

L'ECOSISTEMA PER LO SVILUPPO DELLE START-UP IN CAMPANIA

**Il contributo del progetto
AGRIFOTOI**

**A cura di
Federico Alvino
Laura Martiniello**



Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.

La presente pubblicazione è stata realizzata con il cofinanziamento dell'Unione Europea, dallo Stato Italiano e dalla Regione Campania, nell'ambito del

Progetto AGRIFOTOI CUP: B69J19000550007 CML: 19097AP000000013.
“Agrifood e Turismo: percorsi di Open Innovation nell'Ecosistema Imprenditoriale Campano”

POR Campania FSE 2014-2020 ASSE III Ob. Sp. 14 Azioni 10.4.2 - 10.4.3-10.4.4
“Misure di rafforzamento dell'Ecosistema innovativo della Regione Campania.

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

L'ECOSISTEMA PER LO SVILUPPO DELLE START-UP IN CAMPANIA

**Il contributo del progetto
AGRIFOTOI**

**A cura di
Federico Alvino
Laura Martiniello**

FrancoAngeli

Isbn: 9788835164968

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

INDICE

Premessa (Alvino)	pag.	7
Introduzione (Alvino)	»	11
1. L’ecosistema delle start up in Italia (Zilli/Santoro/Micozzi/Alvino)	»	15
1.1. L’ecosistema imprenditoriale (Giannetti e Micozzi)	»	15
1.2. L’identificazione delle opportunità e delle minacce del contesto economico-territoriale (Giannetti e Micozzi)	»	21
1.3. L’analisi del settore agrifood e turismo nella Regione Campania (Santoro)	»	27
1.4. Il ruolo degli incubatori/acceleratori di impresa per lo sviluppo imprenditoriale in Italia (Fioravanti)	»	34
1.5. Dalla business idea al business model (Zilli)	»	37
1.6. Problematiche e soluzioni per startup innovative e responsabili (Zilli)	»	45
2. Il progetto AGRIFOTOI (D’Amore/Di Vaio/Martiniello)	»	49
2.1. Gli obiettivi del progetto (Di Vaio)	»	49
2.2. Il ruolo dei partner del progetto (Di Vaio)	»	53
2.2.1. Università Parthenope (capofila)	»	54
2.2.2. Universitas Mercatorum	»	56
2.2.3. Digital Magics SpA	»	56
2.2.4. Ri.For.Med Srl	»	57
2.3. Il ruolo della formazione imprenditoriale nell’ambito del progetto AGRIFOTOI (D’Amore)	»	58

2.4. Il ruolo dell'incubatore Digital Magics nel progetto Agrifotoi: e fasi di co-design e accelerazione d'impresa (Alberto Fioravanti)	»	62
2.5. Il trasferimento della conoscenza e l'importanza della formazione per lo sviluppo imprenditoriale sostenibile e responsabile (Martiniello)	»	65
2.6. Il ruolo delle aziende madrine per la realizzazione del PoC (Martiniello)	»	69
2.7. Le imprese vincitrici ed il loro percorso imprenditoriale per l'ecosistema imprenditoriale campano	»	72
2.7.1. Il caso Archimede (Zilli)	»	74
2.7.2. Il caso Enismaro (Zilli)	»	76
3. La valutazione dell'innovatività delle Startup (Zilli)	»	79
3.1. Importanza dell'innovazione per l'economia e lo sviluppo d'impresa	»	83
3.2. Importanza dell'innovazione nel mercato dell'agrifood ed il ruolo delle Startup	»	91
3.3. ICEBERG X [®] per lo scouting del livello d'innovazione delle imprese	»	95
3.4. Risultati ottenuti nella valutazione delle 8 startup partecipanti	»	97
3.5. Considerazioni sull'efficacia della strategia di open innovation	»	120
Collaborare con le startup: la chiave per l'Open Innovation	»	128
Bibliografia	»	129

PREMESSA (Alvino)

Il presente lavoro nasce a valle dell'esperienza maturata nell'ambito del progetto AGRIFOTOI – “Agrifood e Turismo: percorsi di Open Innovation nell'Ecosistema Imprenditoriale Campano”, finanziato dalla Regione Campania, nell'ambito del POR CAMPANIA FSE 2014 – 2020 Asse III, OB.SP.14 Azione 10.4.2 Avviso pubblico: Misure di rafforzamento dell'ecosistema innovativo della Regione Campania.

Scopo del progetto era quello di sviluppare percorsi di open innovation volti a favorire la creazione di un ecosistema per l'innovazione imprenditoriale nell'ambito dei settori agrifood e turismo, trainanti per l'economia campana. Tale obiettivo è stato perseguito, in primo luogo, attraverso un percorso di formazione imprenditoriale rivolto a studenti, neo-laureati e start up che mirava alla creazione e allo sviluppo di una cultura imprenditoriale, indispensabile per l'avvio e lo sviluppo di nuovi business, in secondo luogo, attraverso la progettazione e realizzazione di due percorsi di co-design e business acceleration, volti a fornire una risposta ad alcune delle esigenze di innovazione manifestate da aziende mature operanti nei settori suddetti. Questi percorsi hanno consentito di trasformare due idee innovative, sviluppate da start up selezionate che hanno partecipato al percorso di formazione prima e di business acceleration poi, in prodotti in grado di offrire una risposta ad alcune delle esigenze di innovazione manifestate dalle aziende madrine, partner del progetto.

Questi obiettivi sono stati resi possibili grazie alla collaborazione virtuosa tra due Università, l'Università degli Studi di Napoli Parthenope e l'Università Mercatorum, piccole e grandi aziende campane e Digital Magics S.p.A., un incubatore d'impresa certificato.

Il ruolo delle Università è stato non solo quello di offrire un percorso di formazione imprenditoriale a giovani studenti e neolaureati su come trasfor-

mare una business idea in un'azienda di successo, ma anche quello di diffondere e sviluppare i principi e gli strumenti per una cultura d'impresa etica e sostenibile. Corporate Social Responsibility, Green economy e Agenda 2030 sono solo alcuni dei temi che sono stati affrontati nel corso dei 24 seminari svolti presso la sede dell'Università Parthenope, seguiti da altri temi dal contenuto più pratico, svolti da Mercatorum e volti a fornire le competenze per l'avvio di una nuova iniziativa imprenditoriale.

L'idea di fondo è stata quella di creare un ecosistema volto a favorire la generazione di nuove conoscenze finalizzate all'arricchimento del bagaglio culturale ed esperienziale del capitale umano, al fine di sviluppare non solo competenze tecniche, ma anche soft skills innovative, funzionali all'innovazione e alla competitività del sistema imprenditoriale della regione Campania.

Nel loro percorso le start up sono state guidate da Digital Magics S.p.A., incubatore certificato d'impresa, partner dell'iniziativa, che con il suo team di esperti dotati di lunga e comprovata esperienza in programmi di accelerazione, hanno affiancato le aziende passo dopo passo nella definizione del Proof of Concept (PoC), prima, e nella costruzione del loro business, poi. Le start up sono state affiancate inoltre dalle aziende madrine, Mastroberardino e Tenuta Sant'Agostino, che hanno guidato le start up nella realizzazione di un prodotto e servizio in grado di offrire una risposta alle loro esigenze di innovazione. Le start up hanno avuto l'opportunità di testare i loro prototipi presso le aziende madrine, raccogliendo dati e feedback utili alla definizione dei loro prodotti e servizi, in modo da poterli rendere accattivanti e funzionali alle esigenze concrete delle aziende operanti nei settori agrifood e turismo.

Il percorso di open innovation, reso possibile dalla connessione tra start up e aziende madrine, rappresenta una delle leve strategiche per favorire non solo la nascita, ma l'ingresso e il consolidamento nel mercato di nuove start up e nuovi business imprenditoriali. Infine, nella fase conclusiva del progetto, durato oltre 1 anno, le start up hanno avuto l'opportunità di presentare le loro business idea, nel frattempo divenute concrete, a una platea variegata di investitori, potenzialmente interessati a finanziare la loro idea.

I risultati raggiunti da questo progetto sono stati raccolti all'interno di questo libro dai soggetti che hanno partecipato attivamente alle attività di ideazione, progettazione, realizzazione della formazione, e affiancamento alle start up per lo sviluppo delle loro idee imprenditoriali.

L'intento del presente volume è quello di fornire un contributo alla diffusione dei risultati ottenuti dal progetto AGRIFOTOI, nella consapevolezza dell'importanza che riveste l'esperienza maturata nell'ambito di percorsi di open innovation per lo sviluppo degli ecosistemi imprenditoriali e per la

diffusione della cultura d'impresa il cui ruolo non si limita all'avvio di nuovi business, ma anche al miglioramento di quelli già esistenti.

La ricchezza dell'esperienza maturata dagli studenti e start up in questo percorso è maggiore rispetto a quanto ciascuno di noi ha potuto riflettere nella sua analisi. La speranza tuttavia è quella di offrire uno stimolo all'avvio di percorsi simili e alla diffusione dell'importanza che rivestono i programmi di open innovation per la competitività di un sistema produttivo.

Sebbene questo lavoro sia frutto di un progetto comune, ogni autore è responsabile del contenuto del proprio contributo.

Federico Alvino

INTRODUZIONE (Alvino)

Per le aziende moderne, l'innovazione e la sostenibilità rappresentano obiettivi cruciali, fondamentali per adattarsi alle mutevoli esigenze del mercato e creare valore a lungo termine. L'innovazione stimola la creazione di nuove idee, prodotti, servizi e altro ancora, mentre la sostenibilità mira a minimizzare l'impatto ambientale e creare le condizioni per un migliore benessere sociale attraverso la promozione di pratiche responsabili. Tuttavia, portare avanti iniziative di innovazione e sostenibilità può richiedere notevoli investimenti in termini di tempo e risorse che potrebbero essere un ostacolo per alcune aziende. Fortunatamente, si delineano nuovi approcci che non solo mitigano i rischi e accelerano il processo, ma riducono allo stesso tempo lo sforzo richiesto. Queste nuove modalità di applicare innovazione e sostenibilità consentono di ottenere risultati concreti ed efficaci in tempi più rapidi e a costi ragionevoli. Parliamo di metodologie che si alimentano della necessità delle grandi aziende, spesso percepite come soggetti rigidi, di abbracciare l'innovazione, rivolgendosi alle giovani imprese, più agili e creative, al fine di trovare soluzioni innovative in risposta ai reali bisogni del mercato. Parallelamente, le imprese nascenti necessitano di un ambiente protettivo, un vero e proprio incubatore, che favorisca la loro crescita e rafforzamento nel panorama imprenditoriale. Tali dinamiche stanno determinando una profonda trasformazione all'interno delle organizzazioni e nei loro rapporti con l'esterno, plasmando così un nuovo approccio strategico e culturale. Le imprese, per creare più valore e competere meglio sul mercato, scelgono di ricorrere non solo a idee e risorse interne, ma anche a idee, soluzioni, strumenti e competenze tecnologiche provenienti dall'esterno. In particolare, si rivolgono a università, istituti di ricerca, startup, incubatori e acceleratori d'impresa, fornitori e altre organizzazioni coinvolte nella loro attività di business.

Il concetto secondo il quale un'azienda può integrare le innovazioni disponibili sul mercato nel proprio modello di business è comunemente noto come "open innovation". Questo approccio favorisce un time to market più veloce, conferendo maggiore competitività, non a chi produce al proprio interno le migliori innovazioni, ma a coloro che riescono a creare prodotti e servizi innovativi ottimizzando sia ciò che proviene dall'interno, sia ciò che può essere ottenuto dai player esterni all'azienda.

L'Open Innovation rappresenta dunque un paradigma rivoluzionario che riscrive le regole della cultura aziendale e della crescita economica nel XXI secolo. Come accennato, questo modello di innovazione aperta si basa sul principio che le idee e le soluzioni possono e devono fluire oltre i confini di un'organizzazione, coinvolgendo una rete più ampia di partecipanti per accelerare lo sviluppo e l'implementazione di nuove tecnologie e servizi. Si tratta di un approccio che valorizza la condivisione e la collaborazione, contrapposto alla segretezza e all'isolamento del modello di R&D tradizionale.

Il progetto AGRIFOTOI, frutto della sinergia tra l'Università degli Studi di Napoli Parthenope, Digital Magics, Universitas Mercatorum e Riformed S.r.L., è un esempio emblematico dell'applicazione di questo approccio nel tessuto economico e culturale della Campania. Insieme, questi attori hanno creato un terreno fertile per l'innovazione nell'agroalimentare e nel turismo, settori chiave per l'economia regionale. Questo libro documenta il percorso intrapreso da AGRIFOTOI, esplorando come l'Open Innovation possa stimolare la crescita economica e favorire la sostenibilità. Attraverso l'esame di casi di successo e la riflessione sui momenti di difficoltà, il report offre uno sguardo approfondito su come la collaborazione tra diversi stakeholder possa generare nuove opportunità e possa contribuire ad affrontare efficacemente le sfide del mercato. La storia di AGRIFOTOI è anche la storia delle persone che hanno creduto e investito in questa visione: le menti curiose degli studenti universitari, l'esperienza pratica degli imprenditori, l'entusiasmo innovativo degli startupper e la visione strategica dei manager. La convergenza di queste diverse prospettive e competenze ha creato un ecosistema dinamico in cui le idee possono prosperare e le soluzioni innovative possono essere testate e rese tangibili. In queste pagine, AGRIFOTOI si rivela non solo come un progetto di successo, ma come un manifesto di una filosofia operativa che può essere adottata da altre realtà imprenditoriali. Con l'obiettivo di diventare una best practice e stimolare allo stesso tempo una riflessione critica, il libro si focalizza sui dettagli delle metodologie di open innovation, sull'utilizzo di strumenti innovativi di analisi spinta, come Iceberg X e sul valore del lavoro condiviso nel tentativo di superare le barriere tra ricerca accademica e mercato reale. L'operazione AGRIFOTOI, attraverso la

lente dell'Open Innovation, sottolinea il valore intrinseco della cooperazione e del trasferimento di conoscenze tra diversi ambiti della società. La sinergia tra istituzioni educative, imprese e nuovi imprenditori è emblematica dell'approccio sistemico necessario per affrontare le sfide dell'innovazione e della sostenibilità. Questa iniziativa incarna un modello in cui la condivisione di risorse intellettuali si traduce in vantaggi collettivi, evidenziando come il progresso tecnologico e sociale sia intrinsecamente legato al tessuto relazionale e culturale in cui si sviluppa.

1. L'ECOSISTEMA DELLE START UP IN ITALIA (Zilli/Santoro/Micozzi/Alvino)

1.1. L'ecosistema imprenditoriale (Giannetti e Micozzi)

Negli ultimi decenni l'imprenditorialità è divenuta oggetto di ampio dibattito sulle parabole innovative e capacità di generare “valore aggiunto” in Europa e nel mondo. Iniziative imprenditoriali, concentrate in precisi luoghi geografici, sono divenute, in alcuni precisi luoghi geografici, storie di un successo talmente profondo da cambiare la morfologia socioeconomica dei territori dove sono nate.

La metafora biologica ha portato a definire tali sistemi come “ecosistemi imprenditoriali” per la loro capacità di spiegare come l'emergere d'imprenditorialità di successo avvenisse in determinati luoghi, dotati di una serie di elementi distintivi in merito ad apparato istituzionale, a livello di relazioni, cultura d'impresa, capitali e servizi dedicati alle imprese.

Il progetto AGRIFOTOI ha riguardato la formazione di nascenti imprenditori sui settori dell'agrifood e del turismo nella Regione Campania.

I nascenti imprenditori hanno seguito delle lezioni teoriche e esperienziali. Alla fine del percorso, 2 start up sono state selezionate per passare alla fase successiva del progetto: un percorso di Co-design e-Business acceleration, con il supporto di Digital Magics.

Il progetto ha dimostrato come una conditio sine qua non per la creazione e il successivo sviluppo delle aziende innovative sia la creazione di un ecosistema dell'innovazione e dell'imprenditorialità virtuoso.

Un ecosistema imprenditoriale è un'entità dinamica che si evolve nel tempo, composta da attori vari e interconnessi (ad esempio, imprenditori, istituzioni e organizzazioni) e altri elementi (ad esempio, mercati, regole e leggi, professionisti, cultura imprenditoriale). Attori ed elementi coesistono e interagiscono continuamente, dando origine a diverse relazioni reciproche.

Il termine ecosistema è stato mutuato dalle scienze biologiche che studiano sistemi viventi complessi e interconnessi.

Un ecosistema imprenditoriale può essere, quindi, definito come una comunità interattiva all'interno di un'area geografica definita, composta da attori vari, interdipendenti e interconnessi sia potenziali sia esistenti (ad esempio imprenditori, istituzioni e organizzazioni) e fattori (ad esempio mercati, quadro normativo, professionisti, cultura imprenditoriale), che si evolve nel tempo e i cui attori e fattori coesistono e interagiscono formalmente e informalmente per promuovere la creazione di nuove iniziative imprenditoriali all'interno del contesto imprenditoriale locale.

In una società che si evolve, in cui tecnologia e globalizzazione stanno cambiando gli scenari, le PMI necessitano di capire dalle start-up come innovarsi o, forse, capire come tornare a fare “impresa”, questo va anche sotto il nome di “Re-startup”. Fenomeno ancora poco analizzato ma che deve far riflettere sulla realtà che il nostro Paese sta vivendo: in Italia molte piccole aziende pur dotate di tecnologia e Know-how esclusivi, sono in crisi, e molte di esse sono destinate a chiudere. Quali le cause? Potrebbero essere imputabili a diversi fattori: difficoltà di ottenere, in tempi brevi, credito dalle banche o dagli investitori; incapacità della famiglia, il più delle volte proprietaria dell'azienda, nel rinnovare la governance; o, infine, le neoimprese, non di rado a carattere familiare, non sono ben managerializzate.

Le imprese italiane devono accettare una sfida e cioè trovare la forza per ripensarsi completamente e ridisegnare il proprio modello di impresa. Nella società contemporanea si parla tanto di “innovazione” tema quasi abusato dimenticando forse che non sempre tanta tecnologia si traduce in vera innovazione se contemporaneamente non si agisce sul modello di business e sulla struttura organizzativa. Le stesse start-up innovative lo sono non solo perché fanno cose nuove ma, anche e soprattutto, perché fanno cose in modo nuovo applicando nuovi paradigmi e nuova filosofia dell'imprenditorialità. È pur vero però che, alcune volte, le start-up di innovativo hanno solo la veste formale. Studi recenti hanno dimostrato che le start-up italiane non si comporterebbero da start-up innovative semplicemente perché, nonostante rispondano ai requisiti larghi richiesti dalla normativa, in realtà sono per la maggior parte, microimprese¹. I nuovi modelli di impresa proiettata nel futuro richie-

¹ Dall'economia aziendale (Marchini I.,1995, *Il governo delle piccole imprese, vol. I, Le basi delle conoscenze* e dalla Commissione UE (2003) *il concetto di microimpresa* è limitato a quelle imprese che hanno un numero di dipendenti inferiore a 10. Si noti che ad altri fini e cioè quello dell'emanazione del provvedimento di sospensione attività per lavoro irregolare, l'art. 14, co. 4, D. Lgs. 81/2008 e s.m.i., restringe il campo di applicazione, infatti, ne sono

dono di scomparire ciò che si è fatto negli anni passati e di imparare un nuovo modo di rapportarsi col mercato e con la produzione. Lo scenario dell'imprenditoria italiana, tuttavia, dimostra che spesso l'imprenditore teme il cambiamento e soprattutto il cambiamento radicale, preferisce guardare al futuro della propria impresa con occhi indulgenti verso sé stesso ed essere ottimista come un buon padre di famiglia, assume spesso un atteggiamento conservativo, rifugiandosi nell'illusione che per crescere sia sufficiente attendere che passi la crisi o, nella migliore delle ipotesi, ottimizzare la gestione attuale. In questo senso, è difficile che un imprenditore riconosca l'obsolescenza di una strategia o di un modello di business, questo soprattutto se il suo passato è costruito da una storia di successi per sé stesso e la sua famiglia. La strada più semplice per l'imprenditore sembra rimanere chiuso in un forte immobilismo nonostante forti segnali di difficoltà finanziaria.

L'esperienza insegna che l'unica strada per affrontare un cambiamento radicale è quello di crescere insieme, imparando gli uni dagli altri; e sfruttando le relazioni con i soggetti dell'ecosistema imprenditoriale² che può essere definito come una comunità interattiva all'interno di un'area geografica ben definita³, composta da vari attori sia potenziali sia esistenti (come imprenditori, istituzioni, etc.), tra loro interconnessi e da fattori (come mercati, professionisti, quadro normativo etc.) interdipendenti che sono governati in modo tale da consentire l'imprenditorialità produttiva⁴. L'importanza dell'Ecosistema risiede nella circostanza che i vari attori e fattori coesistono

esonerate solo le microimprese, questa volta intendendosi per tale quelle imprese che hanno in organico 1 dipendente.

² Stam, E. and de Ven, 2021. "Entrepreneurial ecosystem elements, Small Business Economics"; Stam, E. (2015), "Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23 (9), 1759-1769.

³ Denominati anche ecosistemi per la creazione d'impresa o per l'imprenditorialità. È da notare che il processo di imprenditorialità non si limita al settore for-profit ma coinvolge anche protagonisti del settore pubblico e no-profit. La prima componente del termine "ecosistema" prende a prestito dalla biologia, dove ecosistema (sistema ecologico) è stato definito come una comunità biotica al suo ambiente fisico e tutte le interazioni possibili nel complesso delle componenti viventi e non viventi. La seconda componente del termine e cioè "imprenditorialità" sta a indicare un processo in cui le opportunità per la creazione di nuovi beni e servizi vengono valutate e utilizzate. Spesso l'approccio restringe il campo di questa imprenditorialità alle start-up ad alta crescita, sulla base della considerazione che questo tipo di imprenditorialità è un importante fonte di innovazione, crescita della produttività e occupazione.

⁴ Stam, E., 2015. "Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23 (9), 1759-1769. L'autore insieme a Spigel dà una definizione di ecosistema che è tra le più comuni e completa e cioè «un insieme di attori e fattori interdipendenti coordinati in modo da consentire la produttività imprenditoriale all'interno di un determinato territorio». Stam, E., & Spigel, B. (2018). "Entrepreneurial ecosystems. In R. Blackburn, D. de Clercq, & H. Heinonen (Eds.), *The Sage Handbook of Small Business and Entrepreneurship* (pp. 407-422). London: Sage.

e interagiscono per promuovere la creazione di nuove iniziative imprenditoriali all'interno dell'area geografica considerata.

Il concetto di Ecosistema imprenditoriale⁵ è mutuato dalle scienze sociali nel 1993 grazie al contributo di Moore,⁶ a distanza di oltre un ventennio Maleki⁷ ha suggerito di considerare un'impresa “non come un singolo settore ma come parte di un ecosistema imprenditoriale”. Tuttavia, le linee fondamentali alla base degli entrepreneurship ecosystem si sono sviluppate verso gli anni Ottanta e Novanta, come parte di un cambiamento degli studi sull'imprenditorialità che vedono l'imprenditore non più come individuo ma in una prospettiva più ampia che tiene conto dell'influsso esercitato da varie forze sociali, culturali ed economiche nel processo imprenditoriale. Si deve a Daniel Isenberg⁸ nel 2011 la definizione di “Ecosistema Imprenditoriale”; si può considerare un pioniere nel concetto e nello sviluppo di ecosistemi imprenditoriali, ha condotto ricerche e contribuito a formulare politiche nel campo di un ecosistema imprenditoriale, pubblicando oltre 30 articoli sull'imprenditorialità nella Harvard Business Review. L'autore elabora un modello complesso e descrive come poter creare un contesto dinamico e favorevole alla crescita ed allo sviluppo di un ecosistema imprenditoriale che ha al centro l'imprenditorialità (entrepreneurship)⁹ e intorno sei domini quali:

- Politica, e cioè sostegno da parte dell'Amministrazione e degli enti pubblici, sia a livello legislativo che di creazione di regolamenti che favoriscano l'attività imprenditoriale;

⁵ Il concetto di “ecosistema” è stato introdotto per la prima volta (1930) dal botanico britannico Arthur Roy Clapham che si occupò delle interrelazioni fra gli organismi viventi e il loro ambiente, all'interno dell'ecosistema poi usato da Tansley nel 1935 ed ha acquisito valore in seguito. Tansley A. G., 1935 “The use and abuse of vegetational concepts and terms. Ecology” 16(3), 284-307, l'articolo venne pubblicato dalla rivista Ecology.

⁶ Moore J. F., 1993, “Predators and prey: A new ecology of competition. Harvard Business Review,”1993, 71 (3), 75-86, che lo descrive << come una comunità economica supportata da interazioni individuali e organizzazioni, composta da differenti tipi di specie come gli attori del mercato, il governo, i clienti, i competitors e altri stakeholder>>.

⁷ Maleki E.J., 2018, “Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. Geograpy compass, 12(3), e12359.

⁸ Isenberg D.J., 2011. “The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Babson College” (Available on line at <http://entrepreneurial-revolution.com/>).

⁹ Nell'ecosistema imprenditoriale, l'imprenditore è al centro del concetto. L'imprenditorialità non è solo un risultato ma anche un input importante essendo l'imprenditore un attore chiave che forma il sistema e lo tiene in salute. Ai sistemi tradizionali che si focalizzano sulla conoscenza tecnologica e di mercato se ne aggiunge un terzo e cioè la “conoscenza dell'imprenditorialità”.

- Mercati, e quindi creazione di reti di imprenditori, esistenza di primi clienti che testano prodotti beta come primi utilizzatori e da cui ricevere un feedback;
- Finanza, accesso facile e veloce ai finanziamenti, sia bancari sia di privati;
- Capitale Umano: Istituzioni Educative, Università e formazione per imprenditori;
- Supporto, comprendendo tutti quei servizi, risorse e iniziative a sostegno degli imprenditori;
- Cultura, cultura favorevole all'imprenditorialità, dare quindi diffusione e visibilità alle storie di successo e una buona reputazione agli imprenditori.

Isenberg ritiene che tali domini promuovano l'imprenditorialità; questi domini sono interconnessi e, a seconda delle condizioni e delle caratteristiche di ciascun ambiente, verrà creato un sistema unico. Alcuni elementi mostrati in figura 1 sono simili ai fattori biotici¹⁰ nell'ecosistema naturale es. elementi come educatori e banchieri, mentre altri elementi come infrastrutture o cultura sono fattori abiotici¹¹.

Fig. 1 – I sei domini dell'ecosistema imprenditoriale



Fonte: Isenberg, 2011

¹⁰ Isenberg D.J., 2016. "Applying the ecosystem metaphor to entrepreneurship uses and abuses. The Antitrust Bulletin", 61(4), 564-573. Fattori biotici sono essere viventi all'interno di un ecosistema come piante, animali e batteri <https://www.canr.msu.edu/resources/biotic-abiotic> Accessed 11/30/2021.

¹¹ Isenberg D.J., 2016, op.cit. I fattori abiotici sono invece componenti non viventi, come acqua, suolo e atmosfera. <https://www.canr.msu.edu/resouces/biotic> Accessed 30/11/2021.