

SIMPOSIO
“Ricerca e imprenditorialità
Misure a sostegno delle PMI”

CENTRO PROMOZIONE START-UP

Lugano, 20 ottobre 2004

PROMOTORE E OBIETTIVI

Promotore

Fondazione per le Facoltà di Lugano dell'USI
in collaborazione con USI, SUPSI e KTI/CTI Start-up (Agenzia federale per il
promovimento dell'innovazione)

Obiettivi

Fornire assistenza a laureati svizzeri ed esteri che intendono trasformare un'idea
innovativa o un progetto in attività imprenditoriale aiutandoli:

- a definire l'idea, a valutare rischi e opportunità fino a trasformarla in progetto
- a sviluppare uno studio di fattibilità (Business Plan) solido ed efficace
- ad ampliare la gamma di soluzioni possibili ai problemi che si incontrano
- accompagnandoli sia nella fase di avvio, sia in quella di sviluppo e consolidamento del progetto

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE.START-UP

2

BREVE DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

FASE 1: Concezione/Gestazione del progetto

In questa prima fase, si tratta di:

- Valutare l'idea/progetto promossa/o dal potenziale imprenditore e del livello di maturazione raggiunto dalla stessa
- Allestire il profilo del candidato potenziale imprenditore, individuando segnatamente il livello della formazione acquisita e le sue conoscenze nel campo del Management
- Fornire eventuali indicazioni per l'allestimento del Business Model e del Business Plan
- Stipulare l'elenco dei necessari approfondimenti da effettuare
- Valutare se il progetto rientra fra quelli (con alto contenuto innovativo nel campo delle biotecnologie, nanotecnologie e settore IT) che possono essere sottoposti al "CTI-Start-up" (Agenzia federale per il promovimento dell'innovazione) per un esame di merito volto ad ottenerne il marchio di qualità.

Già in questa prima fase è possibile fare una prima selezione e, in particolare, intravedere se vale la pena approfondire ulteriormente con il potenziale imprenditore l'idea o il progetto presentato.

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE.START-UP

3

BREVE DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

FASE 2: Analisi del Business Model e del Business Plan

Elaborazione e analisi di Business Model e Business Plan.

In questa fase, a dipendenza del settore nel quale si situa il nuovo prodotto/servizio, la solidità del Business Model e del Business Plan potrà essere approfondita e meglio vagliata con un centro di competenza esterno, prioritariamente presso l'USI o la SUPSI e, se necessario, anche presso specialisti esterni (attivazione della rete dei Centri di competenze).

Al termine di questa fase, il progetto verrà presentato alla "Commissione di esperti", cui competerà pronunciarsi circa l'appoggio al progetto del Centro nelle successive fasi.

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE.START-UP

4

BREVE DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

FASE 3: Lancio del progetto

In questa fase, il Centro, se necessario, segnala al potenziale nuovo imprenditore le possibilità di ricorrere agli incentivi proposti dal Cantone (SPE) e dalla Confederazione (Seco), alle forme di finanziamento proposte dagli istituti bancari e dalle Società di capitale rischio.

Si valuta altresì l'opportunità di segnalare il progetto all'una o all'altra Fondazione che premia, con la concessione di incentivi finanziari, con la partecipazione al capitale azionario o con altre forme di sostegno, i migliori progetti innovativi (es. Fondazioni De Vigier, Gebert Ruff, ...).

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE.START-UP

5

BREVE DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ

FASE 4: Realizzazione del progetto

Una volta assicurato il finanziamento del progetto, occorrerà (se non è ancora stato fatto):

- costituire la società e procedere a tutte le necessarie pratiche amministrative
- definire la data d'inizio dell'attività
- trovare gli spazi necessari
- acquistare il materiale e l'equipaggiamento necessari
- assumere il personale, ecc.

In questa fase, competerà al Centro indirizzare il novello imprenditore presso gli specialisti in grado di assisterlo nelle varie fasi realizzative (attività di intermediazione).

FASE 5: Consolidamento e sviluppo del progetto

Coaching / Accompagnamento durante i primi due/tre anni.

Questo compito potrà essere svolto, a dipendenza del tipo di azienda, dal Centro o da uno specialista esterno.

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE.START-UP

6

ORGANIZZAZIONE

Sede:

c/o Fondazione per le Facoltà di Lugano dell'USI
Via Buffi 13
6900 Lugano

Coordinatore

Lic. rer. pol. Roberto Poretti – Poretti Consulting, Lugano

Persone di riferimento nei singoli Atenei

USI: Ing. Umberto Bondi – Program Manager Istituto ALARI
SUPSI: Lic. oec. publ. David Fischbach – Team Servizio ricerca USI/SUPSI

Commissione di esperti

Dr. Fulcieri Kistler (Presidente), Dr. Adriano Cavadini, Prof. Gianluca Colombo, Ing. Alberto De Lorenzi, Prof. Giuseppe Serazzi.

Sito web

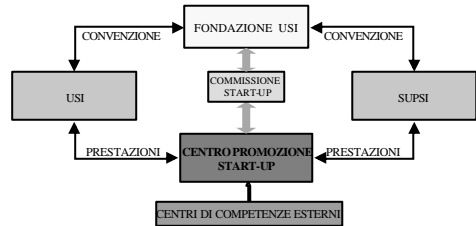
www.cpstartup.ch

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE START-UP

7

SCHEMA STRUTTURALE DEL « CENTRO PROMOZIONE START-UP »



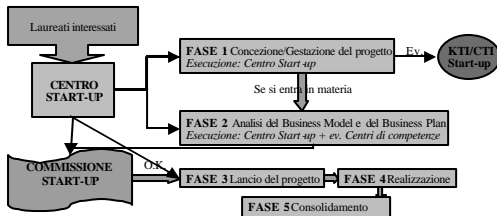
Per es. KTI/CTI Start-up, Associprofi, Biopolo, SPE, Banca Stato, OSEC, Fondazioni, ecc.

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE START-UP

8

SCHEMA FUNZIONAMENTO « CENTRO DI PROMOZIONE START-UP »



FASE 1 + 2: tutti i costi a carico del Centro di promozione Start-up
FASE 3 + 4 + 5: consulenza Centro di promozione Start-up/costi a carico del Centro
consulenza di Centri di competenze esterni: costi a carico dell' "utente"

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE START-UP

9

BILANCIO INTERMEDIO AL 30 SETTEMBRE 2004

Inizio attività

Metà maggio 2004 (3 maggio 2004: conferenza stampa di presentazione)

Richieste di assistenza pervenute e trattate dal coordinatore

- 11 di cui
- > 3 incanalate verso altre istituzioni
 - > 1 segnalata a KTI/CTI Start-up
 - > 6 attualmente in FASE 2 (elaborazione BP)
 - > 1 in FASE 3 (approvata da Commissione di esperti)

Richieste non ancora trattate dal coordinatore (pre-esame c/o Antenne USI e SUPSI)

- 12 di cui almeno la metà con buone prospettive (progetti innovativi)

20ottobre2004

CENTRO PROMOZIONE START-UP

10