



1

---

---

---

---

---

---

---

---



2

---

---

---

---

---

---

---

---



3

---

---

---

---

---

---

---

---

## Ecosistema dell'Innovazione e Startup

**Ecosistema dell'Innovazione in Italia**

In Italia si contano **14.264** Startup innovative, collocate per la maggior parte (35%) nell'Italia nord-occidentale, in **Toscane** è concentrato circa il **4,5%** delle Startup italiane.

Nel 2022 il livello occupazionale all'interno delle Startup è cresciuto sostanzialmente (+10,8%) raggiungendo le **23.600 unità**, per un valore della produzione pari a circa **2,08 miliardi di euro** in totale.

**Figure 1.1.1a: Andamento del numero di startup innovative nel corso del quinquennio 2018-2022**

Anno	2018	2019	2020	2021	2022
Numero di startup innovative	9,754	10,811	11,953	14,074	14,264

Fonte: elaborazioni su dati Istat/Innovare

4

42 Firenze by FCRF

2 aprile 2024

4

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Ecosistema dell'Innovazione e Startup

**Il 51,1% delle Startup attive opera in servizi di informazione e comunicazione (ATECO-J), circa 7.283 imprese.**

Tra queste, circa **5.695 Startup** si occupano di **produzione di software**, consulenza informatica ed attività annesse.

**Tabelle 1.1.1.b: Startup innovative distinte per settori di attività economica Anno 2022**

Settore Attivo	Anno 2022	Attività	Attività
A. Agricoltura, silvicoltura e pesca	100	0,7%	0,0%
B. Industria e costruzioni	1	0,0%	0,0%
C. Energia e acqua	2.080	14,6%	14,6%
D. Commercio al dettaglio	1.010	7,1%	7,1%
E. Commercio all'ingrosso e commercio all'ingrosso	31	0,2%	0,2%
F. Trasporti e magazzini	134	1,0%	1,0%
G. Servizi di informazione e comunicazione	7.283	51,1%	51,1%
H. Servizi di informazione e comunicazione	5.695	40,0%	40,0%
I. Servizi di informazione e comunicazione	36	0,3%	0,3%
J. Servizi di informazione e comunicazione	27	0,2%	0,2%
K. Servizi di informazione e comunicazione	1.237	8,7%	8,7%
L. Servizi di informazione e comunicazione	341	2,4%	2,4%
M. Servizi di informazione e comunicazione	148	1,0%	1,0%
N. Servizi di informazione e comunicazione	76	0,5%	0,5%
O. Servizi di informazione e comunicazione	11	0,1%	0,1%
P. Servizi di informazione e comunicazione	30	0,2%	0,2%
Non specificato	51	0,4%	0,4%

Fonte: elaborazioni su dati Istat/Innovare

5

42 Firenze by FCRF

2 aprile 2024

5

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Ecosistema dell'Innovazione e Startup

**Cosa sono gli Incubatori e Acceleratori di Startup?**

**Incubatori e Acceleratori** sono società di capitali, a volte costituiti anche in forma cooperativa, residenti in Italia, che offrono servizi per sostenere la nascita e lo sviluppo di startup innovative.

In Italia gli incubatori e acceleratori certificati ad oggi sono **237**.

**Cosa è un Programma di accelerazione?**

Un **Programma di accelerazione** è un percorso rivolto a Startup Innovative con l'intento di accelerare lo sviluppo di una Business Idea, avvalendosi di mentor ed advisor esperti e qualificati. Le tematiche affrontate sono:

1. Validazione dell'Idea di Business;
2. Pianificazione economico-finanziaria e Business Plan;
3. Sviluppo d'impresa e Go To Market.

6

42 Firenze by FCRF

2 aprile 2024

6

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# HUBBLE

ACCELERATION PROGRAM

**Hubble (Acceleration Program)**

Hubble è un programma di supporto finalizzato alla creazione di nuova impresa e/o accelerazione di imprese già esistenti ed ha come obiettivo lo scouting, tutoring, mentoring e starting up/business acceleration delle migliori idee imprenditoriali attive sul territorio Toscano, Italiano ed Europeo, con particolare attenzione a progetti dal forte impatto sul mercato digitale.

7 42 Firenze by FCRF 2 aprile 2024

7

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# ITALIAN LIFESTYLE

Acceleration program in Florence

**ILS (Italian Life Style)**

Italian Lifestyle è il programma di accelerazione dedicato alla ricerca di startup e PMI innovative che offrono soluzioni digitali nei settori del turismo, del fashion, del food. Il programma di accelerazione promuove le eccellenze e rafforza l'ecosistema dell'innovazione sul territorio fiorentino. Il programma si svolge a Nana Bianca presso l'Innovation Center di Fondazione CR Firenze.

8 42 Firenze by FCRF 2 aprile 2024

8

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Summary

➤ Ecosistema dell'Innovazione & Startup

➤ **MVP (Minimum Product Viable)**

➤ Tipologie di MVP

➤ MVP – Fattori di Successo

➤ Unique Value Proposition

➤ Business Model & Revenue Model

➤ Team & Skills

➤ Market Target & Segmentation

➤ Timing & Budget

➤ Business Plan

9

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### Cosa è un MVP?

Il termine **MVP (Minimum Viable Product)** è stato coniato per la prima volta da Frank Robinson nel 2001 ed è una versione di un nuovo prodotto che ha solo le **caratteristiche minime** per essere considerato fattibile: ha abbastanza caratteristiche per soddisfare i primi clienti (**Early Adopters**) e permette al team di prodotto di raccogliere i **feedback** necessari per migliorare le sue caratteristiche.

Per una Startup è fondamentale testare il mercato attraverso un MVP in modo tale da consolidare l'idea di business ed assicurarsi che vada a **soddisfare effettivamente un bisogno espresso** dal mercato.



1043 Firenze by FCBF2 aprile 2024

10

---

---

---

---

---

---

---

---

### MVP

**5 Motivi per cui è importante un MVP in fase di Startup:**

- Può aiutare a capire se il **bisogno di mercato** che si vuole soddisfare sia un problema reale che deve essere risolto;
- Può essere utile a capire se il **target di mercato** selezionato sia disposto a pagare per risolvere il problema individuato;
- È un modo per testare l'**Idea di Business** con un investimento minimo (magari attraverso un Pilot Test);
- È un modo per ottenere un **feedback** dai potenziali clienti (fondamentale per creare un prodotto concorrenziale e scalabile sul mercato);
- È un modo per collocare sul mercato un primo prodotto che può generare **Revenue** da reinvestire nel Core Business dell'azienda.



1143 Firenze by FCBF2 aprile 2024

11

---

---

---

---

---

---

---

---

### Creazione di un MVP

**1. Definire il Target di clientela**

Creazione del profilo cliente, individuazione delle esigenze, potere di acquisto.

**2. Problema da risolvere**

Definizione del bisogno da soddisfare nel mercato di riferimento.

**3. Proposta**

Perché i clienti dovrebbero scegliere il prodotto/servizio in sviluppo?

**4. Definizione del Prodotto**

Scelta delle caratteristiche del prodotto/servizio atte a risolvere il problema.

**5. Creazione MVP**

Definizione del primo prototipo concreto di prodotto/servizio.

**6. Test di mercato e feedback**

Lancio sul mercato con Pilot Test e raccolta del feedback da parte del segmento utilizzatore.

1243 Firenze by FCBF2 aprile 2024

12

---

---

---

---

---

---

---

---

### Dove si posiziona l'MVP nello sviluppo Prodotto?

**Proof of Concept (POC)**

Ha come scopo quello di convalidare che il concept di un prodotto sia effettivamente praticabile sul mercato: l'output di un POC è fondamentalmente un "sì" o un "no". Si realizza una bozza progettuale per testare l'idea o l'ipotesi di progetto, **al fine di dimostrare la fattibilità**.

**Minimum Viable Product (MVP)**

Una volta pronto il PT si crea sì una versione più semplice del prodotto che sia altrettanto, utile, utilizzabile e funzionale in modo che possa attirare i primi utenti, testarne il mercato e misurare i risultati ottenuti.

**Prototype (PT)**

Quando il concept del prodotto si rivela fattibile, si procede con la progettazione del prototipo. Grazie infatti alla creazione di una versione semplificata del prodotto, si può testarne l'uso sugli utenti a cui si rivolge.

**Market Product (P)**

Rappresenta l'MVP perfezionato e destinato alla commercializzazione su larga scala.

1342 Finance by FCBF2 aprile 2024

13

---

---

---

---

---

---

---

---

### Dove si posiziona l'MVP nello sviluppo Prodotto?



**Proof of Concept**



**Prototype**



**MVP**



**Market Product**

1442 Finance by FCBF2 aprile 2024

14

---

---

---

---

---

---

---

---

Summary

- Ecosistema dell'Innovazione & Startup
- MVP (Minimum Product Viable)
- **Tipologie di MVP**
  - MVP – Fattori di Successo
  - Unique Value Proposition
  - Business Model & Revenue Model
  - Team & Skills
  - Market Target & Segmentation
  - Timing & Budget
  - Business Plan

15

---

---

---

---

---

---

---

---

# MVP: Tipologie

Un MVP può essere declinato in 7 principali forme, a seconda della presenza o assenza di un prodotto funzionante:

No prodotto/servizio

Prodotto/servizio Funzionante

• Demo

• Landing Page

• Campagna di Crowdfunding

• Concierge

• Mago di Oz

• Single Feature

• Piecemeal

16

42 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

16

---

---

---

---

---

---

---

---

# MVP Demo Video

Un **MVP Demo** è un video che tratta del prodotto/servizio che si intende realizzare.

In questo caso non viene realizzato un Concept ma un Video che spiega le funzionalità dell'ipotetico prodotto/servizio.

**ESEMPIO:** Dropbox l'8 marzo 2008 fu rilasciato per la prima volta in Demo Video della durata di 2 minuti nel quale si elencavano tutte le funzionalità del prodotto non ancora realizzato.

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=deTR7ici6A>



17

42 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

17

---

---

---

---

---

---

---

---

# Landing Page

Una **Landing Page** è una pagina di atterraggio dove gli utenti possono atterrare da una piattaforma web più evoluta. Viene solitamente impiegata nei Pilot Test per validare un'idea o una nuova proposta relativa ad un nuovo prodotto/servizio.

**ESEMPIO:** Buffer.com è un'azienda che offre un servizio per sequenziare correttamente i contenuti creati nei social in modo da creare un pubblico in maniera organica. Il co-founder nel 2010 per validare la propria idea creò una landing dove gli utenti interessati potevano lasciare la propria mail per essere ricontattati.

Oggi l'azienda fattura 20miln di dollari.



18

42 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

18

---

---

---

---

---

---

---

---

6

## Campagna Crowdfunding

Il **Crowdfunding** è uno strumento impiegato per vendere un prodotto/servizio prima della sua creazione, raccogliendo i capitali necessari per la produzione. Solitamente il prodotto/servizio viene venduto ad un prezzo inferiore di quello futuro. La piattaforma più conosciuta è Kickstarter.

**ESEMPIO:** la società Californiana Pebble detiene il record di raccolta su Kickstarter dopo aver rilasciato nel 2015 il Pebble Time, smartwatch che ha raccolto 20,3mln di dollari.

Link: <https://www.kickstarter.com/projects/getpebble/pebble-time-awesome-smartwatch-no-compromises>

19 42 Finance by FCBF 2 aprile 2024

The image shows a Pebble Time smartwatch with a white face and a black strap. The watch screen displays the time '10:34' in a digital font. The background is a solid yellow color. Above the watch, the word 'pebble' is written in a small, lowercase font. Below the brand name, the tagline 'Time of your life' is written in a smaller font. The product name 'Pebble Time' is prominently displayed in large, bold, black letters.

19

---

---

---

---

---

---

---


---

## Conclerge

Con il termine **Conclerge** si intende una simulazione. Nello specifico il prodotto/servizio che dovrebbe essere automatico/automatizzato viene testato in manuale al fine di valutare il feedback del consumatore e correggere tempestivamente eventuali problemi.

**ESEMPIO:** Food on the Table, applicazione che raccoglie le preferenze alimentari e suggerisce ricette e negozi con le migliori offerte. Il Pilot fu realizzato dai founder trovando alcuni Early Adopters e visitando personalmente le loro case settimanalmente per raccogliere le loro preferenze alimentari.

20 42 Finance by FCBF 2 aprile 2024

The image shows a top-down view of a person's hands holding a white plate with a fresh salad. The salad contains various vegetables like tomatoes, cucumbers, and leafy greens. Surrounding the plate are several small, round bowls containing different types of dips or sauces, such as hummus and tahini. The background is dark, making the food stand out.

20

---

---

---

---

---

---

---

---

## Mago di OZ

Il **Mago di Oz** è simile al Conclerge, quindi si tratta di una simulazione in manuale, in questo caso però l'utente Early Adopter non sa che sta interagendo con un umano.

**ESEMPIO:** Zappos.com è un e-commerce di calzature, il founder Nick Swinmorn nel 1999, volendo verificare che le persone avrebbero acquistato scarpe on-line senza provarle, scattò foto nei negozi fisici a scarpe che non possedeva e le pubblicò sulla sua piattaforma.

Le persone iniziarono ad acquistare le calzature e l'idea fu validata. Oggi l'azienda fattura 1 miliardo di dollari.

21 42 Finance by FCBF 2 aprile 2024

The image shows the exterior of a Zappos.com store. The building is a modern, single-story structure with large glass windows and doors. The Zappos.com logo is prominently displayed on the facade. A dark-colored car is parked in front of the store. The sky is clear and blue.

21

---

---

---

---

---

---

---

---

# Single Feature

L'MVP **Single Feature** consiste nel realizzare una sola parte del prodotto/servizio funzionale a capire se l'idea di business è fattibile oppure no. La singola parte deve essere perfettamente funzionante ed utilizzabile.

**ESEMPIO:** OpenTable è uno dei marketplace più noti per prenotazioni nei ristoranti. La Startup ha iniziato con il fornire ai ristoranti un gestionale interno per le prenotazioni provenienti da telefonate, integrando successivamente tutte le features che poi hanno portato alla creazione del marketplace acquistato da Booking nel 2014 per 2,6 miliardi di dollari.

22

42 Finance by FCBF

2 aprile 2024



22

---

---

---

---

---

---

---

---

# Piecemeal

Un **Piecemeal** è un MVP costruito «pezzo per pezzo» ovvero attraverso l'utilizzo di tool o strumenti già presenti e validati sul mercato.

**ESEMPIO:** l'esempio più calzante è Groupon, la prima versione della piattaforma era stata sviluppata su Wordpress e finanziata da terze parti, per la stampa dei pdf relativi ai coupon venne impiegato FileMaker e per l'invio delle mail di conferma ordine Apple Mail.

Nessun tool ideato e sviluppato internamente fu impiegato all'inizio.

23

42 Finance by FCBF

2 aprile 2024



23

---

---

---

---

---

---

---

---

Summary

- Ecosistema dell'Innovazione & Startup
- MVP (Minimum Product Viable)
- Tipologie di MVP

➤ **MVP – Fattori di Successo**

- Unique Value Proposition
- Business Model & Revenue Model
- Team & Skills
- Market Target & Segmentation
- Timing & Budget
- Business Plan

24

---

---

---

---

---

---

---

---

8



## MVP – Fattori di successo

01. Unic Value Proposition

02. Business Model & Revenue Model

03. Team & Skills

04. Market Target & Segmentation

05. Timing & Budget

25

42 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

25

---

---

---

---

---

---

---

---

Summary

➤ Ecosistema dell'Innovazione & Startup

➤ MVP (Minimum Product Viable)

➤ Tipologie di MVP

➤ MVP – Fattori di Successo

➤ Unique Value Proposition

➤ Business Model & Revenue Model

➤ Team & Skills

➤ Market Target & Segmentation

➤ Timing & Budget

➤ Business Plan

26

---

---

---

---

---

---

---

---

Unique Value Proposition

La Unique Value Proposition o UVP è un concetto/messaggio chiaro ed univoco che definisce **chi** è l'azienda, **cosa** offre in termini di prodotto/servizio, i **benefici** della propria offerta e soprattutto perché l'utente finale dovrebbe **preferirla** a quella dei competitor.

27

---

---

---

---

---

---

---


---

# Unique Value Proposition

Elementi essenziali da valutare per una UVP ottimale:

- Identificare il **TARGET DI RIFERIMENTO**.
- Definire il **PROBLEMA**.
- Specificare il nome del **PRODOTTO/SERVIZIO**.
- Determinare la **CATEGORIA DI PRODOTTO/SERVIZIO**.
- Esplicare il **BENEFICIO**.

**UVP di UBER:** «*Mettiti alla guida e guadagna, guida tramite la piattaforma con la più grande rete di utenti attivi*»



28 42 Finance by FCBF 2 aprile 2024

28

---

---

---

---

---

---


---

---

# Unique Value Proposition

Target e Prodotto

Beneficio e risoluzione del problema



Attività, colleghi e strumenti: tutto in un'unica piattaforma grazie a Trello

Anche se i membri del gruppo lavorano da sedi diverse, sarà come se tutti fossero in un unico posto.

29 42 Finance by FCBF 2 aprile 2024

29

---

---

---

---

---

---

---

---

# Summary

- Ecosistema dell'Innovazione & Startup
- MVP (Minimum Product Viable)
- Tipologie di MVP
- MVP - Fattori di Successo
- Unique Value Proposition
- Business Model & Revenue Model
- Team & Skills
- Market Target & Segmentation
- Timing & Budget
- Business Plan

30

---

---

---

---

---

---

---

---

# Business Model & Revenue Model


**Definizione Business Model:**

Il Business Model è il **piano di un'azienda** volto alla generazione di ricavi e alla realizzazione di utili. Si focalizza sulla definizione del prodotto/servizio offerto, il modo in cui si intende pubblicizzarlo e venderlo sul mercato. In sintesi definisce le **linee strategiche** che l'azienda deve seguire per il raggiungimento della sua mission.

**Definizione Revenue Model:**

Il Revenue Model è uno **strumento di pianificazione aziendale** volto a individuare il modo in cui l'azienda intende creare revenues. Il Revenue Model trae informazione dal Business Model e definisce ciò che l'azienda offrirà al proprio target di clientela ed in che modo lo farà.

31 42 Finance by FCBF 2 aprile 2024



31

---

---

---

---

---

---

---

---

# Business Model – Tipologie/01

**TRANSAZIONALE - MARKUP**

- Vendita di un prodotto/servizio su canale fisico o e-commerce ad un prezzo prestabilito
- Business basato su transazioni tra cliente e azienda

**MARKETPLACE**

- Ricavi da intermediazione tra due parti su piattaforma
- Si dimostra necessaria una base utenti molto ampia ed è basato su commissioni
- Classici esempi E-Bay, Amazon, Vinted

**SAAS**

- Software as a Service
- Modello basato sulle iscrizioni
- Utilizzo del prodotto/servizio con fee mensile/annuale
- Facile acquisizione e fidelizzazione della base utenti
- Si dimostra necessaria una base utenti molto ampia

32

---

---

---

---

---

---

---

---

# Business Model – Tipologie/02

**FREEMIUM**

- Consiste nell'offrire un prodotto gratuito con funzionalità aggiuntive a pagamento
- Il cliente può sperimentare il modello gratuitamente e poi decidere se usare i servizi a pagamento

**PAY AS YOU GO**

- Pagamento del servizio da parte del cliente in funzione del livello di utilizzo del prodotto/servizio
- Possibilità massima di personalizzare l'offerta
- Metodo utilizzato da Amazon per i servizi Cloud Web Services

**NOLEGGIO O LEASING**

- Modello basato su noleggio di prodotti/servizi con applicazione di interessi sui pagamenti
- Valido per beni con prezzo di mercato molto elevato

33

---

---

---

---

---

---

---

---

## Business Model – Tipologie/03

### FRANCHISING

- Modello basato sull'utilizzo da una terza parte del proprio prodotto/servizio annesso ad un Marchio
- Pagamento di una Royalty per l'utilizzo del Marchio

### BROKER

- Fornitura di una piattaforma dove acquirenti e venditori possono entrare in contatto
- Garantita la sicurezza delle interazioni tra le parti
- Esempio più noto Paypal

### COMMUNITY

- Creazione di una community di utenti con interessi comuni
- Pagamento una tantum oppure pagamento di una fee mensile/annuale per i servizi di community

34

43 Finance by FCBF

2 aprile 2024

34

---

---

---

---

---

---

---

---

## Business Model – Tipologie/04

### AFFILIAZIONE

- Modello che si basa sulla promozione di collegamenti a prodotti tra loro pertinenti
- Ricezione di una commissione per ogni link e vendita generata

### MODELLO A INSERZIONI

- Modello Free totalmente gratuito volto a creare fan base
- Entrate vincolate esclusivamente ad attività pubblicitarie sulla piattaforma
- Necessità di una fan base molto ampia

### DONAZIONE

- Modello basato sulle donazioni da parte degli utenti
- Sono gli utenti a definire il prezzo di mercato
- Esempio Wikipedia

35

43 Finance by FCBF

2 aprile 2024

35

---

---

---

---

---

---

---

---

## Business Model

### TARGET DI MERCATO

**TAM** (Total Addressable Market) o mercato totale;

**SAM** (Served Available Market) o porzione di mercato adatta;

**SOM** (Serviceable Obtainable Market) mercato raggiungibile;

### POTENZIALI CLIENTI

Analisi approfondita dei clienti tramite attività di **Customer Discovery** che permettono di individuare i bisogni dei clienti

### CONCORRENZA

Analisi approfondita dei **competitor** dei punti di forza e dei punti di debolezza, analisi delle minacce e delle opportunità.

### FONTE DI ENTRATE

Definizione dei **canali** attraverso i quali **generare entrate** attività di up-selling o cross-selling, affiliazioni e/o commissioni.

### VALORE POTENZIALE

Individuazione delle **caratteristiche** del prodotto/servizio che apportano **maggiore valore** al cliente rispetto ai competitor.

36

43 Finance by FCBF

2 aprile 2024

36

---

---

---

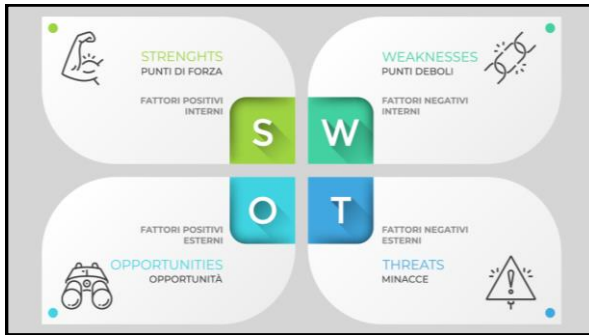
---

---

---

---

---



37

---

---

---

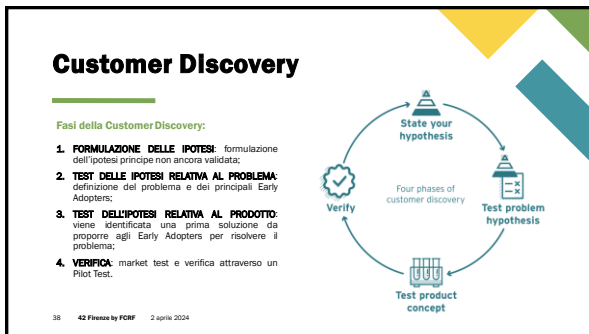
---

---

---

---

---



38

---

---

---

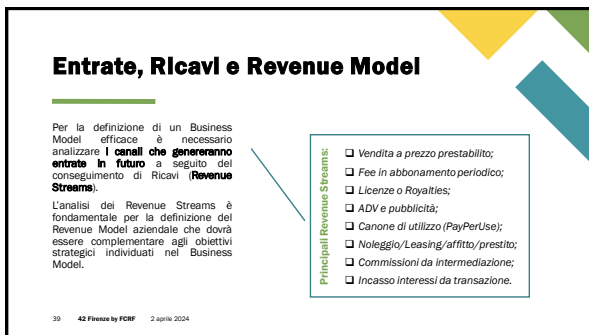
---

---

---

---

---



39

---

---

---

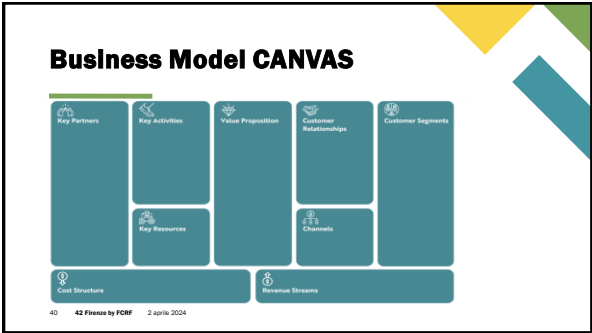
---

---

---

---

---



40

---

---

---

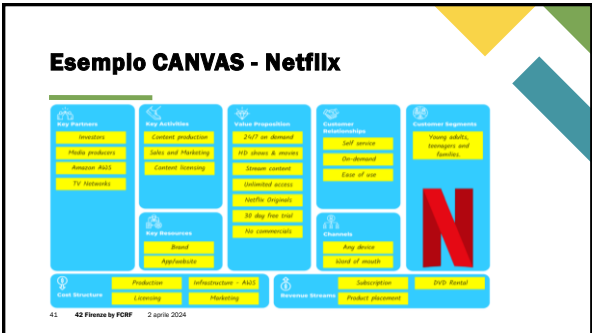
---

---

---

---

---



41

---

---

---

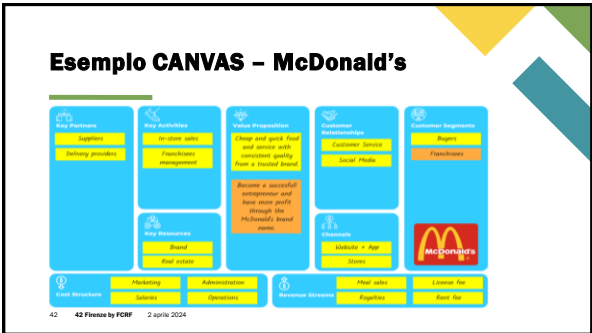
---

---

---

---

---



42

---

---

---

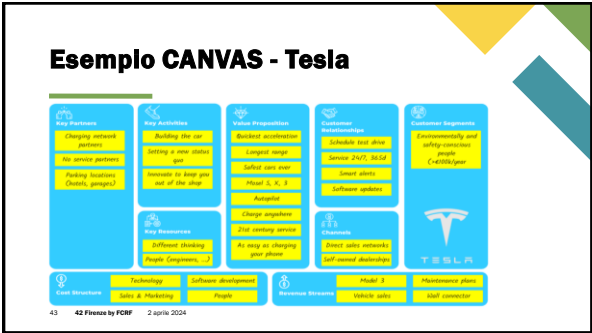
---

---

---

---

---



43

---

---

---

---

---

---

---

---



44

---

---

---

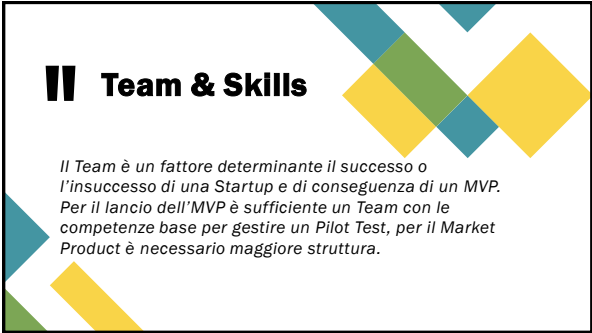
---

---

---

---

---



45

---

---

---

---

---

---

---

---

# Competenze del Team

**Competenze tecniche:**  
Una startup ha bisogno di tecnici che dovranno sviluppare il progetto di business per poi inserirsi nella quota di mercato desiderata.

**Competenze di marketing e comunicazione:**  
Un prodotto per essere validato e migliorato deve necessariamente raggiungere il pubblico giusto o i potenziali clienti, attraverso campagne di comunicazione e di marketing efficaci.

**Competenze organizzative:**  
Una startup che funziona crea un prodotto (o un servizio) e lo vende, ma all'interno di questo meccanismo si inserisce un processo di organizzazione del lavoro molto complesso.



46 42 Finanza by FCRF 2 aprile 2024

46

---

---

---

---

---

---

---

---

# Ruoli Strategici

**AREA DECISIONALE**  
**CEO** (Chief Executive Officer) figura trasversale che gestisce l'azienda e cura le relazioni esterne.

**AREA TECNICA**  
**CTO** (Chief Technical Officer) figura tecnica che si occupa dello sviluppo del prodotto.

**AREA FINANCE**  
**CFO** (Chief Financial Officer) figura che segue la gestione finanziaria ed il controllo di gestione.

**AREA MARKETING**  
**CMO** (Chief Marketing Officer) figura responsabile delle attività di marketing e comunicazione.

**AREA OPERATIVA**  
**COO** (Chief Operations Officer) figura che si occupa della parte operativa e di direzione.

47 42 Finanza by FCRF 2 aprile 2024

47

---

---

---

---

---

---

---

---

# Summary

- Ecosistema dell'Innovazione & Startup
- MVP (Minimum Product Viable)
- Tipologie di MVP
- MVP - Fattori di Successo
- Unique Value Proposition
- Business Model & Revenue Model
- Team & Skills

**➤ Market Target & Segmentation**

- Timing & Budget
- Business Plan

48

---

---

---

---

---

---

---

---



# 4. Market Target & Segmentation

**Market Segmentation:**  
Il processo di segmentazione del mercato consiste nel suddividere quest'ultimo in tante differenti tipologie in base a criteri prestabiliti. Questa analisi è fondamentale per definire tutti i vari potenziali clienti che possono testare l'MVP.

**Market Target:**  
Una volta segmentato il mercato e individuate le caratteristiche di ogni potenziale categoria di cliente, l'MVP deve essere **testato su un segmento specifico**, ovvero il target di mercato.

49 43 Frames by FCBF 2 aprile 2024

49

---

---

---

---

---

---

---

# Summary

- Ecosistema dell'Innovazione & Startup
- MVP (Minimum Product Viable)
- Tipologie di MVP
- MVP - Fattori di Successo
- Unique Value Proposition
- Business Model & Revenue Model
- Team & Skills
- Market Target & Segmentation
- **Timing & Budget**
- Business Plan

50

---

---

---

---

---

---

---

# 5. Timing & Budget

**L'importanza del Timing per il lancio di un MVP:**  
Il corretto Timing è essenziale per la riuscita di qualsiasi progetto a maggior ragione per lanciare un Pilot test per un MVP.

**Esempi di Timing perfetto:**

airbnb

Inizialmente la startup ebbe difficoltà perché non si credeva che le persone fossero disposte ad affittare dello spazio nelle proprie case. Airbnb rilasciò la prima release nel primo periodo di forte recessione negli Stati Uniti (fine 2007), quando le persone avevano la forte necessità di avere entrate extra durante la crisi dei mutui sub-prime.

Uber

Nel momento in cui ha incontrato il mercato, stava crescendo il numero di persone che possedeva un'auto e stava cercando nuovi modi per fare dei soldi extra, oltre al proprio lavoro principale.

51 43 Frames by FCBF 2 aprile 2024

51

---

---

---

---

---

---


---

# 5. Timing & Budget

**Budget:**  
Strumento di programmazione aziendale che permette di stimare e settare attraverso Assumptions le risorse che verranno impiegate dalla Startup per lo svolgimento delle proprie attività.  
La redazione del Budget solitamente viene effettuata con largo anticipo oppure l'anno precedente a quello di interesse e le previsioni vengono poi confrontate a consuntivo con i risultati aziendali.

**Tipologie di Budget:**

- **Budget operativo:** i costi di esercizio sono i costi sostenuti per il normale svolgimento delle attività e confluiscono nel conto economico di esercizio;
- **Budget degli Investimenti:** l'insieme dei costi capitalizzati nello stato patrimoniale del bilancio e capaci di incrementare il valore patrimoniale dell'azienda;
- **Budget finanziario:** l'insieme delle fonti e degli impieghi delle risorse finanziarie.



5242 Finance by FCBF2 aprile 2024

52

---

---

---

---

---

---

---

# Budget In fase MVP:

COPERTURE	COSTI VARIABILI	COSTI FISSI
<ul style="list-style-type: none"><li>• Capitale proprio</li><li>• Capitale a Debito</li><li>• Capitale di terzi (AUCAP in cambio di equity)</li><li>• Auto capitalizzazione tramite le entrate generate</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spese in marketing</li><li>• Interessi su prestiti</li><li>• Spese amministrative</li><li>• Spese commerciali</li><li>• Spese relative all'avvio di impresa/di progetto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spese per personale dipendente</li><li>• Spese per acquisto licenze o Software una tantum</li><li>• Spese per acquisto Hardware</li><li>• Affitti immobili</li><li>• Rate prestiti e/o finanziamenti</li></ul>

5342 Finance by FCBF2 aprile 2024

53

---

---

---

---

---

---

---

Summary

- Ecosistema dell'Innovazione & Startup
- MVP (Minimum Product Viable)
- Tipologie di MVP
- MVP - Fattori di Successo
- Unique Value Proposition
- Business Model & Revenue Model
- Team & Skills
- Market Target & Segmentation
- Timing & Budget

➤ **Business Plan**

54

---

---

---

---

---

---

---

# Business Plan

Il BP è un documento che definisce obiettivi, strategie, processi, politiche e azioni con orientamento a medio termine e che delinea i risvolti economico-finanziari delle stesse. Si utilizza sia per finalità legate alla pianificazione aziendale sia per la comunicazione verso potenziali finanziatori e/o investitori.

Il Business Plan è articolato in due parti:

1. Parte Numerico/contabile
2. Parte Descrittiva/qualitativa

55

43 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

---

---

---

---

---

---

---

---

55

# Contenuto del Business Plan

- Descrizione del Progetto Imprenditoriale;
- Forma giuridica;
- Attori coinvolti, Team & Skills;
- Struttura organizzativa e piano di gestione delle Risorse Umane;
- Analisi del contesto competitivo (SWOT) e del target di mercato;
- Definizione del Piano Marketing (modello 4P -> Product/Price/Place/Promotion);
- Definizione piano operativo e obiettivi strategici;
- Financials e Piano economico-finanziario prospettico;
- Analisi dei principali fattori di rischio e della redditività di progetto;
- Timing e sviluppo temporale delle attività.

56

43 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

---

---

---

---

---

---

---

---

56

# Importanza del BP In fase di Startup

## FASE DI START-UP

Trasforma le tue idee e il tuo capitale in un business sostenibile

Ricerca finanziamenti (banche, contributi pubblici, venture capital)

Identifica le tue debolezze, minacce e opportunità

## FASE DI SVILUPPO

Comunica la tua vision ai tuoi dipendenti e alle Terze Parti

Sviluppa partnership, finanziarie attuabili

Crea una le performance reali con quelle previsionali

57

43 Finanza by FCBF

2 aprile 2024

---

---

---

---

---

---

---

---

57

19



## Grazie

---

**Gianluca Boldi**  
Consulting Project Manager - Fondazione CR Firenze  
Startup Advisor - Acceleration Program Hubble

- [ext.gianluca.boldi@fondazionecrfirenze.it](mailto:ext.gianluca.boldi@fondazionecrfirenze.it)
- [gb.fcfr@gmail.com](mailto:gb.fcfr@gmail.com)

---

---

---

---

---

---

---