

I QUADERNI DI

MATERIAS[®]

ideas come to life for a sustainable world

I PRIMI PASSI DI UNA STARTUP INNOVATIVA

a cura di

Intesa Sanpaolo Innovation Center S.p.A.

con il supporto del giornalista Federico Bandirali



6. A COSA SERVE L'ELEVATOR PITCH E COME STRUTTURARLO PER CATTURARE L'INTERESSE DEGLI INVESTITORI

Un elemento cruciale per le startup innovative è il pitch, conosciuto anche come elevator pitch: una breve presentazione del proprio progetto, prodotto o servizio, finalizzata a convincere un potenziale investitore in un lasso di tempo compreso tra 3 e 5 minuti. Ovvero il tempo di un breve viaggio in ascensore dal piano terra all'ufficio di un manager ai piani alti di un ipotetico grattacielo, nel quale lo startupper deve esporre gli aspetti salienti della sua realtà.

A differenza del business plan, il pitch è un documento più semplice da aggiornare e presenta un formato agile e diretto, sintetizzando l'essenza del proprio progetto in poche parole per intercettare l'interesse dei potenziali investitori. Inoltre, il pitch può essere considerato come una sorta di un biglietto da visita della startup aggiornato: un valido strumento per presentare il proprio progetto e la propria startup a tutti gli stakeholder esterni, come dipendenti, fornitori e partner chiave.

Infatti, un pitch efficace consente di comunicare in modo semplice, rapido e coinvolgente il valore aggiunto dell'idea imprenditoriale, convincendo così gli investitori a credere nel progetto. La struttura del pitch deve essere ordinata e sintetizzata in un documento condiviso da tutto il team, offrendo una visione realistica della startup che funga presentazione per gli stakeholder esterni e da "bussola" per il team della giovane realtà imprenditoriale innovativa.

Per creare un pitch vincente è fondamentale dedicare attenzione alla slide introduttiva che si configura come una sorta di biglietto da visita, in modo da dare una buona prima impressione per costruire una relazione con il potenziale investitore. In particolare, il Summary (copertina) iniziale deve includere il nome della società (preferibilmente evocativo), un logo, una frase di accompagnamento e i contatti. Il tono di voce deve essere professionale per trasmettere credibilità.

Dopo la copertina, è essenziale esporre la soluzione o il prodotto. A differenza di quanto la teoria riporta, minore è il tempo a disposizione per

la presentazione maggiore assume la priorità di presentare la soluzione o il prodotto come primo elemento del pitch. Viene stimato che dopo il primo minuto l'interlocutore perde l'attenzione sul presentatore ed è pertanto necessario far capire subito in cosa consiste la proposizione.

Successivamente, si passa alla descrizione dei benefici, così come i vantaggi tecnologici (sia di prodotto che di mercato), come risoluzione di problemi rilevati dal mercato e che i competitor non ancora risolvono. Se possibile, è anche opportuno mostrare un'immagine del prototipo o dell'MVP del prodotto o del servizio, illustrando i possibili casi d'uso.

La slide seguente deve indicare i risultati raggiunti fino a quel momento, dimostrando all'investitore che la startup ha sì bisogno del suo aiuto, ma ha già fatto molto da sola. Si parlerà quindi del processo di sviluppo del prodotto/servizio, delle eventuali assunzioni (specificando il numero di dipendenti), del fatturato (se disponibile), delle metriche operative e dei clienti principali. Inoltre, la data di costituzione della società e le eventuali partnership già realizzate possono fornire ulteriori informazioni utili per "inquadrare" la startup.

Il passo successivo riguarda l'analisi di mercato, poiché per convincere gli investitori è importante dimostrare il potenziale economico della startup attraverso una slide dedicata al "market size" e all'analisi dei competitor. I dati di mercato possono riguardare il TAM, il SAM e il SOM (Serviceable Obtainable Market).

Fatto ciò, si procede con la presentazione del modello di business che descrive come l'organizzazione intende generare ricavi con il proprio prodotto o servizio. In poche slide, è necessario presentare la strategia per realizzare l'idea di business e i relativi guadagni. L'obiettivo è quello di convincere gli investitori che il progetto è attuabile e profittevole, in quanto risponde a bisogni insoddisfatti dei segmenti di clientela targettizzati.

Qualora non sia stata inclusa nella presentazione, dopo il modello di business si può predisporre una slide dedicata al prodotto/servizio della startup, in cui inserire le informazioni più rilevanti (configurazione,

funzionalità, caratteristiche, architettura, presenza di brevetti, ecc..) e la roadmap di sviluppo. Mantenere un tono professionale in tutto il pitch è fondamentale per trasmettere sicurezza e affidabilità ai potenziali investitori.

A seguire, è importante dedicare una sezione al team includendo una foto del gruppo e fornendo i nomi e i relativi ruoli. In questa fase, è importante anche includere l'organigramma societario e la quota di partecipazione al capitale sociale, al fine di mostrare chi controlla la startup, nonché i membri dell'advisory board se esistente (non fosse, è opportuno crearlo). Nonostante sia sottovalutata, la presentazione del team rappresenta un aspetto cruciale per gli investitori e, pertanto, è vitale evidenziare chi sono i membri e quali risultati hanno conseguito nelle loro esperienze professionali.

Nel processo di creazione del pitch, non si può trascurare la sezione finanziaria. Sono necessari i "Financials" per fornire una panoramica sulla situazione economica della startup, da esporre durante la presentazione. Tra le voci da includere nel pitch non possono mancare la quantificazione economica dei ricavi, il margine operativo lordo (EBITDA), il risultato operativo prima della deduzione degli oneri finanziari e delle imposte (EBIT), la P&L, la Balance Sheet e il Cash Flow. Infine, è importante non trascurare i costi del personale, quelli per il marketing e quelli operativi.

Per concludere un pitch di successo è imprescindibile includere l'Investment Proposition: una slide in cui viene indicata la somma di denaro necessaria per avviare o far crescere la propria startup. Nel richiedere un finanziamento è importante essere trasparenti e inserire una "call to action" ben definita, esplicitando come saranno utilizzati i nuovi capitali. L'Investment Proposition, seppur imprescindibile, può essere presentata in un secondo momento con un breve accenno nel pitch qualora si ritenga opportuno affrontare questo aspetto cruciale in modo approfondito, dopo aver presentato al meglio e l'idea di business della startup innovativa.