prodotti o i servizi di una impresa da quelli altrui). In particolare è possibile registrare come marchio le lettere dell'alfabeto e/o cifre, purché venga adottata una stilizzazione grafica particolare. Si possono, inoltre, registrare come marchio i colori laddove rappresentabili graficamente (vi consigliamo, al riguardo, di identificare i colori che intendete proteggere attraverso l'impiego di un codice internazionalmente riconosciuto) e capaci di ricollegare ad una impresa determinata i

prodotti e i servizi contraddistinti dal predetto marchio. È anche ammessa la registrazione di suoni, a condizione che sia allegata alla domanda la rappresentazione grafica del suono su pentagramma. È possibile infine registrare le forme dei prodotti, purché si tratti di forme molto caratterizzate e, perciò, facilmente memorizzabili dai consumatori. La legge richiede che un segno possa essere validamente registrato come marchio nel caso in cui sia dotato di:

- novità, in quanto non confondibile con segni distintivi anteriori altrui (marchi, nomi a dominio, nomi commerciali);
- distintività, in quanto idoneo a consentire al consumatore di ricollegare all'impresa del titolare i prodotti e i servizi contraddistinti dal marchio;
- liceità, ovvero la non contrarietà alla legge, all'ordine pubblico e al buon costume e, soprattutto, la non idoneità di trarre in inganno i consumatori sulle caratteristiche e le qualità dei relativi prodotti e servizi.

Un marchio d'impresa può essere depositato e successivamente registrato solo per determinati prodotti o servizi (i quali, secondo la c.d. Classificazione di Nizza introdotta dall'Accordo di Nizza del 15 giugno 1957 e successive modifiche, sono formalmente ripartiti in 45 classi merceologiche). Va evidenziato, al riguardo, come un marchio d'impresa possa essere depositato in più classi merceologiche, con la conseguenza che l'ambito di protezione dello stesso marchio dipenderà dal numero di classi nel quale è stato depositato (e successivamente registrato).

Si segnala che un'opinione comunemente diffusa tra le imprese italiane è quella secondo cui la registrazione del marchio non sarebbe necessaria, in quanto la legge italiana proteggerebbe anche marchi non registrati, e questo perché il titolare di un marchio c.d. di fatto gode di alcune facoltà esclusive, inclusa quella di chiedere la dichiarazione di nullità per difetto di novità di un marchio identico o confondibilmente simile, successivamente registrato. Va puntualizzato, al riguardo, come la registrazione di un marchio (che implica l'esborso di poche centinaia di euro) offra maggiori diritti ed esoneri l'impresa dall'onere di dimostrare di essere stata la prima ad utilizzare effettivamente il marchio in questione (prova tutt'altro che agevole). Inoltre, ove s'intenda proteggere il marchio non solo in Italia, con il deposito presso l'UIBM, ma anche in altri Paesi, è consigliabile procedere ad una

registrazione comunitaria presso l'UAMI o ad una registrazione internazionale con il deposito presso WIPO. Esistono diversi livelli di protezione per i marchi:

- il richiedente può limitarsi a proteggere il proprio marchio in Italia; a tal fine basterà depositare la domanda (provvista degli elementi indicati dall'art. 11 D.M. n. 33/2010 (*"Regolamento di attuazione C.P.I."*)) presso qualsiasi Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura in forma cartacea o in forma telematica oppure presso l'UIBM, tramite servizio postale;
- il richiedente può procedere alla protezione del proprio marchio all'interno dell'intero territorio dell'Unione europea, attraverso il deposito (anche telematico) della domanda di registrazione di marchio comunitario presso l'UAMI (Ufficio per l'Armonizzazione del Mercato Interno);
- il richiedente può procedere alla protezione internazionale del proprio marchio attraverso il deposito della domanda presso la sede di Ginevra dell'Organizzazione Mondiale della proprietà intellettuale (WIPO) passando dall'UIBM, designando uno o più Paesi membri; in tal caso la registrazione produrrà lo stesso effetto di tante registrazioni nazionali, quanti sono i paesi coinvolti;
- il richiedente, in alternativa, può procedere a separati depositi nazionali nei diversi stati (europei e non) nei quali intende avvalersi del marchio.

In considerazione del valore non solo commerciale del marchio, sarebbe consigliabile, tuttavia, estendere il più possibile, in termini territoriali, la protezione dei marchi, compatibilmente con le possibilità del richiedente. Ciò potrebbe attribuire un indubbio vantaggio nel caso in cui si desideri ampliare il mercato dei propri prodotti o servizi.

Registrare un marchio collettivo comunitario

La registrazione di un marchio collettivo comunitario tutela il marchio in modo uniforme in tutti i 27 paesi dell'Unione europea. Il titolare del marchio collettivo comunitario registrato (i.e. l'ente certificatore) può esperire tutte le azioni che il Regolamento 40/94/CE sui Marchi Comunitari (RMC) attribuisce al titolare di un marchio individuale comunitario. Soprattutto, l'art. 70 comma 2 RMC, prevede la possibilità per il titolare del marchio comunitario di richiedere il risarcimento per conto delle persone abilitate ad utilizzare il

marchio, se esse hanno subito un danno in conseguenza dell'utilizzazione non autorizzata dello stesso.

Nell'ambito dei marchi collettivi si distinguono le cd. certificazioni di qualità (o marchi collettivi di qualità) rilasciate da organismi certificatori terzi che attestano la qualità di un prodotto in ragione della sua conformità alle regole contenute in un disciplinare di produzione. Le certificazioni di qualità - le quali sono sempre un atto volontario dell'impresa all'interno di una strategia finalizzata a conquistare la fiducia dei consumatori - sono utilizzate, pertanto, da quelle imprese che intendono garantire in modo specifico la qualità dei propri prodotti o servizi. Perché possa aversi una certificazione di qualità occorre, quindi, che i produttori decidano di assoggettarsi a determinate regole e controlli fissati da organismi certificatori imparziali che garantiscono la conformità del prodotto a determinati standard qualitativi. Fermo restando che la scelta di adottare una certificazione di qualità è sempre un atto volontario dell'impresa, tali certificazioni si distinguono in:

- certificazioni volontarie, nelle quali le norme tecniche di cui si compone il disciplinare tecnico di produzione derivano esclusivamente da accordi privati tra le imprese;
- certificazioni regolamentate, nelle quali i requisiti oggetto di certificazione (caratteristiche del prodotto finale, modalità di produzione, di trasformazione ecc) e i sistemi di certificazione sono stabilite da fonti normative vincolanti (comunitarie o nazionali – ad es. nell'agricoltura biologica la fonte normativa di riferimento è il Regolamento 834/2007/CE). Inoltre, l'organo di certificazione deve essere autorizzato dalle autorità nazionali competenti. Il marchio non è l'unico segno distintivo. Esistono infatti ulteriori segni distintivi (ditta, ragione o denominazione sociale, nome a dominio), ciascuno dei quali è ricollegato a un'impresa (in forma individuale o societaria) che produce prodotti o servizi e, nonostante adempiano a funzioni differenti dal marchio, possono comportare ugualmente la mancanza di novità di un marchio (e, quindi, la non registrabilità). Si deve quindi tenere in considerazione anche gli altri segni distintivi nelle ricerche di anteriorità. Ad esempio, la ditta è il nome sotto il quale l'imprenditore individuale esercita la sua attività. La ditta (al pari della ragione sociale o della denominazione sociale) identifica un soggetto che produce beni o servizi; mentre il marchio identifica i prodotti o servizi da esso forniti. Inoltre, tutte le società (di persone o di capitali)

devono avere un nome. Nel caso di società di persone (società semplici, società in nome collettivo e società in accomandita semplice) questa si chiama ragione sociale, mentre nelle società di capitali (società per azioni, società in accomandita per azioni e società a responsabilità limitata) esso si chiama denominazione sociale. Infine, il nome a dominio è il segno distintivo che contraddistingue un determinato indirizzo telematico come ad esempio un sito internet. Per esempio il nome a dominio “uibm.gov.it” contraddistingue l’indirizzo telematico dell’Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. La regola è che non si può registrare come marchio un segno noto come nome a dominio né si può registrare un marchio altrui come nome a dominio. Perciò, il titolare di un marchio registrato deve:

- tenere in considerazione i nomi a dominio nelle ricerca di anteriorità per i marchi;
- opporsi alla registrazione del proprio marchio come nome a dominio da parte di terzi (ricorrendo alla Registration Authority italiana o utilizzando la procedura amministrativa on-line di risoluzione delle controversie concernenti i nomi a dominio gestita dall’OMPI ovvero richiedendo all’Autorità Giudiziaria i relativi provvedimenti di inibizione all’uopo previsti dal Codice di proprietà industriale).

La protezione dei software

Come noto l’articolo 25, comma 2, D.L. n. 179/2012 prevede al punto 3 che tra i requisiti per essere identificata come startup innovativa l’impresa deve essere *“sia titolare o depositaria o licenziataria di almeno una privativa industriale relativa a una invenzione industriale, biotecnologica, a una topografia di prodotto a semiconduttori o a una nuova varietà vegetale ovvero sia titolare dei diritti relativi ad un programma per elaboratore originario registrato presso il Registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore, purché tali privative siano direttamente afferenti all’oggetto sociale e all’attività di impresa.”*

La titolarità di diritti relativi ad un programma per elaboratore possono essere attestati attraverso il deposito dell’opera presso la Società italiana degli autori ed editori (SIAE), per quelle opere che non sono state oggetto di pubblicazione, oppure, in caso si avvenuta pubblicazione alla registrazione della stessa nel registro pubblico speciale per i programmi per elaboratore la cui gestione è stata rimessa alla Società italiana autori ed editori.

Il Registro pubblico per il software è, infatti, in funzione presso la Sezione OLAF della Direzione Generale della SIAE ed è stato istituito ed affidato alla SIAE con il D.Lgs. n. 518/1992, che ha aggiornato la L. n. 633/1991 sulla tutela del diritto d'autore. Le modalità tecniche sono invece state regolamentate dal Dpcm. n. 244/1994.

Le registrazioni sul Registro pubblico per il software fanno fede, fino a prova contraria, dell'esistenza del programma e di chi ne sia l'autore. Si rendono pubblici, in effetti, l'esistenza e il titolo del software, il nome dell'autore, la data e il luogo di pubblicazione, oltre al nome del titolare dei diritti di utilizzazione economica sul software (se diverso dall'autore).

La registrazione si effettua mediante presentazione alla SIAE da parte dell'autore, o di altro titolare dei diritti esclusivi, di un esemplare del programma da registrare accompagnato da una descrizione del programma stesso comprendente ogni utile elemento per la sua identificazione e da una dichiarazione che, con riferimento al programma pubblicato, contenga le seguenti indicazioni:

- titolo del programma;
- nome dell'autore, o suo pseudonimo, e sua nazionalità;
- nome e domicilio di chi, quale titolare dei diritti esclusivi di utilizzazione economica, ha pubblicato il programma e ne richiede la registrazione
- data e luogo di pubblicazione del programma, intendendosi per pubblicazione il primo atto di esercizio dei relativi diritti esclusivi

Dato che la registrazione è facoltativa e viene utilizzata solo da chi vi abbia interesse, il Registro non costituisce una "anagrafe" completa dei programmi pubblicati. Ci sono, quindi, programmi protetti che non sono depositati e programmi depositati che potrebbero non godere della tutela prevista dalla legge.

Per i programmi importati da persone fisiche o giuridiche stabilmente domiciliate in Italia, ovvero acquisiti da Paesi dell'Unione Europea, la registrazione può essere richiesta dal titolare dei diritti di utilizzazione economica per l'Italia. Qualora la data di pubblicazione del programma non corrisponda alla data del primo atto di esercizio dei diritti esclusivi in Italia, deve altresì essere indicata la data di pubblicazione nel Paese d'origine.

Sul Registro possono anche essere trascritti gli atti che trasferiscono in tutto o in parte i diritti di utilizzazione economica su un software o costituiscono su di essi diritti di usufrutto o garanzia o anche gli atti di divisione (quando i coautori decidono di dividersi i diritti su un software creato insieme) o di società (quando due o più persone danno ad una società la titolarità dei diritti su un software per l'esercizio in comune di un'attività economica). Per la trascrizione, è necessario presentare la copia autentica dell'atto o dell'originale della scrittura privata con le firme autenticate da un notaio.

L'atto da trascrivere deve riguardare il trasferimento della titolarità (e non del solo esercizio) dei diritti di utilizzazione economica del programma: le "licenze d'uso" non possono essere trascritte, dato che esse attribuiscono solo la facoltà di utilizzo del programma, e non trasferiscono la titolarità dei diritti.

La SIAE inserisce nel Registro, gestito con sistemi informatici, i dati dichiarati e conserva nei suoi archivi, con un numero progressivo e la data di registrazione, gli esemplari dei programmi e degli atti, fornendo al richiedente un attestato di registrazione. La SIAE consente la consultazione del Registro e rilascia estratti e copie autentiche degli atti depositati (dichiarazioni, descrizioni e atti depositati).

La procedura di registrazione di un software

Per registrare un programma per computer sul Pubblico Registro Software è necessario presentare:

- modello di richiesta/dichiarazione ([Modello 349](#)), completo in ogni sua parte;
- un esemplare del software, da consegnare su supporto digitale non riscrivibile (CD-rom, DVD non riscrivibili) con custodia rigida, dove titolo del software e firma del/dei richiedenti siano riportati direttamente sul supporto con pennarello indelebile.
- attestato di pagamento dei diritti fissi a SIAE.

Per la registrazione del software sono dovuti i seguenti diritti fissi:

- per ciascun programma da registrare euro 126,62 (comprensivo di bollo virtuale di € 16,00 e marca da bollo di € 2,00);

- per ciascun atto da registrare euro 117,66 (comprensivo di bollo virtuale di € 16,00 e marca da bollo di € 2,00);
- per ciascuna visura di registrazione euro 18,99 (comprensivo di bollo virtuale di € 16,00);
- per ciascuna copia certificata euro 28,07 (comprensivo di bollo virtuale di € 16,00);
- per ciascuna copia certificata dell'atto allegato alla trascrizione euro 0,60a pagina oltre ai rispettivi diritti di visura.

5.2. Digitalizzazione e dematerializzazione economica

Negli ultimi anni, con la diffusione della connettività e della banda larga, internet è diventato un canale primario per lo sviluppo dell'economia e dell'imprenditorialità. Progressivamente si sono affermati, a tutti i livelli ed in tutti i settori, sistemi di vendita o distribuzione digitale di beni/servizi e tecnologie per supportare transazioni monetarie virtuali, operazioni sempre più frequenti che utilizzano canali elettronici e coinvolgono operatori residenti in diverse parti del mondo.

Nel prosieguo del capitolo si andranno ad analizzare le attuali configurazioni dei sistemi di distribuzione digitali esistenti, il funzionamento delle piattaforme di commercio elettronico nonché gli aspetti normativi e tecnici relativi alla dematerializzazione del denaro. Conseguentemente, verranno approfonditi gli aspetti fiscali e le prospettive future di armonizzazione europea, connesse a queste realtà sempre più in crescita.

Digital Distribution (distribuzione digitale)

Con il termine Digital Distribution (anche detta, nelle diverse varianti, OCD - Online Content Delivery o ESD - Electronic Software Distribution) si intende la produzione, la vendita e/o la diffusione di prodotti o servizi verso un mercato da parte di un'impresa esclusivamente tramite le tecniche di digitalizzazione e sfruttando la connettività di rete. E' una modalità di rivolgersi al mercato che è iniziata con lo sviluppo della banda larga per la

diffusione di opere audiovisive, ma ad oggi è estesa alle transazioni che riguardano tutti i beni e servizi immateriali, in particolare ai software.

La sfera di interesse della distribuzione digitale può riguardare teoricamente tutti i supporti cartacei, audiovisivi, musicali e informatici ed intellettuali che, tramite diverse modalità di compressione, permettono la fruizione di un prodotto su molteplici piattaforme. Si applica anche alla vendita di servizi intangibili. L'enorme vantaggio della digitalizzazione e distribuzione digitale è la disponibilità di database sempre aggiornati e ricchi di contenuti accessibili da qualsiasi utente, una facilità e rapidità di diffusione a livello globale del prodotto senza eguali, nonché la possibilità di applicazione di diversi modelli di business e sistemi di remunerazione, da adattare secondo le esigenze degli attori coinvolti.

Sistemi di business nella DD

Il mercato della distribuzione digitale può essere molto appetibile per le startup ed in generale per le imprese in fase di consolidamento data la facilità di accesso, adattabilità e versatilità dei canali di mercato. Può strutturarsi in differenti modalità con riguardo al rapporto fornitore – cliente come di seguito rappresentato schematicamente.

1. Fruizione gratuita da parte dell'utente finale

L'accesso alle librerie, archivi o aree riservate per la visualizzazione del contenuto da parte dell'utente o cliente finale (definito utilizzatore o "user") è gratuito, così come è generalmente gratuita la pubblicazione della risorsa da commercializzare da parte dell'autore, sviluppatore o produttore (definito generalmente "author"). Si pone il problema di come viene ripagato chi diffonde la sua opera digitale.

a. Remunerazione dell'author da parte del terzo inserzionista pubblicitario

Gli autori, sviluppatori o produttori dei contenuti digitali coperti da copyright ed offerti su internet vengono ripagati da terzi inserzionisti tramite percentuali riconosciute a fronte delle inserzioni pubblicitarie visualizzate sulla piattaforma di diffusione della risorsa e collegate a quel singolo contenuto.

Più una risorsa (oppure opera intellettuale, contenuto, software, ecc.) registra accessi (quindi più risulta "popolare") più ha visibilità la sponsorizzazione pubblicitaria che vi è

collegata. L'autore, sviluppatore o produttore è dunque remunerato non dall'utilizzatore / acquirente del contenuto, ma da un terzo soggetto in base alla diffusione complessiva del suo prodotto / servizio.

Moltissimi blog e siti (che in buona sostanza vendono il prodotto "informazioni") tra i più visitati al mondo sono remunerati secondo questo schema. Ad esempio in Italia: blogs di Beppe Grillo o Salvatore Aranzulla e i siti di alcuni quotidiani di origine cartacea. A livello internazionale lo stesso social network Facebook, noto a tutti, ha un modello di business fondato proprio su questo schema.

b. Remunerazione diretta da parte del publisher del contenuto

Alcune volte gli autori non hanno una piattaforma propria per la diffusione dei propri contenuti, soprattutto in caso di dimensioni ridotte, ma si appoggiano a strutture di diffusione globale di terzi soggetti professionali, che vengono definiti "publisher" (diffusori o pubblicatori). In questo caso lo schema può variare, poiché l'inserzionista pubblicitario remunera direttamente il publisher, sempre sulla base delle visualizzazioni del contenuto dell'autor. Il publisher a sua volta inoltra (o può inoltrare, non avviene sempre) parte del guadagno all'autore.

Un esempio di struttura di digital distribution con inoltro di parte delle royalties è la startup Spotify Ltd., nella sue prime versioni sul mercato internazionale. Successivamente si è perfezionata aggiungendo anche spot pubblicitari, digital download a pagamento, ecc.

2. Fruizione a pagamento del contenuto da parte dell'utente finale

Si tratta della forma che più si avvicina alla compravendita tradizionale. L'autore e/o sviluppatore vende o concede in licenza dietro pagamento di un corrispettivo il suo prodotto a un utilizzatore, ma lo consegna tramite un canale di diffusione elettronico. L'utilizzatore paga per acquisire una licenza d'uso a tempo determinato o indeterminato oppure per la mera utilizzazione del bene / servizio una tantum in tempo reale. La fruizione del contenuto può avvenire tramite downloading (ove il contenuto viene acquisito e salvato definitivamente su apparati di memorizzazione di proprietà dell'utilizzatore per poter essere fruito quando preferisce) oppure tramite streaming (ovvero fruizione diretta, mentre l'autore "invia" il contenuto l'utilizzatore ne "beneficia").

Un esempio del sistema possono essere le internet TV / videoteche di recente diffusione come NowTV (brand del gruppo Sky Italia s.r.l.) o Netflix Inc., che per la visione richiedono un abbonamento o comunque il pagamento una tantum del contenuto da visualizzare. Altresì i siti di riviste, quotidiani digitali o software, mediante un sistema di visualizzazione limitata dei contenuti registrata per utente (dove ogni “user” può usufruire dei contenuti dell’impresa gratuitamente fino ad una certa soglia) applicano la forma appena descritta per rivolgersi al mercato digitale.

La consegna tramite canale di diffusione digitale può avvenire su una piattaforma propria dell’author o sfruttando piattaforme di terzi publisher. In quest’ultimo caso l’author, direttamente remunerato dallo user, paga un canone (fisso, oppure variabile in base ai suoi guadagni) al publisher per l’utilizzazione della sua piattaforma.

Esistono poi modelli ibridi e più complessi di quelli sopra rappresentati:

- per combinazione di fruizione contenuti streaming / downloading
- per tipologia di distribuzione digitale, con possibilità di accesso dell’user gratuita o onerosa a seconda del contenuto ricercato;
- per applicazione di più schemi di business contemporaneamente.

Ad esempio “Apple Store”, il sistema di digital content delivery di Apple Inc., ha natura ibrida poiché alcune applicazioni o software sono gratuiti, perché hanno al loro interno pubblicità che remunera l’author a seconda della popolarità (numero di download, quindi di accessi); altre applicazioni o software sono a download pagamento; l’author sfrutta la struttura di diffusione messa a disposizione da Apple, con una parte del pagamento effettuato dall’user per l’accesso al contenuto che rimane al publisher per remunerarlo per la gestione della piattaforma di diffusione.

Mercati virtuali (online marketplaces)

Un online Marketplace (o mercato digitale) è una piattaforma di commercio web di proprietà di un’azienda dove prodotti o servizi sono proposti da una pluralità di terze parti a

favore di molteplici utenti che vi accedono, e dove le transazioni commerciali sono gestite direttamente dal gestore del marketplace.

I mercati virtuali sono il principale tipo di canale per le vendite digitali e possono venire assimilati ai “mercati” tradizionali, ma senza componente materiale. Costituiscono quindi punti di incontro tra acquirente e venditore sfruttando canali web, ma in realtà il commercio sotteso, una volta perfezionata la transazione, segue le regole tradizionali (trasporti, logistica, beni materiali) e avviene a livello fisico. Questa costituisce la principale differenza rispetto al Digital Delivery.

Le transazioni concernenti i beni fisici possono avvenire per via elettronica fino al momento del pagamento del bene acquistato, ma in ogni caso comportano l'espletamento di attività tradizionali come il trasporto e la consegna all'acquirente; nel caso di beni digitali (software, file audio, file video) l'intero processo di scambio può invece tornare a svolgersi esclusivamente per via elettronica. Tra i servizi acquistabili elettronicamente, i più diffusi sono quelli collegati all'informazione e alla pubblicistica, servizi bancari e finanziari, prenotazione di biglietti di viaggio o per spettacoli.

I mercati relativi all'e-commerce sono generalmente classificati in tre categorie che, a loro volta, possono includere sottocategorie specifiche:

- B2B (*Business to Business*, fra imprese); sottocategorie del B2B possono essere considerati il cosiddetto commercio Intra-Business, che coinvolge un'azienda con sedi distribuite sul territorio o un insieme di aziende appartenenti allo stesso gruppo;
- B2C (*Business to Consumer*, fra imprese e consumatori);
- C2C (*Consumer to Consumer*, fra consumatori).
- B2G (*Business to Government*), in cui la pubblica amministrazione acquista beni e servizi dal settore privato;
- G2B (*Government to Business*), in cui le imprese private acquisiscono servizi offerti dalla pubblica amministrazione.

Il B2B costituisce il comparto dell'e-commerce attualmente più sviluppato (70-85% del valore totale). interessa tutte le attività produttive, ma è più sviluppato nel settore terziario e, in particolare, in quello finanziario. I mercati B2C si sono sviluppati per quanto riguarda

beni standardizzati di tipo superiore (libri, CD, DVD), ma anche per beni più tradizionali (beni di consumo durevoli, come le auto) e per i beni digitali (musica e software on-line). L'e-commerce C2C riguarda essenzialmente mercati d'asta, in cui sia i venditori sia gli acquirenti sono individui privati (eBay è la più importante di queste aste telematiche), ma anche portali per scambio beni usati, generalmente ad indirizzo tematico ben definito.

Alcune tipologie di prodotti o servizi appaiono maggiormente adattabili alle vendite online, mentre altri sono più indicati per il commercio tradizionale. Le imprese di commercio elettronico che hanno realizzato le migliori performance restando tuttavia un'entità totalmente virtuale (senza aprire fisicamente degli esercizi commerciali) vendono solitamente prodotti informatici come i supporti di archiviazione, il recupero dei dati e il loro trattamento, la vendita di brani musicali, i film, i corsi e i materiali didattici, i sistemi di comunicazione, il software, la fotografia e le attività di intermediazione finanziaria.

Tra i vantaggi si annovera la possibilità effettuare gli acquisti a tutte le ore del giorno e tutti i giorni, compresi quelli festivi, agevolazione per il cliente che non ha necessità di stare in coda o viaggiare per raggiungere i luoghi di vendita, maggiore possibilità di confronto delle offerte di più venditori; prezzi generalmente più concorrenziali, poiché i venditori del web possono offrire i prodotti con prezzi più bassi rispetto ai venditori tradizionali saltando alcuni passaggi della catena di distribuzione.

Gli svantaggi sono connessi al mancato contatto diretto cliente – fornitore. L'acquirente deve fidarsi principalmente delle descrizioni del venditore, quindi non sarà mai certo di ciò che realmente acquista, ha una minima conoscenza del venditore e della sua serietà. Nel caso di acquisti da altri Paesi il consumatore dovrà confrontarsi con altre legislazioni commerciali e, non avendo la possibilità di conoscere le norme che regolano l'operazione, potrebbe perdere i propri diritti, soprattutto per quanto concerne la possibilità di reclamo, la garanzia e l'esercizio del diritto di recesso. Il MePA stesso (Mercato della Pubblica Amministrazione) è un online marketplace di tipo B2G.

Formati di vendita sui digital marketplaces

I digital marketplaces si sviluppano secondo filosofie di business differenti. Alcuni riproducono veri e propri “centri commerciali” online, dove gruppi di venditore professionali espongono i loro beni in vetrine, altri utilizzano meccanismi a base d'asta (al rialzo, al

ribasso, a prezzo minimo vincolato, con proposta d'acquisto, ecc.), altri su un sistema di inserzioni vincolate, altri ancora posso presentare strutture ibride.

I due sistemi più diffusi e di maggior successo in questi ambiti sono rispettivamente eBay Inc. e Amazon.com Inc.

Dematerializzazione del denaro

Negli ultimi anni si è assistito ad una rapida evoluzione delle transazioni economiche. La diffusione di internet e lo sviluppo tecnologico hanno spinto gli operatori a creare nuove forme e sistemi di pagamento che si potessero inserire secondo precise regole e garantendo la sicurezza degli utenti nel nuovo sistema commerciale. Di seguito si vanno ad analizzare gli strumenti di protezione delle transazioni (i wallets) e le valute integralmente virtuali.

Piattaforme Wallets per la raccolta del denaro

I pagamenti online sono all'ordine del giorno per un numero sempre crescente di consumatori che decidono di acquistare in rete. Grazie al diffondersi di sistemi finanziari realizzati ad hoc dagli istituti di credito, d'altronde, ora è possibile svolgere i propri acquisti in rete in maniera comoda, veloce e sicura. Rivolgendosi alla rete per [informarsi sulle carte prepagate presenti sul mercato](#) si possono trovare, ad esempio, prodotti ricaricabili a basso costo o addirittura usa e getta che consentono transazioni sicure e tutelate.

Parallelamente a queste tipologie di prodotti, esistono sistemi informatici che rendono ancora più sicure le transazione, permettendo di effettuare le operazioni e i pagamenti online senza la digitazione del codice del conto o l'inserimento dei propri dati personali (informazioni ritenute estremamente sensibili). Questi sistemi prendono il nome di piattaforme wallets (portafogli). Si basano sull'idea di raccogliere e proteggere i dati sensibili degli utenti, depositandoli in archivi sicuro e operando da schermo di intermediazione in ogni transazione commerciale. I dati verranno unicamente gestiti dalla società proprietaria del wallet per conto dell'acquirente e il venditore, all'estremo opposto dell'operazione commerciale digitale, non viene in contatto con le informazioni sensibili del pagante.

Tra le diverse alternative presenti sul mercato internazionale, Paypal è sicuramente la piattaforma più diffusa. Alternative sono Skrill, Google Wallet, Payza, Payonee e Paymate.

Tramite Paypal ci si registra gratuitamente presso il sito web della società ed è possibile aprire il proprio conto, che consente di effettuare pagamenti utilizzando l'indirizzo e-mail e la relativa password. Al proprio account è possibile associare una carta di credito (fino ad un massimo di otto), una carta prepagata oppure il proprio conto corrente bancario. A questo punto è possibile ricaricare il proprio saldo dal proprio conto corrente bancario tramite bonifico, senza l'addebito di ulteriori tariffe da parte di PayPal. I dati saranno gestiti solo dalla società proprietaria del sistema.

Dal conto PayPal sarà poi possibile prelevare fondi trasferendoli o carta di credito/carta prepagata per poi effettuare acquisti on-line oppure in maniera inversa riportarli sul proprio conto bancario. PayPal mette inoltre a disposizione, agli utenti che ne facciano richiesta, una carta di credito, operante su circuito VISA, ed una carta prepagata operante su circuito MasterCard.

La società offre anche un ulteriore "programma di protezione" (ora esteso anche ai viaggi) che tutela maggiormente gli acquirenti e i venditori che utilizzano PayPal. La tutela, alla stregua di un'assicurazione, copre l'intero importo dell'acquisto (incluse le spese di spedizione) se l'oggetto non viene recapitato o è significativamente diverso dalla descrizione. PayPal garantisce anche i venditori attraverso una protezione estesa contro le perdite dovute ai reclami per pagamenti fraudolenti e oggetti non ricevuti.

Tra gli ultimi sviluppi, si segnala l'attenzione di PayPal verso il settore mobile. Al fine di consentire transazioni da e verso telefoni cellulari, è stata sviluppata appositamente l'applicazione Send Money. L'invio di denaro è gratuito mentre la ricezione è soggetta a tariffazione. Per quanto riguarda il prelievo, è gratuito se la cifra è superiore a una certa entità, mentre è dovuta una commissione per i casi di importi inferiori. Il prelievo su carta PayPal (carta di credito o ricaricabile), servizio aggiuntivo e connesso, è sempre gratuito.

Ultima evoluzione: la moneta digitale (Bitcoin)

La moneta digitale è un concetto nato intorno al 2008 che identifica una valuta completamente virtuale, generata, distribuita e gestita esclusivamente sulla rete internet.

Nasce con l'obiettivo, con il tempo, di eliminare la componente "materiale" del denaro, processo in realtà già in parte avviato inconsapevolmente nelle economie moderne con la diffusione del commercio elettronico, ove carte di credito/debito/prepagate, coadiuvate da sistemi di deposito immateriale del denaro (wallet), stanno lentamente diventando il sistema di pagamento più diffuso nelle transazioni online.

A differenza delle valute tradizionali, dal punto di vista finanziario non fa uso di un ente centrale di regolamentazione (una sorta di banca centrale), ma utilizza un database distribuito tra i vari nodi della rete che tengono traccia delle transazioni e sfrutta la crittografia per gestire gli aspetti funzionali, come la generazione di nuova moneta o l'attribuzione della moneta ai richiedenti. Quindi rispetto alle carte di credito/debito/prepagate tradizionali, dove alle spalle del titolare e/o utilizzatore della carta si ha sempre un istituto bancario che detiene il denaro fisico a corrispettivo del valore attribuito alla carta, nella moneta digitale tutto avviene virtualmente.

La moneta digitale più diffusa attualmente (e che probabilmente si imporrà come standard negli anni futuri) è il Bitcoin, sviluppata dall'informatico Satoshi Nakamoto nel 2009 e gestibile tramite il relativo sito www.bitcoin.com e il software libero collegato. Trattasi di un progetto allo stadio embrionale che tuttavia, considerando la giovane età, ha avuto una diffusione mondiale molto rapida e promette ulteriori sviluppi, anche con importanti impatti economici, in futuro. Si è rilevato, ad esempio, che nel 2013 le operazioni di cambio tra lo yuan cinese e il bitcoin hanno rappresentato già il 21 per cento del totale delle transazioni valutarie nella Repubblica Popolare Cinese, con tendenzialmente percentuali in crescita per gli anni successivi.

I maggiori portali di e-commerce mondiale (Baidu per il mercato orientale e Amazon per il mercato occidentale) e colossi come Microsoft ed eBay, tramite la controllata PayPal, accettano inoltre già in alcuni Paesi pagamenti effettuati con moneta virtuale.

Iniziano a diffondersi sul territorio, anche italiano, ATM per la conversione Bitcoin – moneta tradizionale, tramite questo link è possibile localizzarli: <http://coinatmradar.com/>

Schema di funzionamento Bitcoin

Il funzionamento della moneta digitale in genere può essere così schematizzato:

1. Un soggetto interessato acquista, tramite alcuni portali di intermediazione, moneta virtuale bitcoin pagando con moneta tradizionale (la quantità acquistata dipende dal cambio in quel momento, come qualsiasi mercato valutario).
2. A chi ha acquistato viene aperto un portafoglio virtuale, sempre gestito da questi portali di intermediazione, che contiene l'ammontare di bitcoin acquistati.
3. Il soggetto può utilizzare i bitcoin per acquisti da fornitori che accettano tale moneta scalandoli dal suo portafoglio virtuale.
4. Il venditore, una volta ricevuti i bitcoin come contropartita per la sua vendita, può conservarli nel suo portafoglio virtuale o convertirli quando vuole, tramite i medesimi portali di intermediazione, in moneta tradizionale (di nuovo utilizzando il cambio valutario in vigore in quel momento).

Caratteristiche positive e negative

Tra le caratteristiche positive della dematerializzazione della moneta si rileva la possibilità di agevolare teoricamente, come nessun'altra moneta "reale" è in grado di fare, le transazioni numerose e di piccolo importo, perché data la sua virtualità non si scontano le commissioni fisse sul denaro che al contrario le renderebbero non convenienti.

La maggiore criticità si rileva al contrario nell'elevata volatilità del rapporto di cambio intraday con altre monete (<http://preev.com/>), a causa dell'assenza di un ente regolatore e di regole finanziarie ben definite, il che rende il bitcoin teoricamente al centro di continue manovre speculative.

Riferimento per quotazione live: <http://preev.com/>

Riferimento per serie storiche: <https://bitcoinwisdom.com/markets/btce/btcusd>

Vi sono inoltre rischi connessi alla mancata tutela del deposito di moneta virtuale di un possessore in caso di chiusura e/o sparizione dei portali di intermediazione che gestiscono i portafogli virtuali.

Principali portali di intermediazione: <https://bitpay.com/>, <https://www.kraken.com/>,

Cenni sulla legislazione

Ad oggi non esiste una vera e propria normativa di riferimento sulla moneta digitale in Europa.

A luglio 2014, l'EBA (European Banking Authority) ha affrontato per la prima volta il tema pubblicato una opinion con una proposta di regolamentazione, invitando gli intermediari finanziari a non trattare valute virtuali (Bitcoin compreso) in assenza di regole. L'opinion dell'EBA è stata poi accolta, in parte, a gennaio 2015 da Banca d'Italia che ha invitato gli operatori del Paese a non acquistarla, in mancanza di regole precise che tutelino gli interessati dai rischi tipici dei mercati finanziari. Si è sottolineato che, in assenza di adeguati presidi e di un quadro legale certo sulla natura giuridica delle valute virtuali, ci si espone a possibili perdite, inficiando la consistenza del patrimonio di vigilanza e la stabilità degli stessi intermediari, evidenziato altresì che le attuali concrete modalità di funzionamento degli schemi di valuta virtuale possono arrivare ad integrare nell'ordinamento nazionale la violazione di disposizioni normative, penalmente sanzionabili.

Altri Paesi, invece, hanno assunto una opposta, seppur nel vuoto normativo, attribuendo alla moneta pari valore rispetto alle valute tradizionali. La Germania, ad esempio, nel 2013 ha riconosciuto il Bitcoin come unità di conto assimilabile a uno strumento finanziario ai sensi della direttiva Mifid e utilizzabile quindi anche per il pagamento delle imposte. Di recente, poi, è intervenuta sul tema anche la Corte di giustizia UE (sentenza del 22.10.2015 su causa C-264/14) che, sentenziando la non assoggettabilità a IVA della moneta virtuale nelle operazioni di cambio valuta, come già avviene per le valute emesse dalle banche centrali con valore legale, ha concesso di fatto la "patente" di moneta al Bitcoin. Una sentenza che, anche se relativa principalmente a una questione fiscale, nell'attuale quadro generale si contrappone alla main opinion dell'EBA.

Per una mappa aggiornata dello status legale della moneta bitcoin nel mondo, in continuo aggiornamento, è possibile fare riferimento al seguente framework: <http://map.bitlegal.io/>

Moneta elettronica come supporto al venture capitalism

Nonostante i dubbi sul futuro della moneta virtuale e le criticità presentate, alcuni venture capitalist di primaria importanza stanno già iniziando ad usare la valuta elettronica per raccogliere investimenti e finanziarie in un secondo momento applicazioni economiche tradizionali. Non si esclude che tali forme possano essere utilizzate, in futuro, anche per coprire il fabbisogno di finanziamento di PMI e startup ad alto contenuto innovativo, specialmente quelle rivolte a mercati online e internazionali, quando il mercato sarà normato ed avrà acquisito stabilità.

Negli stessi giorni l'exchange della valuta virtuale Kraken di San Francisco, che dopo alcune acquisizioni rivendica oggi ruolo di leader, ha reso noto un investimento "multimilionario" da parte del gruppo giapponese Sbi Investment, a sua volta da usare per una nuova espansione.

E' noto a tutti come questi sistemi di pagamento siano in continua evoluzione data principalmente dallo sviluppo tecnologico. Riteniamo che il futuro delle startup possa in qualche modo legarsi positivamente allo sviluppo di questi sistemi, i quali contribuiranno presumibilmente all'incremento, alla velocizzazione ed alla semplificazione delle transazioni de materializzate.

Aspetti amministrativi e fiscali

In via preliminare, per meglio individuare il regime fiscale da applicare, occorre suddividere il commercio elettronico in diverse fattispecie. Una prima classificazione che riguarda l'oggetto della cessione permette di distinguere tra cd. commercio elettronico diretto ed indiretto.

Il commercio elettronico indiretto si riferisce alla cessione "fisica" di beni materiali, mediante l'utilizzo della "rete" che facilita la conclusione del contratto e consente il pagamento del corrispettivo. Il bene viene recapitato usando le vie tradizionali, ai fini IVA tali cessioni si qualificano come cessioni di beni.

Nel commercio elettronico diretto, invece, si ottiene la cessione di beni virtuali o di servizi quali siti web, programmi, immagini, testi, informazioni, accesso a banche dati, fornitura di musica, film e giochi che, ai fini IVA, costituiscono prestazioni di servizi.

Una seconda classificazione concerne i soggetti che prendono parte al processo di vendita, si potranno quindi avere operazioni del tipo:

- business to consumer (B2C): si tratta delle transazioni commerciali di beni e servizi tra imprese e consumatori finali;
- business to business (B2B): si tratta dell'insieme delle transazioni commerciali effettuate tra imprese.

Adempimenti iniziali

Per avviare un'attività di commercio elettronico occorrerà ottemperare ad alcune pratiche nei confronti del Comune, del Registro delle Imprese e dell'Agenzia delle Entrate.

Il commercio elettronico rivolto nei riguardi del consumatore finale è assimilato al commercio al dettaglio e si applicano le disposizioni previste per la “vendita per corrispondenza o tramite televisione o altri sistemi di comunicazione”, secondo quanto previsto dal D.Lgs. n. 114/1998 integrato e modificato dal D.Lgs. n. 59/2010. In ragione dell'art. 68 del D.Lgs. n. 59/2010, l'inizio di un'attività di commercio elettronico prevede la presentazione presso il Comune dove è stabilita la sede legale del Modello di comunicazione denominato Com6Bis – Commercio elettronico tramite SCIA - Segnalazione Certificata di Inizio Attività. Tale comunicazione con efficacia immediata contiene l'indicazione del settore merceologico scelto e l'attestazione del possesso dei requisiti morali e professionali. La circolare n. 3487/C del 1° giugno 2000 (disciplina della vendita di beni tramite mezzo elettronico), emanata dal Ministero dell'industria, del commercio e dell'artigianato, ha chiarito che, nell'ipotesi di esercizio congiunto di commercio all'ingrosso e al dettaglio per via elettronica, sussiste l'obbligo in capo all'operatore che utilizza un solo sito, di destinare aree del sito distinte per le attività all'ingrosso e al dettaglio. È un modo, per il potenziale acquirente, di individuare chiaramente le zone del sito destinate alle due tipologie di attività. Il modello SCIA da presentare al Comune, in forma di autodichiarazione, contiene l'attestazione dei requisiti morali e professionali necessari ai fini dello svolgimento dell'attività.

Nel termine di 30 giorni dall'effettivo inizio dell'attività dovrà poi essere aperta posizione iva o inviare comunicazione di variazione dei dati (nel caso in cui sia già aperta una

posizione iva) indicando anche l'indirizzo del sito web utilizzato ed i dati identificativi dell'internet service provider (art 35, c2, lettera e) Dpr. n. 633/1972. E' opportuno ricordare che il numero di P.IVA dovrà essere evidenziato nella home page del sito (art. 35, comma 1, Dpr. n. 633/1972).

Sempre nel termine di 30 giorni dovrà essere effettuata la comunicazione telematica di spettanza del Registro delle Imprese tenuto dalla Camera di Commercio.

Il commercio elettronico indiretto

Il commercio elettronico indiretto è assimilato, anche ai fini della disciplina IVA, alle vendite per corrispondenza. Per tali fattispecie non è obbligatoria l'emissione della fattura, a meno che non sia richiesta dal cliente non oltre il momento di effettuazione dell'operazione, come disposto dall'art. 22, comma 1, n. 1) del Dpr. n. 633/1972. Poiché il compratore può richiedere l'emissione della fattura è opportuno predisporre il sito internet in modo che sia possibile, per l'acquirente, effettuare la relativa opzione e, conseguentemente, indicare i dati necessari per la fatturazione.

Occorre tuttavia ricordare che l'art. 101, comma 2, L. n. 342/2000, ha condizionato la previsione di non obbligatorietà della emissione della fattura sia al vincolo che il pagamento sia stato effettuato "con l'intervento di intermediari finanziari abilitati" (es. carte di credito), sia alla necessità della "presenza di idonea documentazione".

Inoltre dalla lettura dell'art. 2, comma 1, lett. o) del Dpr. n. 696/1996 si evince che le operazioni in commento non sono soggette all'obbligo di certificazione fiscale (mediante scontrino o ricevuta).

Dall'estratto dell'articolo si legge: "Non sono soggette all'obbligo di certificazione ... (scontrino o ricevuta fiscale): o) le cessioni di beni poste in essere da soggetti che effettuano vendite per corrispondenza, limitatamente a dette cessioni."

Queste semplificazioni, proprie della vendita per corrispondenza, consentono a chi decide di aprire un negozio online e operare nell'ambito del commercio elettronico indiretto di non emettere nessun documento a fronte di una vendita a consumatori privati, essendo sufficiente l'annotazione sul registro dei corrispettivi del totale delle operazioni giornaliere ex art. 24, Dpr. n. 633/1972.

Nell'ipotesi in cui vengano emesse fatture su richiesta o meno dei clienti, occorrerà istituire, insieme con il registro dei corrispettivi, il registro delle fatture emesse di cui all'art. 23, Dpr. n. 633/1972 (cfr. Rm. N. 2615/1994).

Si consideri che l'emissione della fattura consente di utilizzare la procedura di variazione prevista dall'art. 26, Dpr. n. 633/1972 nel caso in cui il cessionario restituisca i beni al venditore (ad esempio esercitando il diritto di recesso).

Qualche dubbio interpretativo sorge nei casi di restituzione di beni ceduti, per cui non è stata prodotta la fattura. Per risolvere tali criticità si fa riferimento alla Ris. n. 274/2009. In tale documento, l'Agenzia delle Entrate asserisce che per recuperare l'IVA sui resi di merce nell'ambito delle attività di commercio elettronico indiretto che non comportino l'obbligo di emissione di fattura/scontrino/ricevuta fiscale, il contribuente deve fornire la documentazione che consenta l'identificazione degli elementi necessari a correlare la restituzione al medesimo bene risultante dal documento che prova la vendita originaria quali:

- le generalità del soggetto acquirente,
- l'ammontare del prezzo rimborsato,
- il "codice" dell'articolo oggetto di restituzione e
- il "codice di reso" (riportato su ogni documento emesso per certificarne il rimborso).

Le cessioni intracomunitarie e all'esportazione nel commercio elettronico indiretto

In base al D.L. n. 331/1993, per le vendite a distanza o per corrispondenza effettuate fra soggetti residenti in diversi paesi della Comunità Europea, l'imposta viene applicata in via generale nel paese di destinazione, salvo il superamento di determinate soglie. In tal caso l'imposta viene applicata nello Stato di partenza del bene.

Quindi, al fine di stabilire quali siano le modalità di fatturazione e gli adempimenti contabili e fiscali cui sottoporsi, il cedente che compie operazioni intracomunitarie dovrà porre particolare attenzione alla tipologia del soggetto acquirente (privato consumatore o soggetto passivo) e all'ammontare delle operazioni poste in essere.

Esemplificando le diverse casistiche, potremo avere i seguenti scenari.

1. Regola base: cedente italiano – cessionario privato consumatore intra UE

In questo caso le operazioni effettuate dal cedente italiano verso cessionari (non soggetti IVA) di altri Stati membri, scontano l'IVA in Italia alle seguenti condizioni:

i beni siano spediti o trasportati dal cedente o per suo conto nel territorio di un altro Stato membro;

l'importo annuo delle vendite nello Stato membro di destinazione, nell'anno precedente e nell'anno in corso, non sia superiore ad Euro 100.000, o al minor ammontare stabilito in ogni Stato membro di destinazione, secondo la Direttiva 2006/112/CE.

2. Opzione cedente italiano – cessionario privato consumatore intra UE

Alternativamente, previa specifica opzione di durata triennale da esplicitare in sede di dichiarazione IVA, il cedente che non abbia superato il limite prima indicato può scegliere di applicare l'IVA nel paese di destinazione.

Sia nel caso di opzione volontaria che nel caso di superamento dei limiti, il cedente dovrà nominare un rappresentante fiscale nello Stato membro di destinazione oppure procedere ad identificarsi direttamente. In questi casi il cedente emetterà fattura non imponibile ex art. 41, D.L. n. 331/1993 al rappresentante fiscale o, se il soggetto si è identificato direttamente, a “se stesso” con la partita IVA ottenuta nel paese della Comunità europea. Il cedente dovrà predisporre i modelli Intrastat, sia ai fini fiscali che statistici.

3. Cedente italiano e cessionario soggetto passivo IVA appartenente ad altro Stato membro

In questo caso siamo in presenza di una normale cessione intracomunitaria. Dato che si tratta di operazione non imponibile IVA ex art. 41, D.L. n. 331/1993, l'acquirente verserà l'IVA nel proprio Paese, emettendo ed integrando la fattura ricevuta secondo la tecnica del reverse charge, previo controllo della regolare e valida iscrizione nell'archivio VIES.

4. Cedente italiano e cessionario soggetto passivo o privato extra UE

L'operazione si configura come una normale cessione all'esportazione, pertanto il cedente emetterà fattura non imponibile ex art. 8, Dpr. n. 633/72 e presenterà apposita

dichiarazione in dogana per acquisire il cosiddetto “visto uscire”, il quale rappresenta la prova dell'avvenuta esportazione definitiva del bene ceduto.

Il commercio elettronico diretto

Per quanto riguarda le transazioni relative al commercio elettronico diretto è necessario precisare che tali operazioni non godono dell'esonero dall'obbligo di emissione della fattura previsto dall'art. 22, Dpr. n. 633/1972, nonostante quanto previsto dall'art. 101, L. 21 n. 342/2000 che prevedeva l'emanazione di appositi regolamenti per semplificare gli adempimenti contabili e formali compresi quelli relativi all'effettuazione di transazioni di commercio elettronico. Tra le semplificazioni della L. n. 342/ 2000 vi era anche la “non obbligatorietà dell'emissione della fattura in presenza di idonea documentazione”. Tuttavia, la mancata emanazione dei suddetti regolamenti attuativi ha comportato che di fatto la semplificazione non è stata attuata, sussistendo così l'obbligo di emissione della fattura per la certificazione dei corrispettivi relativi alle operazioni di commercio elettronico diretto.

Tale orientamento era stato confermato in passato anche dalla Risoluzione ministeriale n. 274/2008 ed è stato recentemente confermato anche dalla Direzione Regionale Lombardia dell'Agenzia delle Entrate, in sede di risposta ad un'istanza di interpello (prot. 39586 del 21/4/2011).

Territorialità delle prestazioni

Ricordando la distinzione fatta in premessa tra servizi business to business e business to consumer, possiamo sintetizzare così la rilevanza territoriale delle prestazioni rese.

In linea di massima nel rispetto del principio di rilevanza del luogo di stabilimento del committente i servizi B2B, questi saranno rilevanti territorialmente se resi a soggetto passivo stabilito nel territorio dello Stato. Quindi nel caso in cui il committente, soggetto passivo di imposta, non è stabilito in Italia, il servizio non è territorialmente rilevante.

Invece, sempre in linea di massima, per i servizi B2C questi saranno territorialmente rilevanti, nel rispetto del principio di rilevanza del luogo di stabilimento del prestatore, quando resi da un soggetto passivo stabilito nel territorio dello Stato. Tuttavia, dal 1

gennaio 2015, il luogo di prestazione dei servizi elettronici resi a privati consumatori stabiliti nella UE sarà lo Stato membro dove si trova il consumatore anziché lo stato in cui si trova il fornitore. I prestatori, quindi, saranno tenuti ad aprire una posizione IVA nello Stato membro secondo il cosiddetto “regime speciale” e utilizzo eventuale del portale MOSS. Nel caso invece, in cui il committente sia un privato residente extra UE, l'operazione continuerà a non essere considerata imponibile nel territorio dello Stato.

Il momento impositivo

Si rammenti che ai fini IVA la disciplina che regola il momento impositivo si rinviene nel disposto dell'art. 6 del Dpr. n. 633/1972.

Ricordiamo quindi che nel rispetto della disciplina appena richiamata, le cessioni riguardanti beni mobili divengono imponibili nel momento della consegna o spedizione dei beni, tuttavia il pagamento anticipato rispetto alla consegna/spedizione del bene anticipa il momento impositivo alla data del pagamento. Analogamente, nel caso di cessioni intracomunitarie (si veda l'art. 39, del D.L. n. 331/93), le operazioni si considerano effettuate nel momento iniziale del trasporto o della spedizione. Se viene emessa fattura in via anticipata, l'operazione intracomunitaria si considera effettuata, limitatamente all'importo fatturato, alla data della fattura.

Per quanto riguarda le prestazioni di servizi, quindi il commercio elettronico diretto, possiamo così schematizzare:

- prestazioni rese a soggetti passivi nazionali: il momento impositivo coincide con il pagamento del corrispettivo o, se antecedente, con l'emissione della fattura;
- prestazioni rese a consumatori nazionali: il momento impositivo si avrà al pagamento del corrispettivo o, se antecedente, all'emissione della fattura;
- prestazioni generiche rese a soggetti passivi esteri: ultimazione del servizio o, se antecedente, pagamento anche parziale;
- prestazioni generiche continuative o periodiche rese soggetti passivi esteri: data di maturazione dei corrispettivi o, se antecedente, del pagamento;

- prestazioni generiche continuative ultrannuali rese a soggetti passivi esteri: in assenza di pagamenti, 31 dicembre di ciascun anno.

Data l'importanza del momento del pagamento per l'individuazione del momento impositivo IVA sia nel commercio elettronico diretto che indiretto è opportuno osservare che, nella pratica, vengono abitualmente utilizzate forme di pagamento on-line che il cliente effettua al momento dell'ordine. E' quindi necessario individuare il momento impositivo in caso di utilizzo di carte di credito. Secondo la Risoluzione Ministeriale del 5 agosto 1994, n. 138/E, in merito a pagamenti effettuati tramite bonifici bancari, la prassi ministeriale ha individuato il momento impositivo IVA nel momento in cui il beneficiario riceve comunicazione dell'avvenuto accredito.

Prospettive di evoluzione della normativa tributaria

In questi anni la Commissione Europea sta comunque continuando a lavorare nella direzione di un'armonizzazione fiscale comunitaria nel mondo dei servizi digitali.

Il 28 giugno 2014 è stato pubblicato un primo report di analisi, prodotto da un Gruppo di esperti appositamente costituita, dal titolo "Report of the Commission Expert Group on Taxation of the Digital Economy" dove vengono evidenziate criticità, opportunità e proposte per gestire dal punto di vista tributario l'economia digitale in futuro nel suo complesso a livello europeo. Il report completo può essere reperito al seguente link: http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/gen_info/good_governance_matters/digital_economy

In un successivo documento di sintesi la delegazione presso l'Unione Europea di Confindustria ha sintetizzato come segue le conclusioni del Gruppo di esperti.

- L'economia digitale non richiede un regime fiscale separato. Le norme attuali vanno adattate per rispondere alla digitalizzazione della nostra economia.
- La digitalizzazione richiede una legislazione fiscale più semplice e stabile.
- Va perseguito il principio di neutralità. Ogni distacco da tale principio dovrebbe essere giustificato da market failure.

- Per quanto riguarda l'IVA, il Gruppo di lavoro sostiene che le politiche in questo ambito debbano essere guidate da un principio di neutralità, a tal fine suggerisce alla Commissione europea e agli Stati membri di applicare il principio di “destinazione” per la fornitura di beni e servizi. Il principio di destinazione può essere raggiunto attraverso:
 - un'efficace implementazione del mini sportello unico (Mini One Stop Shop), entrato in vigore il 1° gennaio 2015, per le forniture di servizi di telecomunicazione e di servizi elettronici;
 - l'estensione del sistema dello sportello unico (One Stop Shop), in futuro, a tutti i beni e servizi per le transazioni business-to-consumer;
 - l'eliminazione dell'esenzione IVA per le piccole consegne (small consignments) nei paesi extra-UE.
- Una revisione delle regole dei prezzi di trasferimento, poiché l'attuale applicazione degli standard sui prezzi di trasferimento può dare spazio a interpretazioni che permettono flessibilità alle imprese nell'allocazione dei loro profitti.
- Necessità di revisionare i concetti per definire le entità imponibili. Nello specifico affrontando le seguenti questioni:
 - Definizione della raccolta, dell'utilizzo e della monetizzazione dei dati come “nesso” tale da poterla definire un'entità tassabile. Secondo il Gruppo non esiste un nuovo concetto di presenza digitale tassabile (digital taxable presence). Il Gruppo sostiene, infatti, che non esistano, ad oggi, argomentazioni convincenti secondo cui la collezione di dati attraverso mezzi elettronici in un paese crei in quel dato paese una “presenza tassabile”;
 - necessità di revisione del concetto di “organizzazione stabile”. Tale concetto per le imprese tradizionali si concretizza con la presenza fisica e permanente in un dato territorio. Per quanto riguarda invece i nuovi modelli di economia digitale, tale presenza fisica e tale permanenza spesso non sono richieste per porre in essere attività di rilievo in un mercato estero. Per tale ragione, secondo il Gruppo, è necessaria una revisione del principio di organizzazione stabile.

5.3. Il crowdfunding

Il crowdfunding rappresenta un metodo di finanziamento innovativo finalizzato a sostenere idee e progetti d'impresa che viene utilizzato per iniziative innovative di tipo imprenditoriale ma anche culturale, sociale e nell'ambito del no profit.

Il termine Crowdfunding indica letteralmente il conferimento di somme di denaro (*funding*) da parte di più persone o gruppi di persone ("folla" o *crowd*) e nell'era digitale può essere espresso come una reinterpretazione della raccolta fondi: esso si realizza nella raccolta di capitali, anche di modesta entità, da parte di persone con interessi comuni per finanziare un progetto imprenditoriale o iniziative di diverso genere utilizzando siti internet ("piattaforme" o "portali").

Sono individuabili diversi modelli di crowdfunding a seconda del tipo di rapporto che si instaura tra la "folla" ossia tra i sostenitori e il progetto di raccolta fondi:

- "Donation based" che si basa sulle donazioni dei sostenitori per finanziare una determinata causa sociale o beneficenza senza ricevere nulla in cambio.
- "Reward based" mediante il quale si partecipa al finanziamento di un progetto ricevendo in cambio un premio o una specifica ricompensa non in denaro: ad esempio, si può ricevere una copia del prodotto di cui si sta finanziando la produzione. Questo è il modello di crowdfunding ad oggi più diffuso.
- "Social lending" o "peer to peer lending" che è basato sul concetto di prestito e attraverso il quale è possibile realizzare prestiti tra privati senza l'intermediazione di una tradizionale istituzione finanziaria; si è ricompensati con il pagamento di interessi. Questo modello in Italia non può trovare applicazione.
- "Royalty based" nel quale si finanzia una determinata iniziativa ricevendo in cambio una parte dei profitti.
- "Equity-based crowdfunding" nel quale tramite l'investimento online può essere acquisito capitale di rischio ossia di titoli di partecipazione in una società. In tal caso, la "ricompensa" per il finanziamento è costituita dai diritti patrimoniali e amministrativi che derivano dalla partecipazione nell'impresa.

Tali modelli sono i più esemplificativi che non esauriscono l'insieme delle forme di crowdfunding esistenti a livello globale.

Disciplina del crowdfunding in Italia

L'Italia è il primo Paese in Europa ad aver disciplinato il fenomeno del crowdfunding, anche se limitatamente al solo equity crowdfunding, mediante una specifica e organica regolamentazione.

Il D.L. n. 179/2012 (convertito nella L. n. 221/2012) recante "Ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese" (noto anche come "*Decreto crescita bis*") ha introdotto deroghe normative ed incentivi fiscali insieme alla possibilità di raccogliere capitali tramite portali on-line a favore delle startup PMI innovative.

Tale Decreto in particolare ha delegato alla Consob il compito di disciplinare alcuni specifici aspetti del fenomeno in modo da creare un "ambiente" affidabile in grado di tutelare gli investitori. La Consob ha adottato il nuovo "Regolamento sulla raccolta di capitali di rischio da parte di startup innovative tramite portali online" il 26 giugno 2013 poi modificato con la delibera del 24 febbraio 2016 al fine di recepire le novità introdotte dall'Investment Compact e di semplificare le procedure.

Recentemente la platea delle società che possono utilizzare lo strumento dell'equity crowdfunding ha subito un importante allargamento includendo nel perimetro applicativo tutte le PMI e non solamente quelle appartenenti al comparto innovazione.

Ciò è avvenuto in un primo momento tramite l'introduzione del comma 70 all'art. 1 della Legge 11 dicembre 2016, n. 232 ("Legge di Stabilità 2017"), e successivamente con la recente modifica, contenuta nel comma 1 dell'art. 57 del Decreto Legge n. 50 (cd. "Decreto Correttivo"), entrato in vigore il 24 aprile 2017, attraverso cui si è voluta attuare più compiutamente la volontà del legislatore di estendere l'applicazione della normativa sull'equity crowdfunding anche alle PMI costituite in forma di s.r.l. (e pertanto non solo a quelle costituite in forma di s.p.a.).

L'equity crowdfunding consente quindi a startup e PMI di finanziare progetti imprenditoriali attraverso una raccolta di capitali di rischio promossa presso una "folla" per il tramite di apposite piattaforme on line

I portali di equity crowdfunding

Il D.L. n. 179/2012 ha previsto una specifica disciplina dei portali on-line quali strumenti identificati per agevolare l'investimento in startup innovative.

L'art. 30 di tale Decreto attribuisce alla Consob il potere di disciplinare la gestione dei portali per la raccolta di capitali e le offerte effettuate attraverso gli stessi oltre a poteri di vigilanza e sanzionatori.

I portali consistono in piattaforme che consentono la raccolta del capitale di rischio delle startup innovative. La loro gestione è riservata a due categorie di soggetti:

- alle banche e alle imprese di investimento (SIM) già autorizzate alla prestazione di servizi di investimento (i c.d. "gestori di diritto"), che sono annotati nella sezione speciale del registro tenuto dalla Consob;
- ai soggetti autorizzati dalla Consob e iscritti in un'apposita sezione del registro tenuto dalla medesima Autorità.

La condizione necessaria affinché l'offerta vada a buon fine è che almeno il 5% del capitale offerto sia sottoscritto da investitori professionali. Qualora non venga raggiunto il 100% delle adesioni (di cui il 5% da parte di investitori professionali), l'offerta decade e le somme versate per la sottoscrizione degli strumenti finanziari nel conto indisponibile sono restituite agli investitori. L'elenco dei gestori di portali è consultabile sul sito della Consob.

Rischi dell'investimento in startup innovative

1. Perdita del capitale

Il "Decreto crescita bis" ha stabilito che sui portali on-line è possibile svolgere offerte aventi ad oggetto unicamente "strumenti di capitale di rischio" emessi da startup innovative; si possono quindi acquistare azioni di S.p.A. e quote di S.r.l. ma non si possono rivolgere offerte aventi ad oggetto titoli di debito come ad esempio le obbligazioni.

I rischi economici connessi alla sottoscrizione di capitale di startup innovative sono molto elevati in quanto diventando soci della startup si partecipa per intero al rischio economico

dell'iniziativa imprenditoriale con la possibilità della perdita totale del capitale investito; il fatto poi che si tratti di società neo costituite e operanti in settori innovativi accentua ancora di più tale rischio.

2. Mancanza di dividendi

La normativa vieta la distribuzione di utili per tutto il periodo in cui la società emittente possiede i requisiti di startup innovativa. La società non deve aver distribuito utili e non può comunque distribuirli per i 4 anni in cui gode della classificazione di startup innovativa. In caso di risultati positivi della società, gli eventuali utili saranno quindi necessariamente reinvestiti accrescendo il valore della partecipazione. Occorre tener conto tuttavia che chi investe in startup può beneficiare di un trattamento fiscale di favore.

3. Illiquidità

La liquidità di uno strumento finanziario consiste in generale nella sua capacità di trasformarsi prontamente in moneta senza perdita di valore e ciò dipende dall'esistenza di un mercato.

Gli strumenti finanziari emessi dalle startup innovative che possono essere sottoscritti tramite i portali di equity crowdfunding non sono negoziati in mercati organizzati, dal momento che il Decreto crescita ne vieta la negoziazione in mercati di tale tipologia per il periodo in cui la società può essere considerata una startup innovativa. Di conseguenza può risultare difficoltoso o impossibile liquidarli o comprenderne il valore effettivo. Di conseguenza questi strumenti finanziari sono più "illiquidi" cioè è più difficile venderli in tempi rapidi e a un prezzo che rispecchi effettivamente il loro valore.

Dati statistici

Secondo i dati resi noti dall'Osservatorio sul crowdfunding for equity del Politecnico di Milano (aggiornati al 19 giugno 2016):

- dal 2013 sono state pubblicate 48 offerte, di cui 19 chiuse raggiungendo la somma richiesta e 15 chiuse senza successo. Le offerte ancora in corso sono 12, di cui 3 hanno superato la soglia minima di successo;

- i portali iscritti al registro della Consob sono 19, di cui 18 sono i gestori autorizzati iscritti alla sezione ordinaria;
- attualmente si ritiene che i numeri siano ancora abbastanza “bassi” ma che il potenziale di crescita dello strumento finanziario sia elevato in quanto, a seguito della riforma della disciplina, sono state semplificate le procedure ed è stata allargata la platea degli investitori.

6. Statistiche e prospettive conclusive

Dopo aver percorso le fasi che caratterizzano il fenomeno startup ed aver cercato di rendere un quadro degli strumenti utili per la nascita e lo sviluppo dell'idea imprenditoriale, nel momento conclusivo di questo elaborato cercheremo di descrivere la startup innovativa in modo così da poter fornire degli spunti di riflessione circa le sue prospettive future.

Le considerazioni che seguono hanno come unità di analisi la startup innovativa così come definita dal D.L. 179/2012. Seppur queste realtà dovendo soddisfare particolari requisiti⁴⁸ rappresentano una specie tra gli attori che fanno impresa innovativa nel nostro paese, è previsto per esse un sistema di monitoraggio continuo che possa permettere una valutazione dell'impatto economico della misure a loro dirette⁴⁹. Grazie alle relazioni annuali ed ai rapporti periodici forniti dal Ministero dello Sviluppo Economico è possibile quindi avere un quadro dettagliato sulla popolazione di startup innovative ad oggi esistenti in Italia.

Dal report periodico al terzo trimestre 2016 fornito dal Ministero dello Sviluppo Economico, UnionCamere e Infocamere, a fine settembre 2016 le startup innovative risultano in aumento, rispetto al trimestre precedente, di 420 unità (+7,07%). Al terzo trimestre, infatti, le startup iscritte nella sezione speciale del Registro delle Imprese sono 6.363, contro le 5.943 esistenti al secondo trimestre. L'incidenza del fenomeno sul complesso delle società di capitali presenti nel nostro paese (al terzo trimestre 1.580.912, in aumento di 0,64 punti percentuali rispetto al secondo trimestre) è pari allo 0,4%, in crescita di circa due punti percentuali rispetto ai dati a fine giugno (0,38%) e di circa cinque punti rispetto ai dati a marzo (0,35%).

In Figura 1 è rappresentata graficamente la distribuzione geografica del fenomeno. Come si può osservare la regione che accoglie il maggior numero di startup è la Lombardia (1.382 pari al 21,72% del totale) seguita da Emilia-Romagna (12,29%), il Lazio (9,82%), il

⁴⁸ Si veda a proposito la definizione di startup innovativa fornita nel capitolo 2 del presente elaborato

⁴⁹ L'articolo 32 del D.L. 179/2012 prevede l'istituzione presso il Ministero dello Sviluppo Economico di un sistema permanente di monitoraggio e valutazione, che si avvale anche dei dati forniti dall'Istituto nazionale di statistica (ISTAT) e da altri soggetti del Sistema statistico nazionale (Sistan). Il sistema assicura, con cadenza almeno annuale, rapporti sullo stato di attuazione delle singole misure, sulle conseguenze in termini microeconomici e macroeconomici, nonché sul grado di effettivo conseguimento delle finalità.

Veneto (7,73%) e la Campania 404 (6,35%), che per la prima volta è entrata tra le prime cinque superando il Piemonte. In coda alla classifica figurano la Basilicata con 48, il Molise con 25 e la Valle d'Aosta con 14 startup innovative.

In Figura 2 invece è rappresentata l'incidenza su base regionale di startup innovative sul totale delle società di capitali esistenti. Questo dato permette di depurare quanto osservato precedentemente circa il valore assoluto dalla maggiore o minore esistenza di società di capitali in genere su una data regione. E' interessante notare che sono poche le regioni che presentano scostamenti importanti rispetto al valore medio pari a circa lo 0,4%. Lo superano abbondantemente Trentino-Alto Adige (105 startup ogni 10mila imprese), Marche, Emilia-Romagna, Friuli e Valle d'Aosta.

Considerazioni analoghe possono essere fatte guardando le province in cui è insediato il maggior numero di startup o che presentano un'incidenza maggiore in rapporto al numero di società di capitale attive nella provincia. Le prime dieci province dove è insediato il maggior numero di startup superano tutte le 100 unità. Il maggior numero è insediato a Milano (935, pari al 14,69% del totale), seguono Roma (539, 8,47% del totale nazionale %), Torino con 299 (4,7%), Bologna con 203 (3,19%) e Napoli con 202 (3,17%). Altre province che figurano tra le prime dieci sono Modena, Trento, Firenze, Padova e Brescia.

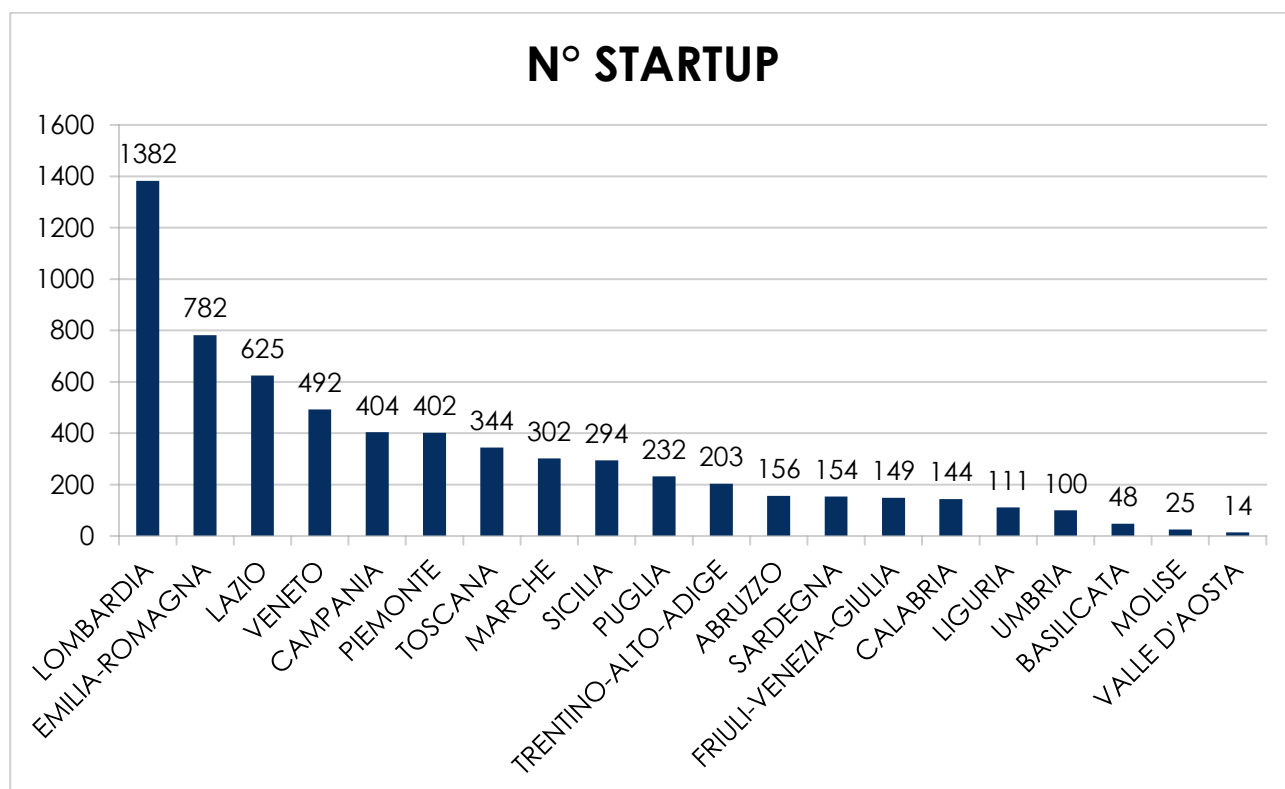


Figura 1 - valore assoluto di startup per regione - Fonte: dati Infocamere

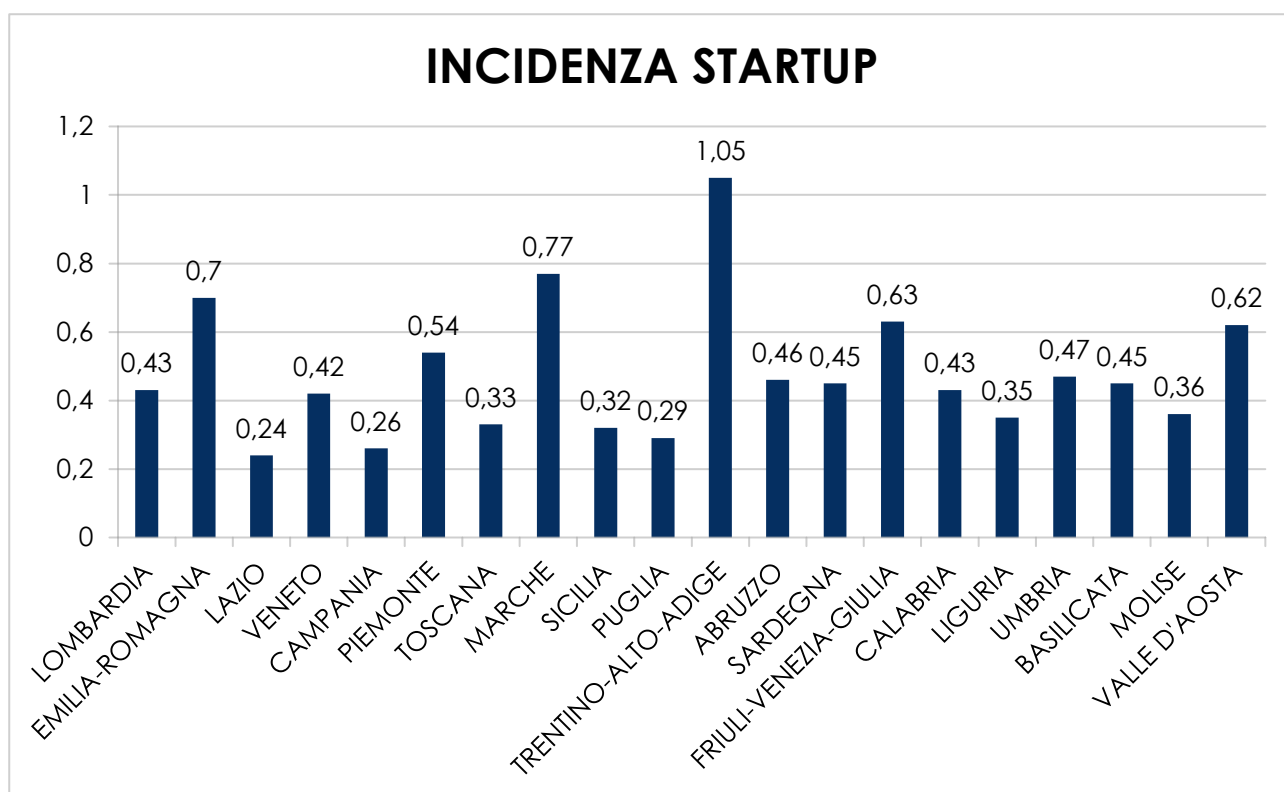


Figura 2 - incidenza delle startup sul totale delle società di capitali - Fonte: dati Infocamere

Andando invece a considerare l'incidenza sul numero di società di capitali attive nella provincia, quella con più alta densità risulta Trento con 144 startup ogni 10mila società di capitali; seguono Trieste con 125, Ascoli Piceno con 109, Ancona con 106, Rimini e Modena con 77.

Esaminando, invece, i comparti nei quali svolgono la propria attività la maggior parte delle startup innovative, osserviamo che la percentuale più cospicua di queste fornisce servizi alle imprese (il 70.52%, in valore assoluto 4487 unità). Nel dettaglio prevalentemente le startup italiane svolgono attività di produzione di software e consulenza informatica (29,8%, 1897 unità), attività di R&S, (14,7%, 936 unità) e attività dei servizi d'informazione (8,1%, 515 unità).

DISTRIBUZIONE PER COMPARTO

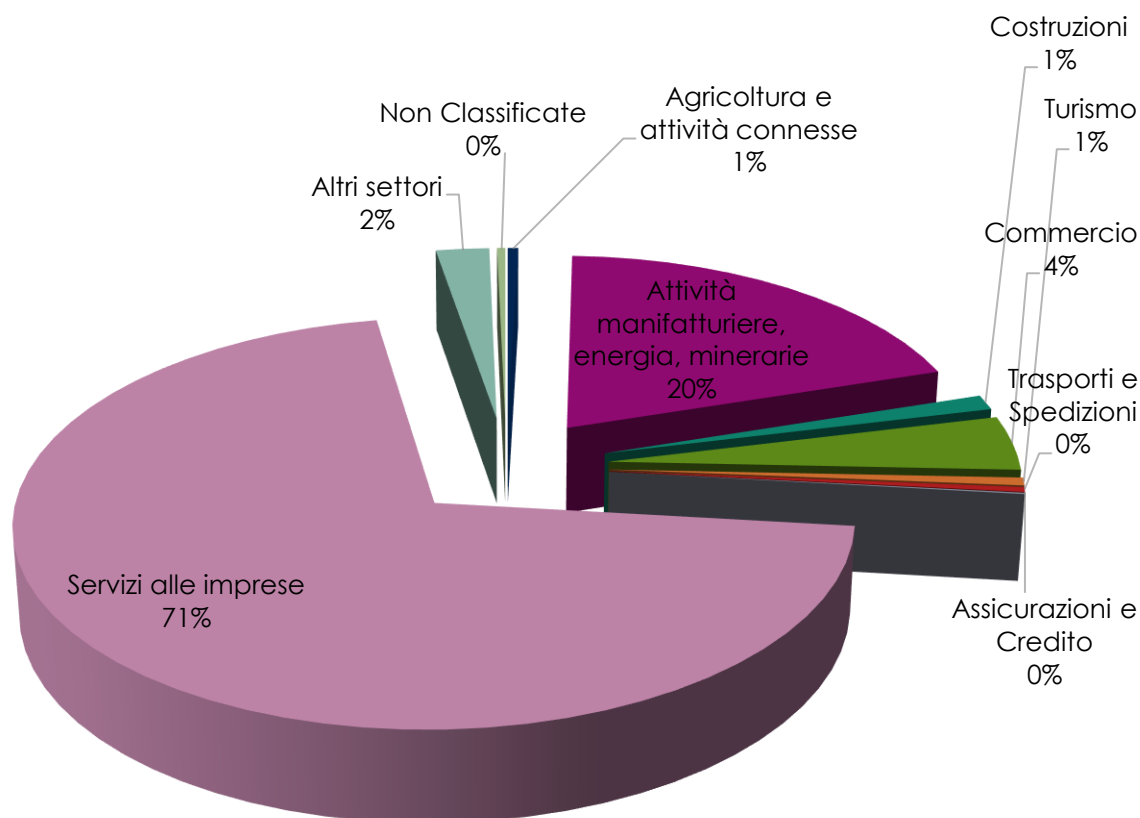


Figura 3 - Distribuzione per comparto - Fonte: dati Infocamere

Seppur minoritaria, una importante percentuale di startup (il 19,6% ovvero 1246 unità) opera nei settori dell'industria in senso stretto, in particolare: il 3,8% svolge attività di fabbricazione di computer e prodotti elettronici e ottici; il 3,5% fabbricazione di macchinari; il 2,2% fabbricazione di apparecchiature elettriche. Infine 280 unità, pari al 4,4% del numero complessivo, svolgono attività di commercio.

E' interessante osservare che circa un quarto (il 25,1%) delle società di capitali italiane la cui attività economica è classificata con codice Ateco 2007 "Ricerca e Sviluppo" sono

startup innovative; rilevante è anche la quota di neo-imprese innovative fra le società dei servizi di produzione di software (7,46%).

Andando invece ad analizzare la composizione della compagine sociale, dal report periodico al terzo trimestre 2016 diffuso dal Ministero dello Sviluppo Economico, risulta che sul totale delle startup innovative censite molte sono a prevalenza⁵⁰ giovanile⁵¹ e femminile. Il cui tasso di incidenza è pari rispettivamente al 22,4% (1425 startup) e al 13,86% (882 unità) per le seconde. Tuttavia, mentre l'incidenza nel complesso di società di capitali delle società a prevalenza femminile è superiore al dato appena riportato per le startup (il 16,83% delle società di capitali sono a prevalenza femminile), quelle a prevalenza giovanile è di gran lunga inferiore (4,29%). Stessa dinamica si manifesta andando ad osservare l'incidenza sul totale e sul complessivo di startup e sul totale di società di capitali di compagini societarie al cui interno vi è almeno un under 35 o una donna. Infatti, le società di capitali al cui interno vi è almeno un under 35 sono il 13,36%, contro il 38,19% sul totale delle startup, mentre la presenza femminile è più alta sul complesso di società di capitali (il 49,76%) che sul totale di startup innovative (il 44,49%).

Le startup a prevalenza estera sono appena il 2,58% (164 unità), mentre sono il 4,29% le società di capitali in genere che soddisfano tale requisito (67.800 unità). La dinamica è invertita per le società in cui è presente almeno uno straniero. Queste infatti sono il 12,9% delle startup (821), contro il 10,51% delle società di capitali (166.148).

Da un punto di vista occupazionale dai dati al 30 giugno 2016 elaborati dall'INPS e di seguito riportati in Tabella 1, risulta che le startup innovative con almeno un dipendente sono 2.593, ovvero il 43,63% del totale. Rispetto al dato registrato nel trimestre precedente (43,31%) si può osservare che non c'è stata una variazione significativa, indicatore questo che il numero di startup con dipendenti è cresciuto proporzionalmente al numero di startup innovative totale. Molto probabilmente le realtà preesistenti, sviluppandosi hanno assunto personale, compensando così le nuove società prive di dipendenti.

⁵⁰ Nei report la prevalenza viene determinata quando la partecipazione detenuta da soggetti rientranti in una delle suddette categorie risulta superiore al 50%.

⁵¹ Si tratta di persone di età inferiore ai 35 anni

	STARTUP	SOCIETA' DI CAPITALE
media	3,49	14,3
mediana	2	4
numero società con dipendenti	2.593,00	604.686,00
totale dipendenti	9.042,00	8.644.312,00

Tabella 1 - Dati occupazionali - Fonte: elaborazione su dati INPS riferiti al 30 giugno 2016

Il numero complessivo di addetti è pari a 9.042 unità, dato in aumento di circa il 10% rispetto al trimestre precedente (849 unità). I dipendenti mediamente impiegati dalle startup sono circa 3,5 e guardando la mediana possiamo osservare che la metà di startup innovative esistenti occupa 2 dipendenti. Inoltre è molto probabile che vi sia un coinvolgimento dei soci nell'attività di impresa, infatti ogni startup innovativa presenta mediamente una compagine societaria formata da 4,12 soci, la metà ne presenta un massimo di 3. Si tratta di valori superiori al complesso di società di capitali dove è riscontrabile un valore medio di 2,59 ed una mediana di 2. Inoltre guardando la variazione della media rispetto al dato a fine giugno (9,97) possiamo osservare un incremento significativo.

Da un punto di vista aziendale, come si può osservare dai dati riportati in Tabella 1, la crescita numerica di startup tra il secondo ed il terzo trimestre 2016 (pari a circa il 7%) non ha lasciato invariato il capitale sociale mediamente dichiarato da ciascuna di esse che anzi è diminuito di circa il 4,6%.

	2° trim 2016	3° trim 2016	Var % 2° trim/3° trim
N° startup	5.943,00	6.363,00	7,07%
N° soc di capitale	1.570.861,00	1.580.912,00	0,64%
CS dichiarato dalle startup	328.442.969,00	335.529.989,00	2,16%
CS dichiarato dalle soc di cap	3.301.102.399.822,00	3.280.252.887.614,00	-0,63%
% startup su soc di cap	0,38%	0,40%	-
CS medio startup	55.265,52	52.731,41	-4,59%
CS medio soc di cap	2.101.460,54	2.074.911,75	-1,26%

Tabella 2 - Capitale sociale delle startup innovative - Fonte: dati Infocamere

Stessa dinamica, seppur con percentuali ridotte, si può osservare sul complesso di società di capitali. Queste, infatti, hanno registrato una variazione negativa del capitale sociale mediamente dichiarato di circa un punto percentuale, mentre sono variate numericamente dello 0,64%.

Il capitale sociale complessivamente dichiarato dalle startup al terzo trimestre 2016 è pari a circa 335,5 milioni di euro, grandezza pari allo 0,01% del capitale sociale complessivamente dichiarato dalle società di capitali in genere. Confrontando questo dato con la percentuale sul numero di startup esistenti rispetto al numero di società di capitali esistenti possiamo osservare (ciò trova conferma anche nel dato del capitale sociale mediamente dichiarato) che la singola startup ha un capitale sociale largamente inferiore rispetto alla società di capitali seppur l'entità del capitale sociale medio è comunque non trascurabile (circa 52 mila euro).

Esaminando i bilanci al 31/12/2015 disponibili (circa il 60% del totale delle startup, mentre il 41% sul totale delle società di capitale) possiamo constatare, innanzi tutto, che circa il 43% delle startup è in utile e produce il 66% circa del valore della produzione complessivo. Tra le società di capitali in genere, invece, quelle in utile sono circa il 65% e producono l'85% circa del valore della produzione complessivo.

Al contrario le startup che chiudono in perdita, percentuale prevalente, sono il 57,07% in leggera crescita rispetto al dato registrato dai bilanci 2014 (56,54%). L'incidenza delle società in perdita tra le startup innovative è sensibilmente maggiore rispetto a quella rilevabile per l'universo delle società di capitali, pari al 34,67%. Complessivamente il risultato operativo è negativo di circa 88 milioni di euro, deficit in aumento rispetto a quello dell'esercizio precedente pari a circa 61 milioni. Da queste osservazioni si può affermare che le perdite conseguite con molta probabilità si determinano già a livello di gestione caratteristica.

A livello patrimoniale, dai dati evidenziati in Tabella 2, possiamo osservare che il valore medio dell'attivo delle startup è pari a circa 274 mila euro (con un aumento di circa 60 mila euro rispetto alla media risultante dai bilanci 2014), contro i circa 3 milioni del complesso delle società di capitali. Tuttavia, il valore mediano indica che la metà delle startup ha un capitale investito che non supera i 74 mila euro. Per tale grandezza si registra un incremento del 19,35% rispetto al 2014 (nello specifico l'incremento è di circa 12000 euro). Tuttavia, dal rapporto immobilizzazioni su attivo netto, si può osservare come la struttura

degli impieghi delle startup si molto più rigida del complesso delle società di capitali. Per le prime, infatti si ha un tasso del 29,44%, mentre quello relativo alle società di capitali in genere è pari al 3,33%.

	STARTUP	SOCIETA' DI CAPITALE
	valori complessivi	valori complessivi
n.	6.363,00	1.580.912,00
n. società di cui si dispone del bilancio	3.853,00	651.963,00
Percentuale sul totale	60,55%	41%
% società in utile	42,93%	65,33%
% società in perdita	57,07%	35%
valore della produzione	585.211.807,00	1.435.216.406.163,00
di cui		
prodotto da società in utile	384.260.548,00	1.220.363.966.826,00
%	66%	85%
prodotto da società in perdita	200.951.259,00	214.852.439.337,00
%	34%	15%
valore della produzione medio	151.884,72	2.201.377,08
valore della produzione mediano	30.860,00	243.044,00
reddito operativo	- 88.048.489,00	56.937.647.741,00
valore medio attivo	274.322,35	3.047.364,22
valore mediano dell'attivo	74.328,00	490.756,00
Immobilizzazioni su attivo netto (x 100)	29,44	3,33

Tabella 3 - Indicatori economici e patrimoniali - Fonte: dati Infocamere

Come conseguenza del gran numero di società in perdita, anche operativa, come riportato in Tabella 3 il ROI ed il ROE delle startup innovative registra valori negativi. Tuttavia, se consideriamo esclusivamente le realtà in utile questi indici risultano sensibilmente superiori rispetto a quelli del complesso di società di capitali. In particolare, il ROE (0,25 per le startup in utile contro 0,04 del complesso di società di capitali) mostra un maggior rendimento dell'investimento in startup innovative quando conseguono un utile. Tale dato, tuttavia, è sicuramente influenzato dalla minore autonomia finanziarie delle startup rispetto

alle società di capitali nel complesso. Relativamente a questo indice possiamo osservare che quello relativo al complesso delle startup è sostanzialmente in linea con quello registrato per il complesso di società di capitali, tuttavia se consideriamo esclusivamente le società in utile le startup registrano un indice inferiore (0,28 per le startup in utile contro lo 0,38 delle società di capitali in utile).

	STARTUP		SOCIETA' DI CAPITALE	
	TOT	SOCIETA' IN UTILE	TOT	SOCIETA' IN UTILE
ROI	-0,1	0,11	0,03	0,03
ROE	-0,25	0,25	0,04	0,04
AUTONOMIA FINANZIARIA	0,35	0,28	0,38	0,38
VALORE AGG./ VALORE PROD.	0,18	0,32	0,22	0,22

Tabella 4 - Principali indici di redditività e solidità - Fonte: dati Infocamere

Questo dato può far concludere che probabilmente le startup in utile utilizzano in misura maggiore la leva finanziaria per ottenere rendimenti maggiori rispetto al complesso delle società di capitali in utile, dato il ROI sensibilmente più alto. Confrontando il rapporto tra valore aggiunto e valore della produzione tra startup e società di capitali possiamo osservare che, mentre si registra un tasso inferiore per il complesso delle prime nei confronti del complesso delle seconde, guardando esclusivamente le realtà in utile il dato è superiore per le startup rispetto all'universo delle società di capitali. Non avendo a disposizione ulteriori informazioni, questo dato porta a confidare che le startup in utile con molta probabilità siano imprese ad alto valore aggiunto.

Concludendo quindi, dai dati appena riportati, possiamo affermare che il fenomeno startup innovativa è in crescita, trova il suo habitat in regioni del centro nord ed è caratterizzato da compagini societarie piuttosto ampie e formate prevalentemente da giovani coinvolti direttamente nell'attività di impresa. Attività che si esplica perlopiù nel campo dei servizi alle imprese. Inoltre, dato che si tratta di società operanti in progetti innovativi e, quindi, per definizione contraddistinti da un'elevata alea di rischio, sono molte le startup in perdita. Tuttavia, le realtà che conseguono utili presentano rendimenti superiori alla media delle società di capitali.