



GELLIFY S.r.l. a socio unico

VAT: 03561101209

Via Isonzo 55/2

Casalecchio di Reno

Bologna - Italia

Si chiude l'edizione 2020 di "Corporate Entrepreneurship" firmata GELLIFY: trend e nuove sfide

Milano, 13 novembre 2020 - Lunedì 9 e mercoledì 11 Novembre si è svolta online la **quarta edizione dell'evento annuale della Community B2B GELLIFY dal titolo "Corporate Entrepreneurship"** a cui hanno partecipato **20 speaker internazionali** con solida esperienza nel **Corporate Venture Capital** e nel **Venture Building** ed **oltre 200 decision makers** tra CVC, C-level, Executives e Innovation Manager collegati da tutto il mondo.

Nel corso delle **2 sessioni** si sono susseguite **4 tavole rotonde** in cui sono stati affrontati con una certa profondità aspetti relativi alle nuove modalità di crescita e sviluppo delle aziende consolidate attraverso il **corporate venturing** e la diffusione di una **cultura imprenditoriale** all'interno delle organizzazioni per **innovare più rapidamente, in modalità più agile ed economica**.

Main partner dell'edizione appena conclusa **Accenture Italia** oltre ai partner strategici **Studio legale Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners, Kaspersky, Studio di consulenza tributaria Pirola Pennuto Zei & Associati**.

Dal confronto tra gli speaker che si sono susseguiti nelle tavole rotonde e insieme alla platea virtuale di *decision makers* collegata, sono emersi spunti e buone pratiche che i vari stakeholder (aziende corporate, PMI, CVC e startup) potranno cogliere per lavorare proficuamente con gli altri attori dell'ecosistema nell'implementazione di una propria strategia di innovazione di medio-lungo periodo.

Il **corporate venture capital** è caratterizzato da una **forte ascesa**.

"Secondo Pitchbook, gli investimenti di CVC sono passati dal pesare per il 20% dei 50 miliardi di euro investiti globalmente dal VC nel 2012 al 26% dei 147 miliardi di euro investiti nel 2017. Gli investimenti di CVC sono stati quindi caratterizzati da un impressionante tasso di crescita composto (CAGR), pari a circa 31%." – ha commentato **Laura Scaramella, Partner di CDP Venture Capital SGR - Fondo Nazionale Innovazione**.



Mentre l'**Europa** è ancora un passo indietro rispetto agli altri continenti, l'**Asia** ha iniziato a sottrarre fette di mercato al Nord America grazie ad alcune importanti operazioni chiuse negli ultimi tre anni. In **Italia**, secondo i dati dell'Osservatorio sul CVC a cura di Assolombarda, InnovUp e Smau, si rileva un **incremento del 40,3% tra il 2018 e il 2020 di startup** che rientrano nel portafoglio di **investimenti di un CVC o di una corporate**.

Dal confronto durante le tavole rotonde è emerso che vi è una sostanziale assenza di **trend** rispetto ai settori a cui i CVC sono più interessati ad investire. Restano in prima linea il **digitale** (con una **crescita di 10 volte superiore dell'intelligenza artificiale e della cybersecurity rispetto al 2013**) e il settore della **salute** e delle **scienze della vita**. In **Medio Oriente** si aggiungono come trend in crescita il **fintech**, la **mobilità**, l'**e-commerce** e l'**intrattenimento**.


Il **CVC** è l'anima dell'organizzazione che si spinge oltre i propri confini, in mercati in cui la corporate potrà lavorare in futuro.

Il suo obiettivo primario deve riguardare il raggiungimento di un ragionevole livello di rendimento sugli investimenti che devono quindi risultare finanziariamente sostenibili. Ma non basta: bisogna avere anche obiettivi strategici allineati a quelli della casa madre e la vera difficoltà è misurarli.

Spesso il vantaggio di lavorare con startup a livello internazionale può supportare le corporate ad accelerare alcuni piani di business in aree che richiedono maggiore agilità.

Dal punto di vista dei **team di un CVC è necessario dedicare almeno il 50% del tempo alle unità di business e l'altro 50% del tempo a studiare il mercato** e bisogna mantenere un costante allineamento con l'azienda madre e le proprie startup investite.

Dal punto di vista delle **aziende corporate** è emerso un modello vincente, sia rispetto alla cultura organizzativa sia rispetto alla performance del business, che prevede che i dipendenti che hanno promosso internamente una startup promettente e su cui l'azienda decide di investire possano **entrare nella società con una quota del 10-20%**, in modo da poter restare protagonisti del nuovo business che hanno contribuito a creare e da poter trarre benefici concreti dal loro approccio imprenditivo.



Nelle organizzazioni è inoltre importante stabilire una chiara metrica che indica il livello di raggiungimento degli obiettivi dei progetti di innovazione e che riguarda soprattutto il livello di ingaggio dei dipendenti che si riesce a raggiungere.

È anche emerso che le organizzazioni della *old economy*, quindi con business più tradizionali, non devono trascurare il proprio *business as usual*, cioè quello ordinario, bensì affiancare a quest'ultimo un nuovo "motore" che opera parallelamente per implementare processi e progetti di innovazione nell'organizzazione.


Per quanto riguarda invece le **corporate che operano in ambito tecnologico** è emerso che queste **pesano circa il 40% del fatturato dell'intera Europa** e quindi il loro interesse nel dotarsi di CVC ha un potenziale importante.

Nel fare business con le startup è importante per le aziende corporate definire come primo aspetto in maniera chiara la relazione e il ruolo di entrambe le parti. Un numero sempre maggiore di aziende corporate è disposto a lavorare con le startup e chiede loro di affiancarsi alle proprie unità di business, adattarsi al proprio contesto organizzativo e testarne rapidamente le tecnologie. Se poi si tratta di aziende quotate in borsa preferiscono che i loro investitori le vedano coinvolte in tutte queste attività; questo aspetto si rivela utile anche per la startup nell'ottica di future possibili operazioni.

Le **piccole e medie imprese** in questo contesto in evoluzione hanno un'occasione importante, perché si sta verificando una sorta di "democratizzazione" del corporate venture capital che si sta consolidando come meccanismo che oggi non possono permettersi solo le large corporation.

Dal mondo accademico è emerso che **il corporate venturing può arrivare a ridurre dalle 3 alle 5 volte i costi dei processi di innovazione** e ciò viene appunto a vantaggio anche delle organizzazioni di media grandezza e non solo delle grandi aziende.

Secondo alcune testimonianze dirette lo sviluppo interno di startup e prototipi deve essere visto come una modalità per sviluppare nuove tecnologie, nuove competenze e modalità di crescita, ricevendo feedback rapidi dai clienti e decidendo poi se implementare ed investire in quelle soluzioni. In questo modo si può scardinare quell'inerzia che tipicamente caratterizza le PMI e che le vede magari combattere ad armi impari con aziende straniere più grandi.



Un modello emergente segnalato dal mondo accademico, precisamente da **Josemaria Siota, Executive Director IESE**, e che può essere adottato sia da aziende corporate che PMI, riguarda la costituzione di **'corporate venturing squads'**, ovvero **piccoli gruppi di aziende (da 4 a 6) che uniscono le proprie forze per collaborare con una o più startup**, confrontarsi tra loro per dimostrare la fattibilità di un progetto, migliorare la propria value proposition e potenzialmente avere accesso a più mercati internazionali. Le aziende hanno così la possibilità di innovare in modo più rapido, diminuendo al contempo rischi e costi e collaborando anche con abilitatori.

Per una **startup** gli elementi di differenziazione fondamentali nel lavorare con un corporate venture capital sono l'accesso al mercato e al trasferimento tecnologico. È importante ribadire che stabilire un chiaro accordo con l'azienda con cui si collabora fin dall'inizio può evitare conseguenze indesiderate come eccessiva influenza sul prodotto o sulla sua strategia.

L'autonomia conferita ad una startup interna ne può determinare il grado di dipendenza. Al contempo quest'ultima deve essere allineata alle unità di business della corporate ed oggetto di una ponderata strategia di integrazione.

Queste buone pratiche scaturite dalle sessioni online appena concluse sono solo un'anticipazione delle **pillole formative** che verranno rilasciate sui canali di GELLIFY **fino al 24 novembre**: vi saranno tanti altri contributi da parte di speaker internazionali del calibro di quelli già intervenuti live.

GELLIFY lancia inoltre una survey internazionale rivolta esclusivamente a C-level di corporate venture capital che verrà elaborata dal team di analisti di GELLIFY ed i cui risultati confluiranno in un report internazionale sullo stato dell'arte del CVC che verrà distribuito entro il primo semestre del 2021.

Per ascoltare le **pillole formative di Corporate Entrepreneurship**:
<https://bit.ly/3plOP5F>

Per partecipare alla **survey internazionale sul Corporate Venture Capital**:
<https://bit.ly/2K5sw4d>



About GELLIFY

GELLIFY è una piattaforma di innovazione che connette le startup B2B ad alto contenuto tecnologico con le aziende tradizionali per innovare i loro processi, prodotti e modelli di business.

Con sede centrale in Italia e uffici in Spagna e negli Emirati Arabi Uniti, il successo dell'azienda si basa sul suo modello unico che infonde alle aziende le più avanzate tecnologie delle startup B2B e le competenze di GELLIFY. La piattaforma accompagna le startup dal loro stato embrionale "gassoso" o "liquido" ad uno stato "solido" affidabile e scalabile attraverso il suo programma di crescita esclusivo e proprietario, la "GELLIFICAZIONE". Questa crescita è finanziata attraverso investimenti intelligenti (smart), attuati da GELLIFY e dai suoi co-investitori.

GELLIFY ha inoltre creato una community dal nome 'EXPLORE' in cui imprenditori, innovatori e professionisti possono entrare in contatto su qualsiasi dispositivo digitale. Attraverso la app, scaricabile dall'[App Store](#) e da [Google Playstore](#), gli iscritti possono fare esperienze *phygital* che si alternano tra il mondo fisico e quello digitale, partecipare ad eventi, e infondere alle loro aziende le più avanzate tecnologie delle startup e le competenze di GELLIFY.

GELLIFY è costituita da 2 unità di business:

- GELLIFY for Startups, dedicata alla gellificazione delle startup che abbiano già espresso traction nel mercato; il programma di 'gellificazione' fornisce servizi più complessi di quelli di mentorship e di base per la creazione dell'azienda tipici degli incubatori. Ha una durata di 6-24 mesi e coinvolge tutte le aree dell'azienda.
- GELLIFY for Companies, focalizzata su servizi di open innovation alle PMI e alle large corporation, che vogliono costruire nuovi percorsi di business innovativi. La divisione è specializzata in corporate venturing, strategie per l'innovazione, digitalizzazione delle vendite e del marketing, industria 4.0 e digital operations, digitalizzazione e potenziamento della forza lavoro.

Partner di GELLIFY per il 2020 T.T. Tecnosistemi, azienda focalizzata in soluzioni informatiche avanzate, lo Studio di consulenza tributaria Pirola Pennuto Zei & Associati con il Partner Stefano Tronconi e l'Associate Partner Luca Neri e lo Studio legale Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners con il Partner Federico Dettori e l'Associate Rodrigo Boccioletti, nell'ambito delle attività della practice Gop4Venture.

Contatti GELLIFY

Corporate Communications

Daniela Abbondanza

Tel 342 0982305 • daniela.abbondanza@gellify.com

www.gellify.com

www.linkedin.com/company/gellify