

Innovazione sociale nelle startup innovative: un approccio narrativo

Rocco Reina | Department of Law History Economics and Social Science, University of Catanzaro "Magna Græcia"

Marzia Ventura | Department of Law History Economics and Social Science, University of Catanzaro "Magna Græcia"

Walter Vesperi | Department of Economics, University of Messina

Paper presented at XII Scientific Colloquium on Social Enterprise, 25-25 May 2018,
Department of Sociology and Social Research, University of Trento

ISBN 978-88-909832-7-6

Abstract

Purpose - In modern industrial economies, the investments in innovation is a fundamental driver for growth in all local economy system. In this situation, innovative start-up companies are taking an increasingly central role in several government initiatives as one of the possible drivers for economic and social recovery. In addition, the innovative start-ups represent one of the bigger opportunity of wealth sector in Europe. The aim of this paper is to identify and understand the critical elements that innovative start-ups face, in the Calabria region and their impact in relaunching the local economy. Accordingly to this aim it is necessary to identify the characteristics of the Italian start-up companies in order to better understand the elements that support them; in this way it will be possible to suggest the design of appropriate public policies for regional business development.

Design/methodology/approach - We propose a two step-based approach. Firstly, a literature review has been carried out in order to shape a wider understanding of the innovation start-up, as well as to picture their characteristics and dynamics creation. After this, a qualitative approach has been adopted by combining narrative and cases study approaches located in the Calabrian Region selected and investigated in accordance with the adopted research technique.

Originality/value - This methodology puts in evidence how the analysis can contribute to better understand the traits of the phenomenon like the Innovation Start-up. The attempt is to define and discuss concepts and variables that, through the analyzed cases studies, could contribute to shape a theoretical model to be fully developed and tested with future research.

Practical implications - The study can play a relevant role in supporting a new innovative and social entrepreneurship. These entrepreneurial activities - as start-ups - are nowadays particularly important, especially when in most countries public funding is decreasing. Therefore, the study has an explorative role of analysis, which can be useful to generate research hypotheses for future works.

Keywords: Innovative Start-up, Entrepreneurship, Regional Development, Narrative Approach

1 Introduzione

Il tessuto imprenditoriale italiano, storicamente caratterizzato da PMI (Fusco, 2010) ha visto l'emergere, negli ultimi anni, di una nuova forma di imprenditorialità basata sull'innovazione tecnologica. L'imprenditorialità diviene uno straordinario attivatore di processi di cambiamento di carattere sociale, economico e tecnologico. Il trend di crescita del numero di start-up innovative ha attirato l'attenzione dei policy maker e degli studiosi. Secondo i recenti dati ufficiali¹ in Italia, alla fine di aprile 2018, sono presenti n°9072 start-up innovative. Il Governo italiano ha iniziato ad essere più sensibile alle problematiche legate alle start-up, attraverso l'emanazione di una nuova normativa – *Legge 17 dicembre 2012, n. 221* - che offre una regolamentazione per il fenomeno gettando le basi per il suo sviluppo, attraverso incentivi per la creazione di nuove imprese. La normativa ha avuto il principale risultato di offrire una chiara definizione di start-up innovativa.

In base a questa normativa, viene definita start-up innovativa una *“società di capitali, costituita anche in forma cooperativa,[...] che possiede i seguenti requisiti: - è costituita da non più di sessanta mesi; - residente in Italia o abbia una sede produttiva o una filiale in Italia - a partire dal secondo anno di attività il totale del valore della produzione annua, non è superiore a 5 milioni di euro; - non distribuisce, e non ha distribuito, utili; - ha, quale oggetto sociale esclusivo o prevalente, lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di prodotti o servizi innovativi ad alto valore tecnologico; - non è stata costituita da una fusione, scissione societaria o a seguito di cessione di azienda o di ramo di azienda; - possiede almeno uno dei seguenti ulteriori requisiti: 1) le spese in ricerca e sviluppo sono uguali o superiori al 15 per cento del maggiore valore fra costo e valore totale della produzione. 2) impiego come dipendenti o collaboratori a qualsiasi titolo, in percentuale uguale o superiore al terzo della forza lavoro complessiva, di personale in possesso di titolo di dottorato di ricerca o che sta svolgendo un dottorato di ricerca oppure in possesso di laurea e che abbia svolto, da almeno tre anni, attività di ricerca certificata; 3) sia titolare o depositaria o licenziataria di almeno una privativa industriale relativa a una invenzione industriale”* (*Legge 17 dicembre 2012, n. 221, art. 3*)

¹ Si rimanda per ulteriori approfondimenti su www.startup.registroimprese.it

Nella letteratura accademica, non esiste una definizione univoca del fenomeno di startup (Dabić, et al., 2011). Questa mancanza di una definizione comune ha generato un'ampia letteratura con diverse prospettive di analisi del fenomeno in collegamento con i concetti d'imprenditorialità esplorabili. Tuttavia, è possibile individuare in letteratura alcuni aspetti comunemente accettati dalla stessa considerando che, il fenomeno è molto più complesso e studiato sotto diverse prospettive di analisi (Gartner, 1988; Shane and Venkataraman, 2000). Solo per citarne alcune, in una prospettiva economico-aziendale, significa l'operazione e il periodo in cui qualcuno avvia un'attività. Nel linguaggio comune, è normale indicare non solo la fase iniziale della creazione di un'impresa, ma anche tutte quelle imprese appena costituite aventi come scopo lo sviluppo, la produzione e la vendita di un bene o di un servizio che è il risultato di un lavoro di ricerca, o che comporta l'uso di un alto livello di tecnologia avanzata. In Italia, l'interesse per le start-up è esploso solo di recente, coinvolgendo legislatori e parti sociali. Il Report del Ministero dell'Economia e delle Finanze (2012) ha creato le basi per un nuovo regolamento per le start-up. La Legge approvata dal Parlamento Italiano nel 2012 mira a promuovere la crescita sostenibile, il miglioramento tecnologico e l'occupazione giovanile, nonché lo sviluppo di una nuova cultura imprenditoriale e la creazione di un ecosistema proprio dell'innovazione, puntando, anche, a promuovere una maggiore mobilità sociale in Italia e ad attrarre talenti e capitali dall'estero. Con riferimento al contesto italiano, il paper presenta i risultati preliminari della ricerca in corso sulle nuove tipologie di imprese: le Start up Innovative.

In effetti, le start-up Innovative possono essere la forza trainante per stimolare il cambiamento e trovare un terreno comune per la creazione di valore condiviso e lo sviluppo economico. L'interesse per la nuova imprenditorialità, e in particolare per le startup, da parte dei policy maker è giustificato dal fatto che le nuove imprese rappresentano il principale veicolo di trasferimento di innovazione e crescita dell'occupazione.

Su tale premesse, lo scopo di questo lavoro è quello di identificare e comprendere i principali elementi organizzativi delle start-up Innovative, con particolare focus sulle organizzazioni che concentrano le loro attività nella regione Calabria e che hanno un impatto positivo nel rilancio dell'economia stessa. Il lavoro si inserisce quindi nel campo di studi delle Start-up in relazione alla creazione di nuova imprenditorialità Il paper è organizzato come segue: in primis è stata effettuata una revisione sistemica della

letteratura più recente; successivamente, viene presentato il disegno della ricerca e la metodologia di analisi; infine, vengono analizzati alcuni casi studio presenti in Regione Calabria con le prime evidenze risultanti e le considerazioni conseguenti.

Nello specifico, questo lavoro si concentra sulle start-up del terziario, ricadenti nell'ambito sociale e innovativo, che rappresentano per l'intera UE importanti opportunità di crescita; appare pertanto importante identificare le caratteristiche delle start-up italiane al fine di comprendere meglio gli elementi che possono supportarle e, quindi, indirettamente evidenziare politiche pubbliche appropriate allo sviluppo regionale.

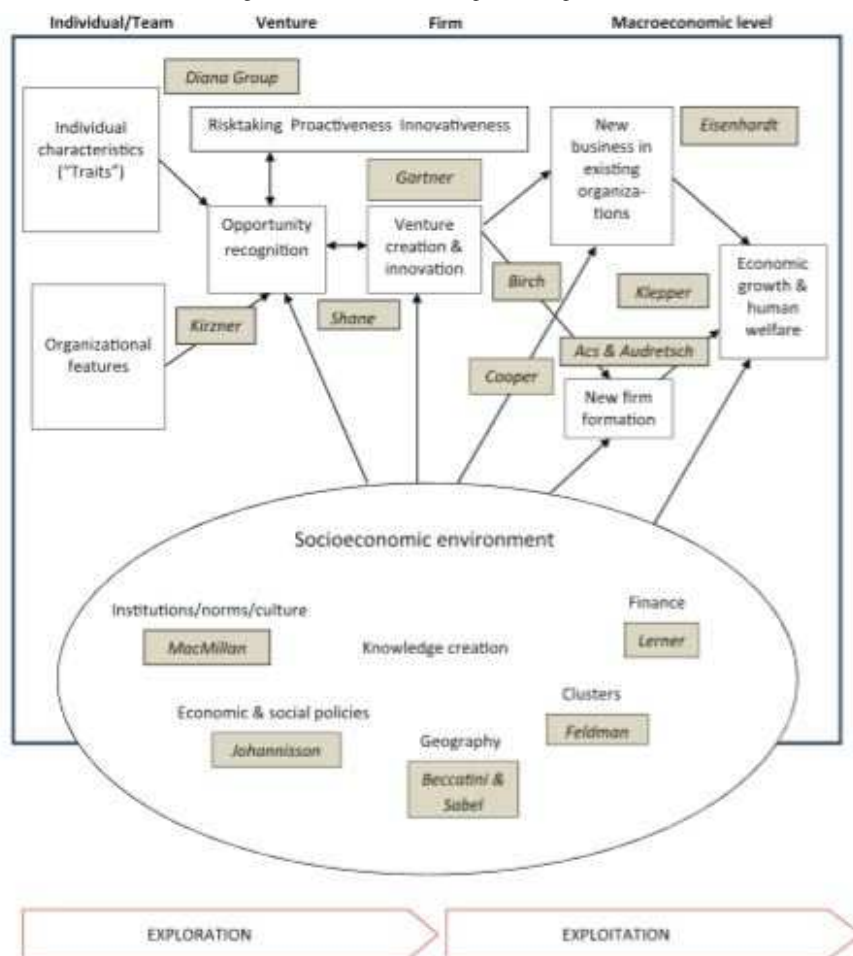
2 Framework Teorico

È ormai generalmente riconosciuto che l'attività imprenditoriale è uno dei principali motori del dinamismo industriale, dello sviluppo economico e della crescita, tanto che la stessa imprenditorialità è stata oggetto di diverse attenzioni e interessi disciplinari: dall'economia, al management, dall'amministrazione aziendale, alla sociologia, alla psicologia, all'antropologia economica e culturale e alla storia aziendale, dalla strategia al marketing, dalla finanza alla geografia, che rappresentano una varietà di tradizioni di ricerca, prospettive, e metodi. La visione del fenomeno che emerge appare pertanto composita e complessa (vedi Figura n.1), suscettibile di essere interpretata da diverse prospettive - tra le altre quella economico-manageriale - per la quale gli aspetti maggiormente approfonditi in letteratura sono: le interdipendenze tra imprenditorialità e contesti socio- economici; gli effetti dell'imprenditorialità sullo sviluppo territoriale; la relazione tra imprenditorialità e innovazione; la fattibilità dei nuovi business; le caratteristiche soggettive e il profilo psicologico dell'imprenditore (Renzi et.al, 2013).

La figura di seguito riportata, non è esaustiva di tutte le evidenze empiriche e di ricerca esistenti, ma evidenzia l'accesso e vivace dibattito accademico inerente l'imprenditorialità e in particolare il processo di start-up. I primi studi che si incontrano in letteratura, partendo da osservazioni empiriche, hanno evidenziato una serie di fattori ambientali che influenzano il processo di creazione di nuove imprese in un contesto economico (Gartner, 1988; Shane e Venkatraman, 2000; Davidsson and Honig, 2003). In linea con questa area di studi, è possibile considerare il fenomeno delle startup come output di ecosistemi imprenditoriali. Già nel 1934, nella sua celebre opera Schumpeter indicava l'imprenditorialità come la principale forza che guida i processi innovativi e, più

in generale, lo sviluppo economico. L'analisi di Schumpeter è rimasta un punto di riferimento fondamentale per molti dei suoi successori, in particolare per coloro che seguono la sua tradizione di considerare l'imprenditore come un pioniere dell'innovazione (Dahmen 1950; Leibenstein 1968; Baumol 1968, 1990). Si arriva, quindi, a definire l'imprenditorialità come il processo di entrata di nuove imprese che iniziano a partecipare all'arena concorrenziale. In questo filone di studi, si sono sviluppati diversi indicatori per valutare il tasso di imprenditorialità e di innovazione di un sistema economico.

Figura n. 1: Domain of Entrepreneurship Research



Fonte: Carlsson et. al. 2013, p.925

Il metodo più comune è osservare i tassi di entrate di nuove imprese innovative. Partendo da tali presupposti, si inserisce l'ultima ricerca, in senso cronologico, realizzata da EUROSTAT sull'innovazione tecnologica (Community Innovation Survey). Questa ricerca, infatti, prende in considerazione come indicatore del tasso di innovazione tecnologica in un sistema economico non solo la presenza di imprese innovative, ma le distingue in innovazione di prodotto, di processo e organizzativa. La letteratura sull'imprenditorialità si è tradizionalmente focalizzata sulle start-up come modalità organizzativa con cui si è svolta l'azione imprenditoriale (Autio, et al, 2014).

Nel sistema economico moderno le Start-Up sono considerate le forme più innovative di imprenditorialità (Peterkova, et al., 2012) e le startup innovative contribuiscano a trasferire ricerca e sviluppo dalle università al sistema economico. In effetti, diversi studi (Wennekers e Thurik, 1999; Audretsch e Keibach, 2004; Garcia-Rodríguez et al., 2017) hanno dimostrato, come la creazione di nuove imprese (start-up), sia in grado di favorire la competizione, l'innovazione e la nascita di nuovi settori. In settori maturi, le startup sono in grado di contribuire alla crescita occupazionale specie quella giovanile (Malchow- Møller et al. 2011; Koellinger e Roy Thurik, 2012; Roundy, 2017). Da qui, si capisce la crescente attenzione degli scholar e dei policy maker verso le tematiche relative alle startup e all'imprenditorialità. Nella knowledge economy, in particolare, le nuove imprese sono orientate a basare il proprio vantaggio competitivo su nuova conoscenza (anche derivante dalle università) generando startup innovative altamente tecnologiche o startup da ricerca (Vesperi, et al., 2015; Poutanen and Kovalainen, 2017; Acs, et al., 2018). In questo modo, la creazione di startup rappresenta il collegamento tra investimenti in nuova conoscenza e sviluppo economico, contribuendo alla creazione di spillover di conoscenza (Koellinger, 2008; Delgado et al, 2010; Acs, et al., 2013). In altre parole, le startup giocano un ruolo importante nell'approfondimento di nuove conoscenze tecnologiche (Almeida e Kogut, 1997). Secondo Konecny (2001), è possibile definire una impresa innovativa come quella orientata all'utilizzo dei risultati della ricerca, dello sviluppo e della perfezione delle nuove tecnologie. Per questo motivo, al fine di accrescere lo sviluppo locale, i policy maker hanno cercato di favorire la creazione di nuove imprese innovative, attraverso apposita regolamentazione. Attraverso le startup le persone creano opportunità per l'innovazione. In questo modo, diversi studi in letteratura (Bosch, et al, 2013, Corbet e Hmieleski, 2005) mostrano il legame tra decisione imprenditoriale e processo di avvio d'impresa. Secondo Rauch e Frese (2000),

le decisioni imprenditoriali sono definite in relazione al successo, locus of control interno e propensione al rischio (Frese, et. Al, 1997). Alvarez e Barney (2010) sostengono che l'“*opportunity recognition*” costituisce un nucleo unico per l'imprenditorialità, tanto che lo stesso fenomeno dell'imprenditorialità, nella prospettiva degli studi manageriali, finisce per assumere un ruolo di primaria importanza nella crescita delle imprese. All'interno delle diverse teorie un elemento di notevole importanza in una teoria evolutiva dell'imprenditorialità è il riconoscimento che gli individui differiscono non solo nei loro gusti ma anche nel loro accesso alle informazioni. L'essenza dell'imprenditorialità è "essere diversi" perché si ha una diversa percezione della situazione. L'imprenditore è un agente del cambiamento che si preoccupa non solo di allocare risorse esistenti, ma anche di generare e coordinare nuove risorse. Infatti diversi studi, si sono incentrati sulla tipologie delle personalità dell'imprenditore nascente (Davidsoon, 2006, Fini, et al, 2009) mostrando che le caratteristiche della personalità influenzano le decisioni di avvio e il successo imprenditoriale; infatti, sia la dimensione micro sociale (ad esempio restrizioni familiari, esperienze lavorative) che i fattori macro sociali (ad es. social network, influenze ambientali) influenzano la decisione imprenditoriale. Questi elementi sono: le dimensioni piccole e medie, la flessibilità e la gestione del ciclo di vita del prodotto (Milliman, et al. 1991). Inoltre, molti studiosi si sono concentrati sull'elemento di propensione al rischio e sulla capacità di prendere decisioni in condizioni di incertezza, quali una delle principali caratteristiche dell'imprenditore (Scott e Twomey, 1988; Stewart e Roth, 2001). Diverse sono state le critiche mosse a queste teorie. I risultati ambigui ottenuti dall'utilizzo di un solo tratto hanno spinto gli studiosi alla ricerca di un insieme di tratti che potesse rappresentare la migliore combinazione possibile per identificare l'imprenditore. Dalla letteratura emergono che i principali tratti individuali studiati sono: il bisogno di indipendenza e autonomia (need for independence/autonomy) (Henderson e Robertson, 2000; Zhang et al., 2014; Piperopoulos e Dimov. 2015), la capacità di affrontare l'incertezza (tolerance for ambiguity) (Baum e Locke, 2004; Junid et al., 2017), l'innovazione e la creatività (Galor e Michalopoulos, 2012; Rodrigues et al., 2012); la self-efficacy (Segal et al., 2005; Chell et al., 1991); l'autostima (self-esteem) (Liang and Dunn, 2008; Ndubisi, 2008); la capacità di individuare e cogliere le opportunità (Ardichvill, et al., 2003; Kolb and Wagner, 2015). La principale critica mossa alla teoria dei tratti risiede nella difficoltà di individuare un insieme di tratti idonei a identificare e distinguere una tipologia di soggetti da ogni altra: “imprenditore” da “non

imprenditore". Partendo dalle critiche mosse alla teoria dei tratti è emersa la teoria interazionista. Lewin (1951) ed Ekehammer (1974), principali fautori della teoria, facendo propri gli elementi centrali della teoria dei tratti e situazionista, hanno avuto il merito di superare le visioni parziali delle teorie precedenti. Ovvero, tale teoria considera, ogni imprenditore come la risultante della continua e costante interazione di elementi di natura personale (i tratti innati di personalità) con elementi ambientali (quali l'influenza familiare, il livello di education, le precedenti esperienze, l'influenza della cultura e delle conoscenze tacite radicate nel territorio) e della situazione socio-economica (quali l'andamento degli indicatori macroeconomici, il tasso di occupazione, le politiche istituzionali). Ancora oggi, non è possibile individuare un'unica e condivisa, definizione di imprenditorialità. I molteplici contributi elaborati, differenti per matrice culturale e livello di astrazione, hanno portato, infatti, a definire l'evoluzione di questo concetto come "scoordinata e asimmetrica" (Sexton e Smilor, 1997; Hirsch et al., 2006;). In questo paper, viene utilizzata una concezione ampia di imprenditorialità, indicando un insieme di tratti di personalità innati (quali, ad esempio, il *need for achievement*, il *locus of control*, la propensione al rischio, la creatività) che, influenzati da variabili esterne (ad esempio, livello di education, età, precedenti esperienze, aspetti socio-economico-culturali del territorio), spingono un soggetto a creare, da solo o con altri, una nuova impresa (start-up).

3 Approccio e Metodologia

Su tale base teorica, l'approccio di ricerca utilizzato è stato per la natura emergente del fenomeno di ricerca esplorativo e induttivo, (Eisenhardt, 1989; Eisenhardt & Graebner, 2007), combinandolo con l'approccio narrativo e lo studio di casi, in quanto tale metodologia qualitativa ben si attaglia allo studio dei nuovi modelli organizzativi come "le start-up innovative"¹.

Come già noto, l'uso delle storie come modalità principe per dare senso ad un'esperienza ha guadagnato attenzione in svariate aree di ricerca (Holloway, 2005). La scelta del metodo narrativo è stata preferita in quanto valida a fornire una rappresentazione degli

¹ Per essere Innovativa una Startup deve possedere almeno uno dei seguenti requisiti: R&D; un Team di lavoro con la presenza di lavoratori con master e/o Dottorato di Ricerca; Brevetti.

eventi che partecipano al processo emergente delle start-up analizzate, nonché la motivazione dei principali *startupper*. La raccolta di n°3 casi intende fornire un quadro coerente e integrato per rispondere alle domande di ricerca. Attraverso l'analisi on the desk, si è offerta una panoramica del fenomeno in Italia (vedi tabella n°1); in primis operando per una mappatura dei casi calabresi di Start-up "Innovative" e descrivendone le caratteristiche principali (focus geografico, fase del ciclo di vita, specializzazione, forma legale, numerosità del personale). Le organizzazioni si trovano principalmente tra Cosenza, Crotona e Reggio Calabria, operando principalmente nel campo dei servizi terziario. La tabella seguente (vedi Tabella n°2) riassume le caratteristiche dimensionali dei tre casi.

L'analisi è stata organizzata in diverse fasi. Nella prima fase, sono stati intervistati i tre Fondatori al fine di raccogliere le principali informazioni utili allo studio. Tutte le interviste sono state direttamente condotte dagli autori, che se ne assumono le responsabilità. Le interviste si sono basate su un protocollo aperto fornito prima dell'intervista (Czarniawska, 2004). Le interviste sono state guidate da un questionario di ampio respiro, comprendente domande su: l'iniziativa di start-up, i partner e gli attori pubblici e privati coinvolti, la forma giuridica del business, l'impatto sulla comunità locale. Le interviste miravano a stimolare l'interesse degli intervistati per questo processo di ricerca partecipativa e a promuovere l'approccio narrativo, fondamentale per il successo delle interviste. In una seconda fase, le interviste sono state oggetto di analisi utilizzando l'approccio narrativo. In una terza fase, al termine delle interviste e seguendo l'analisi dei documenti interni, si è operato un confronto tra i 3 casi seguendo l'approccio narrativo (Yin, 1989). Come già accennato nell'introduzione, in questo articolo presentiamo lo studio dei casi pilota.

4. Contesto

Negli ultimi anni, il tema delle start-up è cresciuto in maniera esponenziale; le Start-up innovative rappresentano, ad oggi, una parte rilevante del Business in molti paesi¹. Da qui, l'interesse del mondo accademico e dei policy maker sulla creazione e competitività di nuove imprese e sulle Start-up Innovative. La maggior parte delle imprese in Italia è

¹ La disciplina delle start up innovative è relativamente recente e nasce all'interno della strategia per la crescita "Europa 2020", adottata dall'Unione Europea nel 2010 per fronteggiare da un lato la crisi economica e, dall'altro, vincere le sfide globali lanciate dall'avanzata dell'innovazione tecnologica.

rappresentata da PMI. Per questo motivo le start-up diventano un fattore chiave dello sviluppo locale e il meccanismo più comune di trasferimento tecnologico. Le start up rappresentano lo 0,42% del milione e mezzo di società italiane attive attualmente, ed il loro capitale sociale complessivo è di circa 351,2 milioni di euro. Nel ciclo di vita dell'azienda le start-up rappresentano un momento molto delicato e cruciale (Fedele, 2015). In questa fase del ciclo di vita, le imprese definiscono il disegno organizzativo (Van de Ven et al. 1984), le nuove routine (Cassar, 2014) e la gestione delle competenze strategiche (Mets, 2018).

Secondo diversi studi, il ruolo della regolazione è il principale fattore di contesto che influenza la creazione di nuove start-up. L'effetto della regolamentazione è evidente in Italia. La prima legge italiana sulle start-up innovative è la legge n. 221/2012¹. In base a questa legge, le start-up innovative sono società a responsabilità limitata localizzate in Italia con l'obiettivo principale di sviluppo, produzione e consumo di prodotti o servizi innovativi e altamente tecnologici. Ai sensi della legge n°122/2012 la fase di start-up può durare fino a 5 anni e da quella data il numero di Start-up innovative in Italia è in continuo aumento². Proprio per l'estrema gioventù del fenomeno la maggior parte delle informazioni derivano da fonti istituzionali; pertanto al fine di stimare il numero delle start-up italiane, il riferimento è stato il database pubblico rappresentato dal Registro Imprese³, consultabile online; tale fonte definisce il numero delle start-up innovative in Italia in n°8919. La tabella seguente evidenzia la distribuzione geografica delle start-up innovative in Italia⁴.

¹ La nozione di start up innovativa, è stata poi subito ampliata, al fine di consentire ad un maggior numero di società di poter accedere ai benefici previsti, dal D.L. 76/2013 (c.d. Decreto del Fare), convertito in Legge 99/2013. Nello specifico, tale decreto ha modificato la disciplina delle SRL semplificate, ha abrogato la SRL a capitale ridotto ed ha ammesso per tutte le SRL la possibilità di costituirsi con capitale inferiore a €10.000. Con ciò ne è derivata una disciplina delle SRL profondamente diversa da quella ante 2012.

² D.L. 179/2012, convertito in Legge 221/2012 (c.d. D.L. Start Up o Crescita), che rappresenta la prima normativa specifica per le start up e detta la prima definizione di "start up innovativa". L'Italia, a differenza di tanti altri Paesi, europei e non, ha recepito con maggior lentezza l'esigenza di una disciplina giuridica ad hoc per le nuove realtà imprenditoriali. Il percorso è stato avviato attraverso l'introduzione degli artt. da 25 a 31 del decreto legge 179, con lo scopo di sostenere la crescita, lo sviluppo tecnologico, l'occupazione e una maggiore mobilità sociale.

³ Available on <http://startup.registroimprese.it>.

⁴ È facile capire che esse si concentrano territorialmente lì dove ci sono gli incubatori, ovvero quelle strutture certificate che offrono servizi per sostenere lo sviluppo delle start up innovative (anch'essi previsti e disciplinati per la prima volta nel D.L. Start Up). In Italia, si contano oltre 160 incubatori, di cui 40 certificati e sparsi su tutto il territorio nazionale. Più precisamente, 26 al Nord, 12 al Centro e 2 al Sud.

Regione	Numero	%
Abruzzo	213	2,39
Basilicata	84	0,94
Calabria	192	2,15
Campania	658	7,38
Emilia-Romagna	884	9,91
Friuli-Venezia Giulia	206	2,31
Lazio	910	10,20
Liguria	165	1,85
Lombardia	2134	23,93
Marche	368	4,13
Molise	40	0,45
Piemonte	476	5,34
Puglia	337	3,78
Sardegna	165	1,85
Sicilia	464	5,20
Toscana	393	4,41
Trentino-Alto Adige	232	2,60
Umbria	154	1,73
Valle d'Aosta	19	0,21
Veneto	825	9,25
TOTAL	8919	100,00

Tabella n. 1 – Distribuzione Geografica – Fonte: ns elaborazione, 2018

Le start up sono per lo più fondate da un team. I dati del 2016 dicono che il 74% sono fondate da un team e solo il 24% da un soggetto singolo (in media, ogni start-up ha circa n°4 soci). Il 55% di essi ha un percorso di studi scientifici e tecnici, il 32 % una formazione manageriale, il 3% umanistica. Dai dati relativi al 2016 emerge che a fondare una start up sono in maggioranza uomini, le start up a prevalenza femminile sono solo 921, ovvero il 13,65% del totale. L'età non è sempre bassa, anzi la maggior parte (il 44%) hanno una età compresa tra i 30 e i 40 anni, solo il 19% ha una età inferiore ai 30 anni.

5 Risultati Preliminari

La tabella n°2 mostra le principali caratteristiche dei casi presi in esame. In particolare, da un primo risultato è possibile verificare come i casi oggetto di studio sono attivi da circa 2,6 anni (in media) e appartengono al settore terziario. Dal punto di vista dimensionale, i tre casi hanno un gran numero di elementi caratteristici in comune. I tre casi oggetti di osservazione, si configurano come PMI.

Denominazione	Anno di Fondazione	Posizione Geografica	Forma legale	Settore di Business
IS1	2015	Reggio Calabria (RC)	SRL	Tertiary
IS2	2015	Crotone	SRL	Tertiary
IS3	2016	Crotone (KR)	SRL	Tertiary

Tabella n. 2 – Caratteristiche dei 3 casi studio – Fonte: ns elaborazione, 2018

Denominazione	N. di impiegati	Requisito soddisfatto	Partecipazione Femminile	Partecipazione Giovanile	Reddito (€)
IS1	N/A	R&S	Alto	No	1-5 k
IS2	0-4	R&S	No	No	5 – 10K
IS3	N/A	R&S	No	Alto	5-10 k

Tabella n. 3 – Elementi Organizzativi dei 3 casi studio – Fonte: ns elaborazione, 2018

La tabella n.3 riporta i principali elementi organizzativi dei tre casi. Il confronto tra gli studi sui casi riguarda: numero di impiegati, requisiti soddisfatti, partecipazione femminile e giovanile.

Obiettivo	Narrativa
Conoscenza e cultura legata alla nascita della startup innovativa	<i>IS1: siamo venuti a Conoscenza delle start up innovative attraverso degli eventi – convegni</i>
	<i>IS2: web e forum ad hoc</i>
	<i>IS3: Durante un a pitch e dopo un corso specifico sulle start up innovative</i>
Business idea	<i>IS1: Da una attenta analisi (e bisogno della collettività) di mercato</i>
	<i>IS2: Esperienze nel settore e bassi investimenti richiesti</i>
	<i>IS3: Esperienze e analisi dei bisogni</i>
Team imprenditoriale	<i>IS1: nato dall'amicizia e successivamente dalla condivisione dell'idea</i>

	<i>IS2: specifica esperienza di squadra e di amicizia</i>
	<i>IS3: condivisione di valori e della idea di business. In primis il team era composto da tre persone. In un secondo momento, uno dei tre founder lascia l'impresa</i>
Unit staff	<i>IS1: Sì, nell'area legale, commerciale e R&S</i>
	<i>IS2: Solo 1 nell'area commerciale</i>
	<i>IS3: No</i>
Public policy	<i>IS1: regolamentazione per incentivare nuovi investimenti</i>
	<i>IS2: Supporto e consulenza, seminari</i>
	<i>IS3: best practise</i>

Tabella n. 4 – Estratti delle narrazioni e conclusioni – Source: ns elaborazione, 2018

Coerentemente con la letteratura di riferimento (Derrida, 1979; Feldman 1995; Czarniawsha, 2000) si è proceduto a destrutturare le interviste semi-narrative condotte. Dalla destrutturazione si è proceduto a focalizzare l'attenzione verso cinque direttrici: cultura, idea imprenditoriale, team imprenditoriale, personale e politica pubblica.

Cultura: la narrazione mostra diversi spunti di riflessione. Il primo, sono gli elementi comuni tra gli studi di casi sulla cultura delle start-up. Gli startupper hanno sviluppato la loro idea di impresa durante eventi pubblici (seminari professionali, incontri con gli imprenditori, ecc.).

Business idea: la narrativa evidenzia che l'idea imprenditoriale nasce da un'esigenza sentita dagli startupper o da esperienze lavorative specifiche.

Team imprenditoriale: i membri del team sono stati prima amici, condividendo l'idea e i valori. Un altro elemento sono le conoscenze e le competenze specifiche del team.

Unit staff: solo due\tre startup innovative utilizzano organi di staff.

Public policy: Le persone intervistate hanno affermato che è necessaria una maggiore regolamentazione per incoraggiare la creazione di nuove imprese innovative. Inoltre, è necessaria la creazione di servizi a supporto all'attività aziendale.

6 Conclusioni

Il contesto italiano sulle start-up innovative rappresenta un contesto dinamico. Nelle moderne economie industriali, le start-up innovative assumono un ruolo sempre più centrale in diverse iniziative governative come uno dei possibili motori per il recupero

economico e sociale, incentivando gli investimenti nell'innovazione come motore fondamentale per la crescita.

Questo studio, senza presunzione di esaustività ha voluto identificare gli elementi critici che le start-up innovative affrontano durante le loro attività in Italia, in particolare nella regione Calabria e il loro impatto nel rilancio dell'economia locale. La scelta di utilizzare l'approccio narrativo e gli studi multicase per il fenomeno delle start-up è stata preferita perché questa tipologia consente di evidenziare gli aspetti e gli elementi, (si veda il paragrafo 3.2), che altri metodi non metterebbero in evidenza. Procedendo alla destrutturazione delle narrazioni è stato possibile tracciare cinque aspetti, ritenuti a nostro avviso, importanti; cultura, idea imprenditoriale, team imprenditoriale, unit staff e public policy.

Ciò porta a riflettere su quanto narrato dai Founder, i quali dicono che la prima difficoltà si riscontra nell'accesso ai finanziamenti. I finanziamenti (aiuti- sussidi) pubblici diminuiscono continuamente; la maggior parte degli investitori ha dichiarato di non aver ricevuto alcun aiuto pubblico, e - laddove ricevuto - la sovvenzione andava dal 10% al 30% del totale. Tuttavia, alcune sovvenzioni sono spesso disponibili, ma sono bloccate dall'eccessiva lentezza del sistema burocratico italiano, che aumenta il tempo di approvazione degli investimenti.

Dalle interviste, in particolare, emerge una forte propensione al rischio e locus of control interno (riscontrabile nella teoria dei Trattti). Allo stato attuale, lo studio è limitato ai 3 casi di start-up analizzate, che rappresentano un campione limitato, ma che hanno contribuito a focalizzare alcuni aspetti e criticità presenti in tali tipologie di imprese. In secondo luogo, uno dei problemi più rilevanti è la mancanza di capacità manageriali e imprenditoriali. In effetti, le nuove imprese sono spesso gestite da persone con background manageriale carente, tanto da determinare difficoltà nell'individuazione dei target di mercato, nell'analisi della concorrenza e nella pianificazione di una strategia di comunicazione chiara e definita. In terzo luogo, il desiderio di creare reti emerge dalle risposte alle interviste effettuate. Infatti, la creazione di network consentirebbe agli operatori non solo di entrare in contatto con altre persone del settore, ma anche di scambiarsi opinioni e identificare le migliori pratiche, nonché di conoscere potenziali investitori e manager in grado di fornire supporto alle imprese attraverso un approccio più pragmatico e progettuale. Infine, alcune difficoltà che ostacolano la crescita delle start-up sono riconducibili alle conseguenze del periodo economico negativo italiano causato dalla

crisi economica globale. Vivere e lavorare in un contesto economico sfavorevole potrebbe sviluppare una forte mancanza di fiducia, insieme ad una forte paura di fallire che finisce per scoraggiare la nascita di nuove imprese. Prossimi step di analisi potrebbero allargare il campione di analisi, al fine di meglio definire linee di ricerca e accumulare conoscenza rispetto tale tipologia particolare di PMI.

References

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Lehmann, E. E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 41(4), 757-774.
- Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 1-14.
- Almeida, P., & Kogut, B. (1997). The exploration of technological diversity and geographic localization in innovation: Start-up firms in the semiconductor industry. *Small Business Economics*, 9(1), 21-31.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business venturing*, 18(1), 105-123.
- Audretsch, D., & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship capital and economic performance. *Regional studies*, 38(8), 949-959.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108.
- Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied psychology*, 89(4), 587.
- Bosch, J. L., & Kleissl, J. (2013). Cloud motion vectors from a network of ground sensors in a solar power plant. *Solar Energy*, 95, 13-20.
- Cassar, G. (2014). Industry and startup experience on entrepreneur forecast performance in new firms. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 137-151.
- Chell, E., Harworth, J., & Brearley, S. (1991). The search for entrepreneurial traits. *The entrepreneurial personality: Concepts, cases and categories*, Routledge small business series, 29-53.
- Commissione Europea (2003) Libro verde. L'imprenditorialità in Europa, COM(03) 27 <http://ec.europa.eu/enterprise.htm>.
- Commissione Europea (2003), "Libro verde: L'imprenditorialità in Europa", Bruxelles, COM 27.
- Commissione Europea (2004), "Educazione allo spirito imprenditoriale" Relazione finale del gruppo di esperti "educazione allo spirito imprenditoriale". Progredire nel promuovere gli atteggiamenti e le capacità imprenditoriali nella scuola primaria e secondaria <http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/index.htm>.
- Commissione Europea (2004), "Piano D'azione: Un'agenda Europea Per L'imprenditorialità", Bruxelles, COM 70 .
- Commissione Europea (2004), "Contribuire a creare una cultura imprenditoriale: guida alle buone prassi nel promuovere attitudini e competenze imprenditoriali attraverso l'istruzione", http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/training_education/index.htm
- Corbett, A. C., & Hmieleski, K. M. (2007). The conflicting cognitions of corporate entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 103-121.

- Czarniawska B (1998) *A Narrative Approach to Organization Studies, Qualitative Research Methods (Series 43)*. Newbury Park, CA: Sage.
- Dabić, M., Ortiz-De-Urbina-Criado, M., & Romero-Martínez, A. M. (2011). Human resource management in entrepreneurial firms: a literature review. *International journal of manpower*, 32(1), 14-33.
- Davidson, P., Delmar, F., & Wilkund, J. (2006). *Entrepreneurship and growth of firms Cheltenham*. UK: Edward Elgar Publishing.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Delgado, M., Porter, M. E., & Stern, S. (2010). Clusters and entrepreneurship. *Journal of economic geography*, 10(4), 495-518.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: An assessment and review. *Academy of management review*, 14(1), 57-74.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of management journal*, 50(1), 25-32.
- Ekehammar, B. (1974). Interactionism in personality from a historical perspective. *Psychological bulletin*, 81(12), 1026.
- Eurostat, C. I. S. (2014). Stationery Office, Dublin.
- Fedele, M. (2015). The creation of a new company as “Process”. *International Journal of Business and Management*, 10(5), 70.
- Fini, R., Grimaldi, R., & Sobrero, M. (2009). Factors fostering academics to start up new ventures: an assessment of Italian founders’ incentives. *The Journal of Technology Transfer*, 34(4), 380-402.
- Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K., & Tag, A. (1997). The concept of personal initiative: Operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of occupational and organizational psychology*, 70(2), 139-161.
- Fusco, A. M. (2010). *Le piccole e medie imprese nell'economia italiana Rapporto 2009*. *Economia Italiana*, (1), 344.
- Galor, O., & Michalopoulos, S. (2012). Evolution and the growth process: Natural selection of entrepreneurial traits. *Journal of Economic Theory*, 147(2), 759-780.
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Gutiérrez-Taño, D. (2017). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.
- Henderson, R., & Robertson, M. (2000). Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. *Career Development International*, 5(6), 279-287.
- Holloway I. (2005). *Qualitative research in health care*. Mc Graw Hill, Open University Press.
- Junid, J., Ngah, R., Osman, C. A., Lajin, N. F. M., & Halil, N. H. A. (2017). A Preliminary Study of Entrepreneurial Personal Traits Amongst University Students of Science and Technology Cluster. *Advanced Science Letters*, 23(8), 7714-7718.
- Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others?. *Small Business Economics*, 31(1), 21.
- Koellinger, P. D., & Roy Thurik, A. (2012). Entrepreneurship and the business cycle. *Review of Economics and Statistics*, 94(4), 1143-1156.

- Kolb, C., & Wagner, M. (2015). Crowding in or crowding out: the link between academic entrepreneurship and entrepreneurial traits. *The Journal of Technology Transfer*, 40(3), 387-408.
- Konečný, M., Zamarský, V., & Skokan, K. (2001). Inovační centra: transferová inovační pracoviště, inkubátory pro výchovu inovačních podnikatelů, vědecko-technické parky v regionálním rozvoji. *Vysoká škola báňská-Technická univerzita Ostrava*.
- Lewin, K. (1951). *Field theory in social science*.
- Liang, C. L. K., & Dunn, P. (2008). Are entrepreneurs optimistic, realistic, both or fuzzy? Relationship between entrepreneurial traits and entrepreneurial learning. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 14(1/2), 51.
- Malchow-Møller, N., Schjerning, B., & Sørensen, A. (2011). Entrepreneurship, job creation and wage growth. *Small Business Economics*, 36(1), 15-32.
- Mets, T. (2018). Entrepreneurial developments toward a knowledge-based economy in Estonia: The case of Fits Me—venture-capital-backed startup going global. In *Entrepreneurship in Central and Eastern Europe* (pp. 89-111). Routledge.
- Milliman, J., Glinow, M. A. V., & Nathan, M. (1991). Organizational life cycles and strategic international human resource management in multinational companies: Implications for congruence theory. *Academy of management review*, 16(2), 318-339.
- Ndubisi, N. O. (2008). Gender differences in entrepreneurial traits, perceptions and usage of information and communication technologies. *Academy of entrepreneurship journal*, 14(1/2), 107.
- Nesheim, J. L. (2000). *High tech start up, revised and updated: The complete handbook for creating successful new high tech companies*. Simon and Schuster.
- Peterková, J., Wozniaková, Z., & Skopalová, D. (2015, November). Performance Evaluation of Start-Ups by Using BLUES Methodology. In *European Conference on Management, Leadership & Governance* (p. 314). Academic Conferences International Limited.
- Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970-985.
- Poutanen, S., & Kovalainen, A. (2017). New Economy, Platform Economy and Gender. In *Gender and Innovation in the New Economy* (pp. 47-96). Palgrave Macmillan, New York.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. *International review of industrial and organizational psychology*, 15, 101-142.
- Roth, D. L., Stewart, K. E., Clay, O. J., Van der Straten, A., Karita, E., & Allen, S. (2001). Sexual practices of HIV discordant and concordant couples in Rwanda: effects of a testing and counselling programme for men. *International journal of STD & AIDS*, 12(3), 181-188.
- Roundy, P. T. (2017). Social entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems: Complementary or disjoint phenomena?. *International Journal of Social Economics*, 44(9), 1252-1267.
- Schumpeter, J. A. (1934). *Change and the Entrepreneur*. Essays of JA Schumpeter.
- Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of small business management*, 26(4), 5.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*, 11(1), 42-57.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

- Van de Ven, A. H., Hudson, R., & Schroeder, D. M. (1984). Designing new business startups: Entrepreneurial, organizational, and ecological considerations. *Journal of management*, 10(1), 87-108.
- Vesperi, W., Reina, R., & Gentile, T. (2015, September). Academic Knowledge Vs Entrepreneurship: The Spin off way. In *European Conference on Knowledge Management* (p. 828). Academic Conferences International Limited.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics*, 13(1), 27-56.
- Yin, R. K. (1989). *Case study research: Design and methods*. Applied Social Research Methods Series (Rev. ed., Vol. 5). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International entrepreneurship and management journal*, 10(3), 623-641.