

Disclaimer Legale:

Le informazioni contenute in questo documento sono fornite esclusivamente a scopo informativo generale e non costituiscono in alcun modo consulenza professionale, finanziaria, legale o fiscale. Il Business Angels Club non garantisce l'accuratezza, la completezza o la validità delle informazioni presentate, né si assume responsabilità per eventuali errori od omissioni.

Questo documento non rappresenta un'offerta, una sollecitazione o una raccomandazione all'acquisto o alla vendita di strumenti finanziari, né un invito a investire in qualsiasi forma. Le opinioni espresse sono quelle degli autori e non riflettono necessariamente le posizioni ufficiali del Business Angels Club.

Il lettore è invitato a consultare professionisti qualificati prima di prendere qualsiasi decisione d'investimento o finanziaria. Il Business Angels Club declina ogni responsabilità per eventuali decisioni prese dal lettore basate sulle informazioni fornite nel documento.

In nessun caso il Business Angels Club, i suoi membri, collaboratori o affiliati saranno responsabili per qualsiasi perdita o danno, diretto o indiretto, derivante dall'uso o dall'affidamento sulle informazioni contenute in questo documento.

Tutti i contenuti sono protetti dalle leggi sul diritto d'autore. È vietata la riproduzione, distribuzione o trasmissione dei contenuti senza il previo consenso scritto del Business Angels Club.

INDICE

INDICE.....	1
Backlog: Q&A in rilascio.....	3
Qual è la Storia del Business Angel Club Network (abbreviato BAC Network) fino ad oggi?.....	3
Come posso raccontare il posizionamento del BAC Network?.....	5
A chi parliamo e chi sono i Business Angels?.....	8
Perché i Business Angel investono nelle startup?.....	9
Perché ha senso prendere parte al BAC Network?.....	10
E' prevista una quota da pagare per essere iscritti al Network?.....	11
Qual è il modello di redistribuzione della ricchezza (proventi)?.....	14
Com'è organizzata la parte editoriale gestita da BAC Network Nazionale?.....	14
Qual è il percorso di un utente del BAC Network in breve?.....	16
Può capitare che tra i "Business Angel" e "wannabe" vi siano anche persone fuori target che hanno però pagato il pacchetto relativo?.....	18
Quali sono i corsi di formazione già presenti da dare a chi paga la quota?.....	18
Ma quindi non fate una scrematura dei partecipanti agli eventi o iscritti al club?..	19
Quali startup conosceremo nel BAC Locale validato, come vengono trovate?.....	20

Come vengono qualificate le startup?.....	22
Un po' di cultura.....	25
Ma cos'è l'IRL e che differenza c'è con il TRL?.....	28
La startup vuole che firmiamo NDA che facciamo?.....	30
Una startup può mentire sui suoi dati? Come la si scopre?.....	31
Le startup faranno l'exit poi?.....	31
Come avviene l'investimento nelle startup innovative e perché anche tu puoi farlo? 31	
Investire con SFP.....	39
Nella gestione dell'investimento ci sono delle Fee spettanti a chi e quali costi?... 40	
Ho chiuso accordi con la startup prima di portarla al BAC Network, devo dichiararlo?.....	41
Ho investito ma ora ho i soldi bloccati per quanto tempo e quando rivedrò un ROI? Ma soprattutto, lo rivedrò?.....	41
Quali sono le precondizioni per far partire un nuovo BAC Locale?.....	42
Da chi è composto un Team locale di un BAC e quali sono ruoli e responsabilità?... 43	
Quali persone-tipo potrebbero farvi perdere tempo in un potenziale team di BAC Locale?.....	48
Cosa ci guadagno dal fare un BAC Locale?.....	49
Voglio fare un BAC Locale, quali primi passi devo compiere?.....	51
A cosa mi serve il gruppo whatsapp "Bacheca News BAC Locale"?.....	52
A cosa mi serve il gruppo whatsapp "BAC Città Management"?.....	53
Com'è strutturato il Drive del BAC Locale?.....	54
Come qualificare le persone da coinvolgere in squadra e come formare la prima squadra per dare il via ufficialmente al BAC Locale?.....	54
In cosa consiste il periodo di validazione del BAC Locale e quali sono i primi obiettivi, iniziative, metriche di validazione nella roadmap di sviluppo?.....	56
Qual è il format evento usato nel periodo di validazione?.....	58
Il format di evento per periodo di validazione è vincolante?.....	61
Perché dovrebbero sponsorizzare eventi e attività di un BAC Locale?.....	61
Qual è il processo operativo di organizzazione e gestione eventi in atto oggi da mettere in pratica sin dall'inizio?.....	62
Quali sono le best practice per fare sì che gli eventi abbiano successo? (in aggiornamento costante...).	79
Sono al primo o secondo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la presentazione di visione progettuale da utilizzare a inizio serata?.....	80
Sono al primo o secondo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la Call To Action da fare agli interessati?.....	80
Sono al terzo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la presentazione di visione progettuale da utilizzare a inizio serata?.....	80
Sono al terzo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la Call To Action da fare agli interessati?.....	80
Il mio team si è decimato e ho smesso di comunicare con il club locale, cosa posso fare?.....	81
Da quando dobbiamo raccogliere le quote associative e quante?.....	83
Quanto focus devo avere sul Distretto invece di chiudere investimenti generici?.....	84

Una volta superato il periodo di validazione come posso continuare lo sviluppo del BAC Locale nei 9 mesi seguenti?.....	85
Come posso spendere il budget locale e dove accumulo il corrispettivo delle quote?.....	90
Come gestire il BAC Locale avviato, secondo quale processo di lavoro?.....	91
Come gestire l'Hub Territoriale e cosa significa.....	92
Come i BAC Locali sono coinvolti nel BAC Nazionale in termini di co-costruzione e ottimizzazione del sistema?.....	93

Backlog: Q&A in rilascio...

- In caso di uno o più Business Angels che vogliono finanziare anche in cordata una startup presentata, il BAC cosa fa? Soft Rising, hard rising? In questo caso il BAC ha diritto a trattare una fee? Se sì di quanto? Avete un format da condividere?
- Tutti possono iscriversi al club locale poi? anche gli startupper? quali requisiti? Quali requisiti per stare nella bacheca news di whatsapp?
- Come ci possiamo relazionare con il territorio (aziende , istituzioni) per trovare sponsor?
- Che ruolo e responsabilità spettano ai BA che investono in startup?
- Come comportarsi con quelle persone che vengono a fare acquisizione di investitori bypassando il BAC?
- Come comportarsi con quelle persone che vengono agli eventi a fare i venditori ambulanti di propri servizi?
- E se la startup innovativa ha sede all'estero (UK, UE, USA...) come ci investiamo?
- Ho investito in startup, quali rischi possono accadere riguardo la diluizione delle mie quote e come tutelarsi?
- Possiamo co-investire con realtà diverse da Business Angel e se sì, chi e quali circostanze?
- Quali sono i moduli di Open Innovation codificati nello specifico da portare a mercato? Uno ad uno...
- Come viene fatta la due diligence della startup prima dell'investimento?
- Qual è lo schema corrispettivi dell'innovation expert nello specifico e cosa si tiene il BAC Locale come canale?

Qual è la Storia del Business Angel Club Network (abbreviato BAC Network) fino ad oggi?

Il BAC Network nasce ufficialmente a Novembre del 2023 come movimento e organizzazione spontanea di Persone che investono denaro, competenze e rete in attività di business innovative.

L'iniziativa ha avuto origine dal noto Business Angel e Imprenditore [Alberto Giusti](#), il Costruttore Ecosistemi e Stratega-Project Manager [Amerigo Marcelli](#) e il Business Angel e

esperto Funding [Alessandro Immobile Molaro](#) (oggi tutti e 3 componenti del consiglio direttivo) con la volontà di fare sviluppo economico e dei territori italiani e sulla base di una forte attenzione raccolta in primi eventi formativi gratuiti “per diventare business angel” organizzati nel 2023 per rispondere al desiderio di un gruppo di persone capitanate da una donna, Valentina Oneto, che è diventa a seguire anche la prima referente e movimentatrice di un business angel club locale del network (Alessandria).

L'organizzazione si è poi evoluta raggiungendo [risultati](#) di disseminazione e coinvolgimento importanti in pochi mesi di attività dalla sua nascita.

Oggi il Network conta:

- (a Agosto 2024) 15 business angel club locali attivi
 - alessandria
 - varese
 - napoli
 - bari
 - genova (in rifondazione)
 - treviso
 - padova
 - verona
 - brianza
 - biella
 - ancona
 - vicenza
 - pisa
 - livorno
 - savona
- (a Settembre 2024) 24 business angel club locali in attesa di partire per completamento del team manager locale o esecuzione della prima iniziativa
 - roma
 - latina
 - pescara
 - valdelsa
 - versilia
 - lucca
 - prato
 - massa-carrara
 - imolese
 - san marino - rimini
 - reggio-emilia
 - asti
 - moncalieri/chieri
 - novara
 - milano (edtech)
 - ticino (svizzera)
 - calabria
 - logenvity

- palermo
- ravenna
- cesena
- parma

A Luglio 2024 il BAC Network è diventata un'Associazione (vedi [Atto Costitutivo](#) e [Statuto](#)) non profit con una infrastruttura in continua espansione, si cita:

- Strumento centralizzato di profilazione e prequalifica delle startup
- Service e competenza centralizzata per realizzare investimenti in startup con ogni metodo: veicolo, fiduciaria, personale...
- Carta valori e codice comportamentale comune e centralizzata
- Forza operativa centralizzata per la preparazione di tutti gli asset comunicativi e digitali oltre che la gestione tecnologica infrastrutturale
- Direzione di project management centralizzata al fine di assicurare un costante aiuto, supporto e guida nello sviluppo dei BAC Locali
- Coordinamento centralizzato per salvaguardare il ritmo delle iniziative locali evitando inutili sovrapposizioni e cannibalizzazioni
- Direzione editoriale centralizzata ma diffusa (con coinvolgimento costante di referenti locali e personalità della community) a l fine di salvaguardare il posizionamento di brand del BAC Network; altresì viene lasciata libertà ai BAC Locali di avviare campagne di comunicazione locali previa approvazione
- Modello di sviluppo territoriale pronto all'uso e applicabile da chiunque e comprensivo di moduli quali: call for ideas e startup, call for open innovation, sviluppo venture builder o startup studio...
- Presenza su LinkedIn capillare per mezzo delle pagine dedicate ad ogni geografia
- Una WhatsApp Community con spazi dedicati ad ogni geografia per arene discorsive e bacheca news
- [Sito Web](#) centralizzato con pagine dedicate ad ogni BAC Locale e il [canale Youtube](#)

Come posso raccontare il posizionamento del BAC Network?

Per facilità, partiamo dal presupposto che altre business angel club network esistono e hanno le seguenti caratteristiche, si citano le più note ([qui](#) sono elencate tutte):

- [Club degli Investitori](#) di Torino, di carattere elitario, che investe ticket medi tendenzialmente più alti ma in ottica di un ROI e i 320 soci pagano 2000€ per farne parte
- [Italian Angels for Growth](#) (IAG) di Milano, aperto a manager e imprenditori, con 250 soci anche se ne dichiarano di più
- [Italian Business Angels Network](#) (IBAN) di Milano, conta 153 soci paganti 390€ (scontato) circa per essere associati

Rispetto a queste associazioni la Business Angel Club Network Italia (BAC Network) ha numerosi elementi differenzianti:

- Non è a Milano, Roma o Torino, bensì crediamo che ogni geografia italiano abbia i suoi punti di forza, infatti BAC Network gode della più ampia capillarità nazionale con le già sue 14 sedi locali e altre 12 in formazione (a Luglio 2024)
- Punta allo sviluppo del territorio, dell'economia locale e a portare innovazione nel tessuto imprenditoriale abitante la geografia grazie al team promotore del BAC Locale e gli Innovation Expert. Infatti, il BAC Locale ha un forte ascolto delle esigenze e sfide delle aziende abitanti una geografia e porta costantemente iniziative (es. eventi) di divulgazione, formazione e cultura al fine di superare quello che crediamo essere il più grande scoglio all'innovazione e alla nascita ed evoluzione delle startup innovative: la cultura imprenditoriale
- Abbiamo un focus sul match tra problemi mappati nella geografia locale e le soluzioni che invece possono provenire da tutto il mondo o da tutta Italia. Crediamo di volere davvero realizzare Open Innovation, non basta una buona soluzione, ma questa deve trovare un futuro anche nelle geografie
- Non investiamo esclusivamente denaro nelle startup innovative pensando al ROI, ma crediamo che alle startup innovative serve ben più di tanti soldi (che spesso non spendo nemmeno nel modo corretto). Ecco perché il nostro Business Angel ideale ha competenze e rete di contatti utili alla crescita della startup innovativa e quando investe lo fa perché vuole che questa evolva nel modo più veloce possibile e si mette addirittura al servizio ad esempio per espandere il mercato della stessa
- I benefici offerti ai nostri associati sono di gran lunga maggiori rispetto a quelli offerti da qualunque altro network: dall'editoria nazionale (che altri non curano se non istituzionalmente) al rapporto con altre community verticali gratuitamente, dalla quantità di eventi (es. IAG ne fa 20 all'anno, noi ne abbiamo fatti più di 50 in 10 mesi) a tutti i moduli di sviluppo del territorio o di stimolazione di open innovation e così via
- Le persone delle squadre promotrici dei BAC Locali, le Comunità locali, tutto questo fa davvero la differenza. Non siamo elitari, vogliamo portare cambiamento e avere reale impatto. Il Community Engagement con iniziative come gli eventi fisici di divulgazione, cene sociali, eventi di networking e altro è qualcosa che nessun altro fa

Così come esistono altre associazioni non profit o società private che promuovono l'Open Innovation in Italia, probabilmente non molte, ma ci sono.

Pensiamo a Réseau Entreprendre che promuove un percorso di formazione e incubazione con selezione all'ingresso di startup in early stage matchandole con dei "mentori" professionisti senior e imprenditori che possono aiutarle a crescere per 2 anni. Alle startup viene chiesto di pagare 2000€ come quota associativa mentre ai senior mentori nulla.

Rispetto a queste ultime noi parliamo di investimenti oltre che di supporto alle startup con know how e rete, c'è una vera e propria condivisione del rischio d'impresa e commitment sulle startup innovative e non è a loro che facciamo pagare delle quote associative bensì ai manager, imprenditori e professionisti che sono nella rete e fruiscono dei benefit elencati nei rispettivi pacchetti.

Il BAC Network ha quindi l'onore di guidare e sostenere l'innovazione e promuovere l'open innovation come strategia utile alle imprese italiane. Lo fa per mezzo di un supporto alle startup innovative e in particolare democratizzando l'investimento in startup da sempre appannaggio di pochi facoltosi, quando le startup non hanno bisogno SOLO di liquidità bensì di persone con rete per espandere il proprio business, con expertise per guiderle strategicamente.

In altre parole siamo artefici nel:

- Favorire la cultura imprenditoriale locale perché hanno già affrontato sfide d'impresa e conoscono le barriere culturali
- Sviluppare l'innovazione e la crescita economica locale perché l'educazione e il coinvolgimento sarà l'arma di conquista
- Colmare divario finanziario nel fornire capitale a quelle aziende neonate che si trovano in una fase spesso iniziale (detta early stage) fino ad accompagnarle lungo il percorso di crescita, anche a scopo di ritorno sull'investimento e non solo filantropico
- Attrarre nuovi talenti e imprese perché vedranno una filiera che le aiuta a nascere ed evolvere
- Mettere in connessione aziende con startup innovative: diversificazione di investimenti e accesso a nuovi mercati
- Creare un ambiente di networking tra attori di promozione d'impresa pubblici e privati: fare ecosistema per permettere la naturale nascita di contenitori più ampi al quale partecipare in qualità di BAC
- Condivisione della conoscenza e riduzione costi di R&D non solo a livello geografico ma anche distrettuale

Il Business Angel Club Network Italia, come già detto, ma vale la pena ripetere, può essere uno stimolatore di ecosistemi di innovazione locale, di sviluppo economico del territorio.

L'Italia è caratterizzata per lo più da PMI che sono incapaci di fare clustering / grappolo e collaborano a temi comuni (da know how a manodopera condivisa, da innovazione a supporto di finanziamenti pubblici in modalità rete di impresa e così via) tendenzialmente grazie alla prossimità fisica come avviene con il [Distretto Tessile di Prato](#), il [Distretto Orafo](#)

di Vicenza, il [Distretto Rubinetteria di Novara](#), il Distretto Meccatronica di Pisa, il [Distretto Occhialeria di Belluno](#)...

Se è vero che esistono (e possono esistere) Distretti Industriali (già promossi e finanziati dagli anni 2000') e Cluster Tecnologici (per lo più caratterizzati da concentrazione di enti che concettualizzano innovazione, ricerca e sviluppo), crediamo che il BAC possa essere un attivatore di "Valley Distrettuali" dove cioè industry e innovazione si incontrano grazie ad un reale match tra problema e soluzioni (startup innovative).

Di solito questa attivazione avviene in modo spontanea e naturale, da un lato grazie alla partecipazione di Persone che possono realizzarla all'interno dei BAC Locali, dall'altro lato grazie ad una continua comunicazione tra tessuto imprenditoriale e BAC Locale (pensiamo ad es. alle mappature di sfide di innovazione).

Per chiudere, la connotazione distrettuale deve essere un valore aggiunto oltre che differenziante da altre network e non un limite!

Ad oggi BAC Alessandria è il primo ad avere avviato un percorso di comunicazione con il tessuto imprenditoriale e distretto locale della Plastica e a seguire Vino e Gioiello.

Nota a margine: entro 2024 si avvierà un esperimento di BAC Distrettuale EdTech con sede a Milano in quanto trasversale e non è possibile connotarlo geograficamente.

A chi parliamo e chi sono i Business Angels?

Innanzitutto è bene specificare che non siamo come una EFI o una Confindustria, noi non parliamo alle aziende o istituzioni, noi parliamo alle Persone di queste entità, ecco perché il BAC Network può fare dei vertical-tour (es. edtech tour) eventi in giro per l'Italia con una EFI senza che si senta cannibalizzato di nulla e viceversa.

Inoltre, è bene anche evidenziare un altro tema: non siamo un fondo o un conglomerato di business angels che decide di investire nelle uniche startup sfornate dallo startup studio, perché questo è sbagliato a priori, precluderebbe agli investitori di unirsi in deal più interessanti; quindi è bene non scambiare il BAC Network dalla community che ogni startup studio o le startup stesse si fanno (un po' come i Botanici di The Spiritual Machine per chi sa di cosa stiamo parlando!).

La figura dell'Angel nasce nella Broadway degli anni 20' come supporto alla crescita di artisti emergenti per poi vederne delle altre comparse impattanti dagli anni 70' nella Silicon Valley.

Molto importante è evidenziare che il Business Angel non è sempre un individuo facoltoso, ma anzi, dall'ultimo Report che riguarda i BAC si registra un taglio medio d'investimento sotto i 29.000€ ma di solito si accede con 5.000€ anche detassati.

Ecco che allora un Business Angel per nostra esperienza può anche essere:

- Imprenditore di successo che ha co-fondato aziende che stanno portando risultati di crescita importanti o che hanno già avuto una propria vendita ad altre aziende

- Top Manager o Manager Esecutivi che ricoprono ruoli di responsabilità e con conoscenze spesso trasversali oltre che soft skills sviluppate
- Professionisti ed esperti di diritto, finanza, tecnologia, marketing e vendite etc.
- Investitori professionisti e seriali con una storia di investimento in differenti aziende
- Esperti di settori specifici con profonda conoscenza delle logiche di mercato e produzione oltre che preziosa rete contatti

Il Manager di azienda e l'imprenditore con un gruzzoletto da investire sono solitamente il target migliore anche in virtù di una potenziale exit che si potrebbe realizzare: "se ci investe è perché in qualche modo gli interessa".

Perché i Business Angel investono nelle startup?

Le Persone possono decidere di partecipare ad un BAC, per esperienza, almeno per le seguenti ragioni:

- Investire in startup innovative può avere ritorni molto significativi proprio perché si investe in una fase precoce (che è anche più rischiosa di investire in aziende più mature) e si ha accesso alle migliori opportunità grazie al processo di qualificazione (dallo sportello agli eventi live clinic fino alla due diligence)
- Volontà di diversificare il proprio portfolio d'investimenti riducendo il rischio complessivo dello stesso (oltretutto vi è una condivisione del rischio con il Club)
- Molti hanno una vocazione innata e grande passione per l'innovazione (lo abbiamo visto con la Silicon Valley ad esempio) e desiderano quindi essere parte del successo di idee nuove e rivoluzionarie
- La maggioranza dei partecipanti di solito ha a cuore contribuire attivamente allo sviluppo dell'ecosistema imprenditoriale anche locale
- Desiderio di condividere propria esperienza fornendo mentorship e influenzando positivamente la direzione e la strategia delle startup contribuendo al loro successo (a volte può coincidere anche con il rivivere il percorso imprenditoriale)
- Motivazione di avere un impatto positivo sulla società tutta e la località che si abita con senso filantropico per lasciare un segno o eredità, influenzare positivamente il territorio o l'industry...
- Alimentare la propria rete contatti grazie alla frequentazione del Club creando opportunità per sé e per gli altri oltre che uno scambio di qualità
- Autorealizzazione nell'aiutare imprese emergenti (seppur dal grande potenziale valutato)
- Possibilità di essere coinvolti come Advisor/C-Level in iniziative a forte crescita
- Portare startup a compiere una exit verso un'azienda target individuata ("Stai ancora cercando di farti il tuo prodotto? C'è una startup che fa già quello, compratela!")
- Assolvere ad un compito suo o della realtà che rappresenta di stimolare impresa, innovazione e mappare i bisogni del distretto o della geografia
- Nutrire il proprio posizionamento personale (riconoscimento e status) nei confronti di un pubblico o in altri termini fare personal branding aumentando la propria appetibilità sia verso nuovi clienti che nuovi datori di lavoro
- Essere un'ispirazione per i propri pari (ad es. imprenditori visionari verso altri)

- Potere parlare la stessa lingua con chi capisce e fare insieme cultura portando temi impattanti per le imprese al di fuori del Club stesso
- Beneficiare del materiale informativo e formativo, workshop e seminari al fine di apprendere ulteriori competenze e formarsi
- Esposizione all'innovazione nel proprio settore
- Divertimento: molti sono divertiti nel fare business, diventa uno stile di vita per così dire

Perché ha senso prendere parte al BAC Network?

Come si evince da altre sezioni del documento, le persone-tipo che si affacciano al BAC Network sono svariate ([vedi qui esempio](#)) e lo fanno per ragioni diverse, infatti il [percorso](#) che compiono da non conoscerci al pagare una quota customizzata ([vedi i pacchetti](#)) va a coprire diversi obiettivi e aspirazioni che possono avere.

In generale, senza qui fare una suddivisione per persona-tipo (riducendo la complessità di lettura), ecco alcune motivazioni per prendere parte all'Associazione e Community BAC Network (con i suoi presidi locali):

- Avere uno staff dedicato e garante di tutte le procedure tecniche e legali-burocratiche per realizzare l'investimento
- Opportunità di accedere a un Network al fine di stringere nuove relazioni profittevoli o di grande qualità
- Formazione continua per mezzo dell'area riservata, webinar, eventi offline e riunioni riservata agli iscritti
- Accedere a opportunità di investimento in startup innovative frutto di un lungo processo di qualificazione ([qui](#) viene descritta solamente la parte preliminare alla presentazione agli eventi; a seguire poi viene fatta una vera e propria due diligence)
- Diversificare il portfolio di investimenti inserendo anche ROI provenienti dall'economia reale
- Opportunità di contribuire attivamente alla crescita delle startup grazie al coaching e condivisione di know how e network con gli imprenditori (give back)
- Possibilità di co-investire con altri esperti riducendo il rischio di fallimento del proprio investimento grazie alla condivisione dello stesso
- Potere scambiare esperienza tra pari in un luogo intimo e confortevole
- Partecipare alla promozione di iniziative e progettualità per lo sviluppo del territorio e dell'economia (give back)
- Fare scouting per opportunità di acquisizione aziendale
- Vivere l'innovazione e l'Open Innovation
- Essere aggiornati costantemente sui trend economici, alert di opportunità di investimento, news imperdibili
- Potersi esporre pubblicamente come Angelo dell'Imprenditoria partecipando come relatore agli eventi o speaker nei webinar intervista (e relativo materiale di testo)

E' prevista una quota da pagare per essere iscritti al Network?

Nota bene: tutti i membri dei team promotori di BAC Locali che ricoprono ruoli attivamente sono esenti dal pagamento di quote.

Si noti che essendo un Network inclusivo abbiamo pensato anche a tutti quelli che non per forza investono in startup, è importante presidiare e fare cultura (spread the word) nonché rispondere anche all'obiettivo di sviluppo territoriale ricordiamocelo...

I pacchetti proposti sono stati impostati sulla base delle interviste condotte e da quelli esistenti in competitor diretti e indiretti (a puro titolo esemplificativo si pensi al pacchetto azienda di Business Angel Club Romagna da 2000€ per le aziende che sono 43).

I prezzi potranno essere soggetti a variazioni sia per ragioni di promozioni sia per ragioni di esperimenti condotti per ottimizzare (approccio iterativo, sempre, anche noi!).

Nota 1: la quota è da intendersi annuale.

Nota 2: alcuni benefit citati saranno attivati o accelerati non appena si inizieranno a incassare delle prime quote e sono sotto segnalati con la dicitura “[DA FARE]”.

Questo significa che nella pagina di pagamento delle quote associative comprensive di benefit, non saranno esposte le voci “[DA FARE]” per evitare di incorrere in problematiche di aspettative sbagliate, mentre rimangono quelle “[DA INCREMENTARE]” in quanto sono già incluse ma grazie alla raccolta saranno potenziate costantemente.

- **Free 0€**

Fatto per chi entra in contatto per la prima volta con il Network, per chi deve conoscere le logiche di angel investing, open innovation e startup per la prima volta, di solito cerca di capire chi frequenta gli eventi e il club ed è in fase esplorativa e partecipa al primo evento cercando anche informazioni di base.

Questo favorisce la profilazione di nuove persone e accresce la visibilità del network.

- Newsletter Base
- Bacheca News WhatsApp generale
 - (non saranno accettati ai gruppi di scambio interni alla community fintanto che non acquistano una quota)
- Video on demand e Webinar Live aperti a tutti
 - (come le interviste a Business Angel)
- Il PRIMO Evento di networking con quota di partecipazione da pagare
 - (ricordo che abbiamo un CRM che li traccia in quanto è obbligo iscriversi nei form prima di accedere agli eventi anche in virtù delle liberatorie video-foto etc.)

- Segnalare Startup allo [Sportello Nazionale di profilazione](#)
(questo ci fa gioco per arricchire il database a vantaggio di tutto il network)
- **Network e Formazione** già scontato al 50% costa **129€**

Nota bene: la quota “Networking e Formazione” è gratuita per gli studenti universitari e ITS ma non possono avere accesso alle Arene Discorsive su WhatsApp Community e al gruppo di supporto LinkedIn.

Il pacchetto è pensato per offrire una formazione strutturata con accesso a risorse base e avanzate e offrire un networking iniziale con lo scopo di costruire una community attiva e ingaggiata.

 - Tutto il Free Member
 - Accesso alle Arene Discorsive della WhatsApp Community ovvero “[Angel Investing - Fondamenti](#)”
(per dare possibilità di formarsi complementariamente all’Academy formativa)
 - 4 Eventi di networking B2B
(non specifichiamo la geografia perciò sarà sottinteso tutta Italia)
 - [DA FARE - IN FUTURO] 1 Innovation Safari Annuale: partecipazione alle iniziative nelle culle d’innovazione italiane
 - [DA INCREMENTARE] Academy Formativa su startup, business angel e open innovation
(come ad esempio i video ogni 1,5 mesi registrati di Q&A e pillole formative con Alessandro Immobile Molaro)
 - Accesso al [gruppo di aiuto per i tuoi post di LinkedIn](#)
 - [DA FARE - IN FUTURO] Coupon 70% di sconto per lo strumento di generazione Articoli e Post con l’AI
 - [DA INCREMENTARE] Newsletter Premium
 - Accesso all’[area riservata di Digital Building Blocks APS](#) (media partner) con 300+ video formativi
 - Accesso agli eventi del media partner Digital Building Blocks APS
 - Possibilità di attivare moduli di Open Innovation: Startup Competition; Call for Ideas; Call for Open Innovation; Hackathon; Startup Studio o Venture Builder
 - Possibilità di candidarsi alla squadra di un Business Angel Club Locale o Distrettuale
- **Azienda 2000€**

Nota bene: il pacchetto è valido per al massimo 7 dipendenti i cui nomi e cognomi sono comunicati in fase di pagamento

Esso è pensato per offrire visibilità alle aziende coinvolgendole come attori chiave nel panorama startup e open innovation.

- Tutto il Free Member

- Accesso alle Arene Discorsive della WhatsApp Community ovvero “[Angel Investing - Fondamenti](#)”
(per dare possibilità di formarsi complementariamente all’Academy formativa)
 - 4 Eventi di networking B2B
(non specifichiamo la geografia perciò sarà sottinteso tutta Italia; mentre sarà implicito non fargli pagare la quota di partecipazione che include ad es. quota catering)
 - Essere location prediletta per 1 evento dei 4
 - [DA FARE - IN FUTURO] 1 Innovation Safari Annuale: partecipazione alle iniziative nelle culle d’innovazione italiane
 - [DA INCREMENTARE] Academy Formativa su startup, business angel e open innovation
(come ad esempio i video ogni 1,5 mesi registrati di Q&A e pillole formative con Alessandro Immobile Molaro)
 - Accesso al [gruppo di aiuto per i tuoi post di LinkedIn](#)
 - [DA FARE - IN FUTURO] Coupon sconto 70% per lo strumento di generazione Articoli e Post con l’AI
 - [DA INCREMENTARE] Newsletter Premium
 - Accesso all’[area riservata di Digital Building Blocks APS](#) (media partner) con 300+ video formativi
 - Accesso agli eventi del media partner Digital Building Blocks APS
 - Coupon sconto 20% per moduli Open Innovation Startup Competition, Hackathon, Call for Innovation, Venture Builder
- **Esclusività e Business Angel** già scontato al 50% **499€**

Nota bene: il pacchetto “Esclusività e Business Angel” richiede di finalizzare investimenti pari ad almeno 3.000€ anno per rimanere al suo interno. La ragione principale è [questa](#).

Pensato per dare ambienti dove fare mentoring e scambio tra pari avanzato su temi di angel investing e sviluppare relazioni forti valorizzando investitori attivi e incentivando il mettersi insieme per co-investire.

- Tutto dei pacchetti Network e Formazione e Free Member inclusi
- Accesso alle Arene Discorsive della WhatsApp Community ovvero “[Angel Investing - Strategie e Best practice](#)”
(dare una forma esclusiva, asincrona, per confrontarsi e aiutarsi tra pari)
- 2 Eventi riservati a Business Angel
(non specifichiamo la geografia perciò sarà sottinteso tutta Italia; mentre sarà implicito non fargli pagare la quota di partecipazione che include ad es. quota catering)
- Intervista Live o registrata su LinkedIn e YouTube
(facoltativa e segue la programmazione editoriale)
- Post pubblico di presentazione della persona
- Inserimento nell’elenco Soci presente sul sito BAC Network (area pubblica con foto, nome e cognome, profilo linkedin)

- Possibilità di inserire su LinkedIn l'esperienza come "Business Angel" presso Business Angel Club Locale/Nazionale
- Card speciale di appartenenza al Network di Business Angel (una tessera associativa dorata)
- 1 Mentoring one to one con Alberto Giusti (di 0,75h)
- Incontri di Q&A con il team fondatore ogni 2 mesi (da 1,5h ognuno)
- [DA FARE - IN FUTURO] Masterclass "come riconoscere i founder migliori"
- [DA FARE - IN FUTURO] Alert dedicato di startup con ottimo IRL e metriche
- [DA FARE - IN FUTURO] Accesso al concorso interno con premio "Business Angel" dell'anno
- [DA FARE - IN FUTURO] Inserimento nell'elenco Soci presente sul sito BAC Network (area riservata con anche e-mail e numero di telefono)
- [DA FARE - IN FUTURO] Accesso al programma Mentor a supporto delle startup

Qual è il modello di redistribuzione della ricchezza (proventi)?

Per quanto concerne le [quote associative target](#) raccolte dai BAC Locali quindi dal BAC Network, esse vengono così redistribuite:

- 54% al BAC Locale per coprire in primis i 4 eventi annuali e tutto l'eccesso viene messo da parte come "fondo cassa"
- 18% al BAC Nazionale per la copertura di tutti i costi indiretti del service centralizzato: risorse umane operative, infrastruttura, stack tecnologico, editoria nazionale, amministrazione e legal, asset digitali per gli eventi, scouting startup, analisi e valutazione startup, project management, set up nuovi bac locali...
- 15% al Fondo Accantonamento Salva BAC per dare possibilità a chi merita, di potersi rilanciare grazie al supporto di tutti, siamo un Network!
- 10% come Fee di Segnalazione a chi, in forma privata, segnala delle quote chiedendo la "fee di intermediazione"
- 3% come Buffer Resi e Rimborsi per metterci in sicurezza qualore vi siano eventuali dissidenti

Questa redistribuzione rispecchia 4 principi fondamentali che abbiamo individuato:

1. Il Network deve continuare a crescere per capillarità (BAC Locali) e strutturarsi ulteriormente migliorando la propria organizzazione ed efficacia (BAC Network). Si ricorda infatti che siamo una rete Nazionale e proprio per questo abbiamo forza e "pesiamo" agli occhi di ogni altro player e stakeholder territoriale.
2. Il BAC Locale deve avere la copertura sufficiente a prosperare quantomeno non dovendosi "per forza" preoccupare di avere degli sponsor per i propri eventi di base. Certo, questo vuole essere anche un incentivo a pensare ad altre iniziative,

specialmente quanto rimane del fondo cassa o semplicemente reindirizzando i fondi che gli sponsor destinavano per coprire gli eventi in altro genere di iniziative.

3. “Uno per tutti e tutti per uno”. Il fatto che vi sia un Fondo dal quale poter attingere per “salvare” e sostenere temporaneamente BAC Locali ritenuti strategici e che stanno vivendo momenti di difficoltà è qualcosa che “fa il Network”.
4. L’Ambassador che segnala nuove quote associative deve avere una forma di riconoscimento del suo attaccamento alla maglia, del suo contributo

Com’è organizzata la parte editoriale gestita da BAC Network Nazionale?

Stabilito il Posizionamento del BAC Network (in parte rinvenibile anche [qui](#)), e sulla base delle esperienze pregresse sono stati condotti sondaggi per un ascolto attivo dell’intera Community e che ha visto la partecipazione di 110+ rispondenti, ottenendo importanti insights.

Alternative Rubriche
60 Novità dal mondo Open Innovation Startup (es. notizie di acquisizioni, aggiornamenti legislazione...)
48 Avvisi di opportunità di co-investimento in startup ed eventi di startup live clinic
35 Percorso per diventare Founder di Startup
42 Percorso per diventare Business Angel (es. gestione del tempo e progetti, perché farlo, chi può farlo, differenze con altre tipologie di investimenti...)
47 Storie ispirazionali e di successo (es. Scale Up che ce la stanno facendo, storie di investimenti di successo...)
47 Tavole Rotonde di confronto su problemi e sfide di Startup e Business Angel
55 Interviste per condivisione esperienze e suggerimenti da noti Business Angel
53 Cultura dell’innovazione (es. cos’è la Startup, fasi di sviluppo, cosa e quando avviene l’exit, metodologia Lean Startup...)
42 Educazione pratica all’investimento (es. tipologie di investimenti, gestione portfolio, strategie di investimento...)
52 Alert e Report su ultime tendenze (es. economiche e settori emergenti, nuovi trend di investimento...)
26 Come creare un Business Angel Club (metodi, strumenti, roadmap...)
42 Interviste alle imprese per mappare le sfide di innovazione dei settori

(esempio estratto relativo alla votazione delle rubriche)

Le informazioni raccolte hanno permesso ad Amerigo Marcelli di immaginare già delle linee editoriali e pianificare in senso strategico la comunicazione esterna secondo un tabellare che riporta:

- Chi ne beneficia (target)
- Perché ne beneficiano (obiettivo)
- Se è previsto a pagamento o libero accesso
- Come ne beneficiano (contenuto-format)
 - Cappello Contenutistico
 - Format
 - Canali di Comunicazione
 - Data di partenza
 - Sottotemi da affrontare
 - Numero di contenuti da fare
 - Frequenza
 - Sponsor

- CTA

Iniziamo con 2 prime rubriche editoriali:

- Una serie di video-interviste al Direttivo su “chi siamo, come ci posizioniamo, quali temi e argomentazioni vogliamo portare sul mercato e per quali ragioni”
- Una serie di video-interviste ai Business Angel della rete per trasferire: “come si è partiti; cosa si guarda in una startup; le sfide che si affrontano nell’angel investing; casi studio; opportunità da intercettare; cosa cercano nel BAC Network; libri e articoli e altro da leggere”

Questo è per dare uno squarcio di cosa accade.

Ad ogni modo, senza scendere ora nel micro, la Comunicazione Nazionale sarà coordinata nel ruolo operativo e strategico di “Responsabile Editoriale” da Elda Marchigiano (a Giugno 2024) insieme ad Amerigo Marcelli; Elda coinvolgerà i responsabili di comunicazione dei BAC Locali (facoltativamente) in una squadra di comunicazione Nazionale, delineerà al meglio la pianificazione editoriale e coinvolgerà la Community tutta che si è proposta in ruoli particolari a prendere parte alla produzione dei contenuti.

Ruoli	
33	Non mi interessa
19	Ricercatore
17	Moderatore
15	Scrittore e firmatario
25	Relatore / Speaker (e

(qui uno screen di numerose persone che si propongono in determinati ruoli a Maggio 2024)

Per entrare più nei meriti della pianificazione editoriale, sarà il Responsabile Comunicazione ad aggiornare la squadra del BAC Locale sull’andamento e sarà anche colui che è incaricato a portare istanze di campagne di comunicazione locali che si vogliono mettere in atto.

Nota bene: tutte le campagne di comunicazioni locali fatta eccezione di semplici contenuti one shot o dei contenuti a contorno degli eventi (lancio dell’iscrizione, racconto della serata svolta etc.), dovranno essere approvate da Amerigo Marcelli e il Responsabile Editoriale Nazionale (a Giugno 2024 Elda Marchigiano).

Qual è il percorso di un utente del BAC Network in breve?

Ecco quindi le etichette rappresentative per le persone che si avvicinano al BAC Network e il significato:

- Stranger Curioso : si è iscritto ad un evento o sta godendo di contenuti gratuiti online

- Communiter : ha compilato il form per entrare nella community solitamente a seguito di un evento (gli viene proposto di entrare con una e-mail automatica). Chi compila il form a seguito dell'evento ci restituisce informazioni preziose che permettono di proporgli il pacchetto più adeguato magari con anche una promo...
- Communiter Pagante : ha deciso di acquistare un pacchetto e in base al modo in cui vuole vivere il BAC Network avremo:
 - Communiter Networker o In Formazione : se lo fa per formarsi e fare networking
 - Business Angel se lo fa anche per investire in startup innovative capitali, rete e know how

Da un altro punto di vista ovvero quello di business, se volessimo vedere i pacchetti [qui esposti](#), ecco quali veste ricoprono le persone-utenti:

1. Lead ovvero la persona che ha mostrato interesse nei nostri confronti che però ancora non è stato qualificato, corrisponde a quello che prima ho chiamato Communiter.
Esso infatti può avere compilato un form in corrispondenza delle CTA nei contenuti video pubblicati su Youtube, oppure ha scaricato il nostro ebook sul glossario di investimento, oppure ha compilato il modulo contatti sul sito web, oppure può essersi iscritto ad un primo evento...
2. MQL (o Marketing Qualified Lead) ovvero il potenziale cliente in target che ha continuato ad interagire con i nostri contenuti e si è ulteriormente qualificato grazie alle sue caratteristiche che lo rendono più vicino a convertirsi come cliente pagante uno dei nostri pacchetti perché ha delle necessità coerenti.
Corrisponde a quello che prima ho chiamato Communiter.
Esso ha infatti dato ulteriori informazioni (ad esempio nella compilazione del [form di ingresso alla Community BAC Network](#) a seguito di un evento) diventando appetibile per il pacchetto “Network e Formazione” piuttosto che il pacchetto “Esclusività e Business Angel”. In entrambi i casi partono e-mail automatiche di proposta con promozione (evergreen) sulla base di trigger che corrispondono alle caratteristiche del contatto quindi le informazioni date nel form (email 1 e 2).
Nel primo caso significherà che hanno indicato le seguenti informazioni:
 - a. Vorrei alimentare la mia rete di contatti creando opportunità di business per me stesso o la mia azienda
 - b. Cerco nuovi soci o investitori per sostenere la mia attività d'impresa
 - c. Ho interesse ad avere informazioni aggiornate e formazione su temi legati a startup, open innovation, business angel, innovazione.
- Nel secondo caso significherà che hanno indicato le seguenti informazioni:
 - d. Voglio diversificare i miei investimenti in modo smart e condividere il rischio con altri esperti investitori del settore
 - e. Ho accumulato molta esperienza settoriale, funzionale o imprenditoriale e mi piacerebbe trasmetterla, influenzando positivamente la direzione strategica delle startup, spesso rivivendo il "fare impresa"

- f. Voglio investire in modo filantropico sulle persone con idee potenti perché la loro realizzazione è anche la mia autorealizzazione
 - g. Ho un mandato da parte di un'azienda con sfide ed esigenze specifiche e voglio incontrare la startup giusta che le risolva
 - h. Voglio diventare Business Angel per ottenere riconoscimento e status, aumentando così la mia appetibilità verso conoscenti, nuovi clienti o datori di lavoro
3. SQL (o Sales Qualified Lead) è quell'MQL che potrebbe essere pronto all'acquisto e ha quindi ad esempio risposto all'e-mail automatica che invitava ad acquistare l'abbonamento annuale con la possibilità di parlare con lo staff per maggiori informazioni.
- Corrisponde a quello che prima ho chiamato Communiter.
4. Opportunity (concreta opportunità di business) è quell'SQL che ha avuto una conversazione intensa e completa con il team di vendita (lo staff BAC Nazionale) che lo ha qualificato e prioritizzato ad esempio sul budget.
- Corrisponde a quello che prima ho chiamato Communiter.
5. Customer (o cliente) è la persona che acquista uno dei pacchetti diventando quello che prima ho chiamato Communiter Pagante nelle sue due sfaccettature: Communiter Networker o In Formazione o Business Angel.

Può capitare che tra i “Business Angel” e “wannabe” vi siano anche persone fuori target che hanno però pagato il pacchetto relativo?

Da validare in quanto non sono ancora state vendute quote (aggiornato a Luglio 2024), tuttavia è stata imposta una regola che risulterà chiave come deterrente e anche come “cura a posteri”.

“Per rimanere tra i Business Angel devi investire almeno 3.000€ entro 12 mesi dal pagamento della quota altrimenti vieni retrocesso nel pacchetto networking”.

Rimane possibile tuttavia allontanare eventuali persone non in target se il BAC Network Nazionale consultati eventualmente anche i Referenti BAC Locali lo ritiene opportuno.

Infine, non dimentichiamoci che l'acquisto del suddetto pacchetto chiamato “Esclusività e Business Angel” viene offerto solo a chi ha le [seguenti condizioni](#).

Quali sono i corsi di formazione già presenti da dare a chi paga la quota?

Iniziato l'incasso, saranno registrato nuovi video con Alberto Giusti mentre l'Editoria nazionale fa il suo per pianificare video interviste e contenuti da poter erogare con una certa frequenza.

In ogni caso, mentre i video pubblici saranno presenti su Youtube, quelli "riservati" saranno invece presenti all'interno della piattaforma gentilmente concessa da Guilds42 APS.

Basterà quindi per noi dare la lista e-mail dei paganti alla piattaforma e loro daranno una password provvisoria con la quale in fase di accesso potranno poi attivarsi l'account ricevendo l'e-mail per il cambiamento password.

Tuttavia, abbiamo già numerosi video registrati:

- Tutti gli eventi di startup live clinic con formazione di Alberto Giusti come ad esempio:
 - 1° Serata Genova [video](#) + [slide](#)
 - 2° Serata Padova [video](#) + [slide](#)
 - 3° Serata Alessandria [video](#) + [slide](#)
- [Lezione sul contesto odierno: La Seconda Rivoluzione Digitale](#)
- [Lezione sulla Finanza Tradizionale e Finanza Alternativa + Intervista di Esperto](#)
- [Corso di avviamento per avere le basi per diventare Business Angel](#) (se richiesta password inserire "admin") + [Intervista Fabrizio Badariotti esperienza Business Angel, Club Deal, Investimenti Venture Capital](#)
- [Lezione sul Crowdfunding + Intervista di Esperto](#)
- [Lezione teorica sul Crowdfunding: tutti i modelli](#)
- [Lezione sul come fare Digital Fundraising](#)
- [Lezione sul Private Equity e la Borsa + Intervista di Esperto](#)
- [Lezione sul Venture Capital e Corporate VC + Intervista di Esperto](#)
- [Lezione sul SAFE, SFP, Investor Relationship Management + Intervista di Esperto](#)
- [Lezione sul Debito, Strumenti Bancari, Minibond e strumenti alternativi + Intervista di Esperto](#)
- [Area Riservata di Digital Building Blocks APS con 250+ contenuti su Innovazione, Business e Digitale](#) (alla data di Giugno 2024 questo funzionamento in automatico spedisce una e-mail a chi ha compilato il form di ingresso alla Community; con l'introduzione dei pacchetto esso sarà sistemato di conseguenza)
Qui ci sono gli startup studio ad esempio così come il google design sprint...
- [Panoramica modi per investire in startup](#)
- [Cos'è una startup](#)
- https://academy.guilds42.com/c/1_idea/
- https://academy.guilds42.com/c/2_crescita/
- https://academy.guilds42.com/c/3_consolidamento/

Nota: a tendere, quindi non ad oggi (Luglio 2024), ci piacerebbe che ad ogni corso fossero inseriti quiz e la possibilità di scaricare un badge di riconoscimento da pubblicare anche su LinkedIn. Di questo si invita ad attendere aggiornamenti in questa stessa sezione.

Ma quindi non fate una scrematura dei partecipanti agli eventi o iscritti al club?

Certo che sì.

Per quanto concerne gli iscritti al club, i pacchetti differenti servono proprio per offrire esperienze personalizzate in base alla tipologia di persona coinvolta (uno che vuole fare networking e uno che vuole investire in startup non cercano esattamente le stesse cose o vogliono vivere le stesse esperienze). Questo significa che ad esempio i business angels avranno momenti di incontro anche diversi rispetto a chi ha altre motivazioni.

Allo stesso modo i partecipanti agli eventi vengono profilati in fase di iscrizione con almeno 2 campi importantissimi (visibili anche [qui](#)): motivazioni che li spingono ad unirsi e la situazione lavorativa. Queste informazioni, insieme a quelle di contatto e nominativi, ci permettono di avere degli elementi utili per una pre-analisi degli iscritti e con la scusa dei posti limitati decidere effettivamente chi accettare all'evento e chi no!

Quali startup conosceremo nel BAC Locale validato, come vengono trovate?

Premessa: nel [periodo di Validazione](#), come ormai ben sapete, le startup non devono sempre essere buone e dritte anzi, bene 1 dritta (con almeno metriche di validazione problem solution fit, un business scalabile e in generale da early stage; bene se ha anche metriche di product market fit e sta raccogliendo) e una meno (che non significa che ha solo l'idea però, ma a titolo esemplificativo ha un prodotto che ha venduto una volta e viene dal mondo della ricerca con intenzione di andare a mercato e quindi può imparare anche lui qualcosa...). Perché? Perché si fa cultura e si generano le precondizioni per un movimento che diventerà il BAC.

Superato il periodo di Validazione, le startup dovranno essere sempre più di qualità e quindi qualificate.

Ecco perché diventa necessario darsi più tempo per le iniziative di evento se si prevedono delle startup e usare lo [Sportello Centralizzato](#).

Nota Bene: non dovete porre limiti all'applicazione delle startup e darei a tutte la possibilità di applicare (anche più volte nel tempo) in qualunque fase esse si trovino, anche quelle che hanno solo un'idea!

Questo perché ci alimenta il database utile non solo a fini di investimento (su quelle

promettenti), ma anche per generare opportunità di business con i [partner del BAC Network](#) (advisor, società di consulenza, incubatori partner...) come forma di sostenibilità del Network che può ottenere una fee d'intermediazione che, come ormai ben sapete, verrà reinvestito interamente per la crescita del Network! Il nostro mestiere non è fare intermediazione bensì riuscire a raggiungere ogni angolo e distretto d'Italia con l'Angel Investing e lo Smart Money!

Tutte le startup che entrano a contatto del BAC Network oggi derivano dai seguenti canali:

- Persone del Team BAC Locale che cercano e segnalano allo Sportello quando organizzano startup live clinic locali
- Alberto Giusti e Amerigo Marcelli che ricevono messaggi e segnalano di compilare il [form dello Sportello](#)
- Messaggi diretti alle pagine LinkedIn dei BAC Locali

In 1 anno (a Novembre 2024) abbiamo ottenuto 200 startup profilate con semplice segnalazione one to one e inbound (cioè senza cercarle). Questo senza contare tutte quelle non profilate.

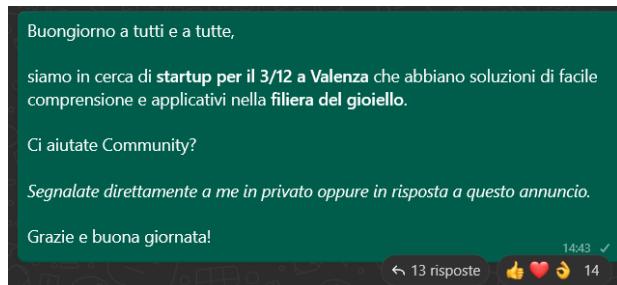
Oggi, per potenziare lo scouting delle startup ci sono diverse opzioni che vorrei dare in gestione al [Responsabile Startup team BAC Network Nazionale](#) a Novembre 2024 è Fabrizio Lunazzi.

A prescindere strategie complesse, possiamo già svolgere le seguenti azioni che portino alla compilazione del [form di profilazione](#) dello Sportello Centralizzato:

- Messaggi in Bacheca News WhatsApp Community sia quella generale a tutti i BAC sia quella di ogni BAC Locale.

Da queste azioni si evince quindi che chi possa segnalare le startup allo Sportello Centralizzato è anche un Communiter NON pagante (come indicato nel "[pacchetto free](#)") che può mandare a chi vuole il [form di profilazione](#).

Esempio di un messaggio che ha portato alla candidatura di ben 15 startup in target e 5 fuori target.



- E-mail a tutti gli iscritti a tutti gli eventi del Network
- Post LinkedIn da Alberto Giusti o da chiunque del BAC Locale da poter far circolare ricondividendolo a nostra volta

- Messaggio nel canale Telegram degli amici HiFounders/HiNetwork che hanno un database di oltre 800 startup
- In base ai desiderata degli Investitori coinvolti nei BAC Locali e/o in base ai bisogni espressi dalle imprese abitanti il tessuto imprenditoriale locale, possiamo attivare una ricerca con “call” in canali e database quali [F6S](#) (database infiniti...)
- Pescare direttamente dal [portale registro imprese](#)
- Chiedere agli “amici” del Network BAC di diffondere il form di profilazione delle startup; amici come, lista non esaustiva:
 - Acceleratori come ad es. Digital Hub (anche nel team promotore BAC Pisa)
 - Incubatori come ad es. San Marino Innovation (anche nel team in sviluppo BAC San Marino)
 - Hub d’Innovazione e Co-Working come ad es. Elevator Hub (anche nel team promotore BAC Vicenza), VareseNext (già partner location di BAC Varese) Innovalley (coinvolge anche Elda di BAC Pescara), CITEM (coordinato da Marco di BAC Livorno), Danama Spaces (fondato da matteo di BAC Prato in costruzione), Officina Business (fondato da roberto di BAC Ancona)...
 - Poli Tecnologici / Distretti d’Innovazione come ad es. Polo di Navacchio, GATE 4.0 / GATE Spa (io sono ecosystem manager), Proplast (Valentina di BAC Alessandria è una socia minoritaria)...
 - Startup Studio come ad es. Mamazen (più volte ha chiesto di presentare proprie startup), Startup Bakery; Et Similari come Marsh Yellow (e relativa community, amici miei)

Il nostro parere è che non vediamo grossi problemi a trovare startup specialmente se sono in raccolta, mentre dovremmo provare ora a pre-committare la community locale ad essere pronta ad investire in startup in base anche ai propri desiderata con o senza un Champion che condivide il suo investimento con i propri pari mostrando in cosa ha creduto.

Come vengono qualificate le startup?

[In precedenza](#) abbiamo visto come vengono trovate, ora vediamo cosa accade una volta che compilano il [form di profilazione](#) e come vengono qualificate.

Ecco il processo a step:

1. Chiunque proponga la startup manda un messaggio o una e-mail alla startup chiedendole semplicemente di [compilare il form](#) e **facoltativamente** tiene in CC uno del Direttivo BAC Network Nazionale e quindi Alessandro Immobile Molaro (alessandro.immobile@imment.it), Amerigo Marcelli (amerigo.marcelli@bacnetwork.it) e Alberto Giusti (alberto.giusti@gmail.com).
A quel punto le startup compilano il form con tutte le domande e segnalano nel primo

campo il nome del segnalatore della startup.
Il campo al quale si fa riferimento è il seguente:

FORM DI PROFILAZIONE E PRE-QUALIFICAZIONE STARTUP

COMPILA IL FORM

Chi ti ha segnalato di affidarti al Business Angel Club Network?*

Ti piacerebbe che ti segnalassimo connessioni utili in base alle esigenze della tua startup?*

Seleziona

Invia

Questo ci permette potenzialmente di generare opportunità di business che, come detto in precedenza, permettono a BAC Network di estrarre ulteriore valore al di là dei deal d'investimento, fungendo da matchmaker e riuscendo ad ottenere fee d'intermediazione da reinvestire per la crescita.

2. Le startup vanno in un database al quale ad oggi hanno visibilità solo le seguenti persone:
 - a. Alessandro Immobile Molaro & Team che hanno il compito affidato da BAC Network per la valutazione delle startup e, grazie alla partnership attiva, eventualmente sviluppare business per Imment su 2 prodotti: Smart Equity e Smart Startup (Imment un [partner validato](#))
 - b. Amerigo Marcelli in qualità di Direttore
 - c. Alberto Giusti in qualità di Presidente

Infine, la proprietà dei dati (iscritti ad eventi, startup etc.) che BAC Network raccoglie è un'ottima domanda.

Nell'arco della costruzione di BAC Network abbiamo cambiato la policy privacy più volte, proprio per capire come gestirla.

Informalmente per me rimane tutto di proprietà di BAC Network, ma FORMALMENTE, dipende dai periodi in cui sono stati raccolti i dati.

Ad oggi (Novembre 2024), essendo lo stack tecnologico utilizzato di proprietà di Digital Building Blocks APS (non profit) i dati sono di sua proprietà ma cedibili a terzi (quando c'è autorizzazione data da loro) designati che sono: BAC Network (di

Amerigo Marcelli, Alberto Giusti e Alessandro Immobile), Khoraline Srl (di Alberto Giusti), Guanxi Srl (di Alberto Giusti), Imment (di Alessandro Immobile).

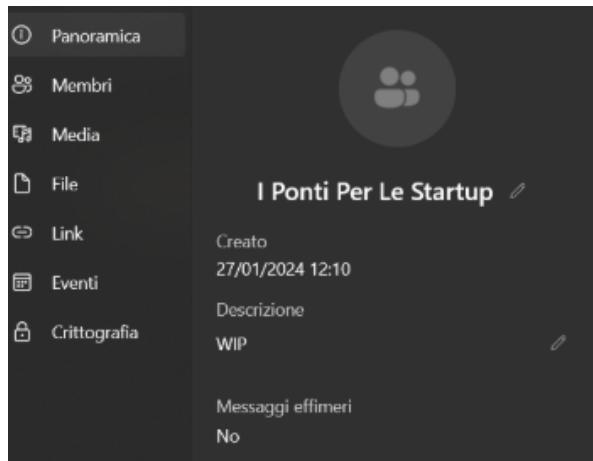
[Qui](#) vedete l'attuale policy privacy utilizzata.

3. Tutte le startup ricevono in automatico [una e-mail di conferma di inserimento](#) delle informazioni e gli comunica che ad oggi (Novembre 2024) non abbiamo un'automazione che gli restituisca un feedback negativo con eventuali spunti di miglioramento, mentre saranno contattate solo se l'esito risulta positivo per noi o in caso di interesse; vengono infine invitate ad entrare in un gruppo "[DBB Startup](#)" utile semplicemente per dargli modo di fargli chiedere info e fargli scambiare messaggi tra loro.

FOCUS -> Stiamo lavorando ora (rilascio inizio 2025) su questo aspetto:

Restituzione di un "report" che indichi l'IRL frutto della valutazione con un commento sulle motivazioni del risultato; il tutto automatizzato via e-mail non appena viene svolta la valutazione. [QUI](#) un esempio di questa valutazione con compiti per casa. Nota tecnica: grazie infatti alle informazioni inserite nel [form](#), si genera un google sheet che permette il calcolo dello scoring grazie a formule pensate sulla base della "guida alla valutazione", il database si alimenta con startup ed IRL calcolato, e poi si genera contemporaneamente un documento che grazie all'AI permette l'analisi delle risposte divise per sezione (come da "guida alla valutazione") e si evidenziano i punti di debolezza con compiti per casa; il tutto mandato via e-mail.

FOCUS -> Un'altra cosa sulla quale vorrei lavorare con il Responsabile Startup Nazionale a tendere è la costruzione e gestione di una community per gli startupper vicina al BAC Network ma separata. Una cosa già pensata a Gennaio 2024, vedere lo screen per credere...



4. Ad oggi (Novembre 2024) le startup ottengono una valutazione che viene condotta da Alessandro Immobile & Team e con il supporto occasionale di Alberto Giusti e Amerigo Marcelli. L'analisi viene svolta nel giorno in cui parliamo in modo manuale e nell'arco di circa 15-30 giorni, ma GIÀ OGGI, grazie al processo per automatizzare la valutazione ([qui](#) vedete lo scoring punteggi e [qui](#) il metodo di valutazione delle startup), stiamo lavorando ad automatizzare questa parte.

Vi ricordo anche che [qui](#) trovate la presentazione adottata alla Convention di Milano dei BAC Locali dove si fa anche un affooondo di differenza tra IRL (Investment Readiness Level) e TRL.

Questo processo, assicura che le realtà presentate siano appetibili per davvero.

Ecco ad esempio 3 startup qualificate:

- [The Spiritual Machine](#)
- [Mokapen](#)
- [Vammon](#)

Infatti, le idee sono “senza valore”, quindi in primis serve un business model chiaro (business model canvas), poi il nocciolo centrale è il problema validato.

Un po' di cultura...

[Qui](#) la presentazione dal quale sono tratte le slide seguenti.

Cos'è una startup

La startup è un'organizzazione temporanea, che ha lo scopo di cercare un business model scalabile e ripetibile – Steve Blank.

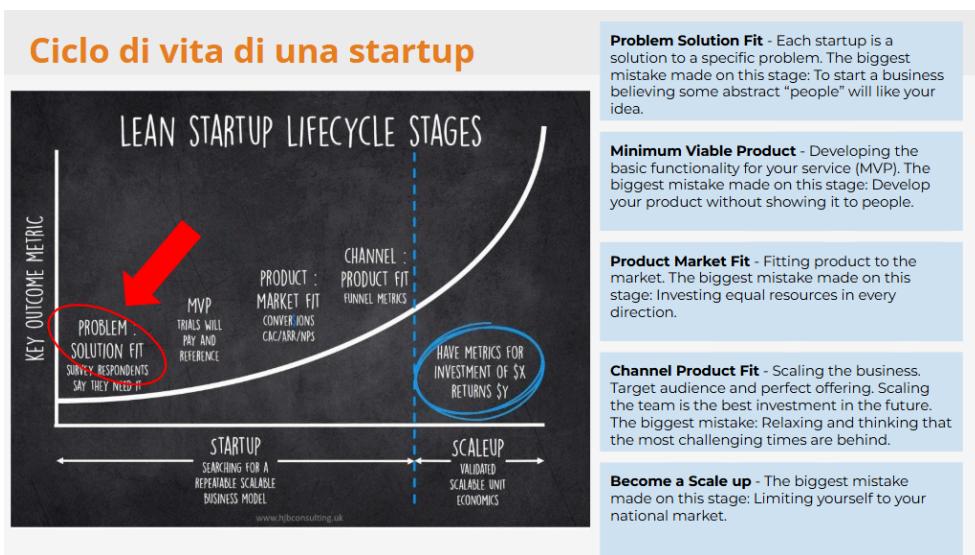
La startup è un monopolio – Peter Thiel (Paypal)

La startup è una società concepita per crescere velocemente – Paul Graham (YC)

La startup è un'istituzione umana concepita per offrire nuovi prodotti o servizi in condizioni di estrema incertezza – Eric Ries (Lean startup)

Per avere una startup di successo servono: una grande idea (e un grande mercato), un grande team, un grande prodotto, e una grandiosa esecuzione – Sam Altman (OpenAI)

3



4



5



Capita spesso che startup innamorate della propria idea o peggio, del prodotto fatto, senza alcuna metrica di validazione, si scontrano poi con la realtà dei fatti.

Si dice infatti che le soluzioni debbano essere 10 volte meglio di altre esistenti per riuscire

ad affermarsi, ecco perché non basta neanche la frase del “ma c’è chi fa già qualcosa di simile”. Non è validazione quella. Non basta fare qualcosa di nuovo...

Le persone non vogliono necessariamente innovazione e non è perché qualcuno ha inventato qualcosa che questa soluzione DEBBA affermarsi.

Si chiama mercato e si chiamano startupper quelli che riescono ad intercettare i giusti problemi e a realizzare le soluzioni che le persone vogliono.

Gli altri si chiamano "inventori" e non necessariamente hanno una vita prospera, ma normalmente sono molto contenti delle loro creazioni e si arrabbiano con il mondo che non li capisce e con la gente che non le usa.

Insomma, si rischia spesso di parlare di una “soluzione alla ricerca di un problema” quando appunto non c’è mercato per la soluzione, anche quando la logica sembra davvero interessante ai nostri occhi.

Tornando alle metriche di validazione, si consiglia la visione di [questo video](#) per capirne di più. Circa il “come validare” si può invece partire da [questo articolo](#) e da questi libri: [1](#), [2](#), [3](#), [4](#), [5](#) e [6](#).

Di solito il problema validato, quindi le prime metriche di problem solution fit, le raggiungono per mezzo autofinanziamento (in bootstrapping), chiedendo fondi ad amici e familiari i cosiddetti F&F, oppure vincendo competition e premi qua e là che danno qualcosa.

Una volta collezionate delle prime solide metriche di problem solution fit sei ancora nella cosiddetta fase seed e/o early stage e puoi essere presa in considerazione per ricevere eventuali investimenti dal BAC Network.

Altre caratteristiche tipiche che le rendono maggiormente appetibili sono:

- metriche di validazione product market fit
- team con storico di startup ed exit alle spalle
- risolvono un problema sentito e dichiarato da imprese di settore
- scalabilità del modello di business
- proattività strategica e positioning

In generale, ci risulta che le startup tendono ad affacciarsi ai BAC quando:

- Hanno un bisogno di crescita rapida dopo avere collezionato delle prime metriche di validazione a causa anche di un mercato molto competitivo
- Hanno bisogno di supporto finanziario per superare ostacoli normativi o dovuti ad alti costi di R&D che un capitale da F&F fatica a coprire
- Hanno bisogno di decidere nuove strategie di crescita della propria startup ma sentono l’esigenza di farlo affidandosi a persone con grande esperienza che credono anche nella loro realtà di business
- Hanno bisogno di evolvere il primo prototipo fatto e con il quale hanno avuto modo di validare il mercato e acquisire primi clienti chiave

Ma cos'è l'IRL e che differenza c'è con il TRL?

Investment Readiness Level								
IRL 01	IRL 02	IRL 03	IRL 04	IRL 05	IRL 06	IRL 07	IRL 08	IRL 09
Ipotesi modello di business Definizione Problema Business Model Canvas	Analisi competitiva e di mercato Analisi di mercato (trend, innovazioni) Benchmark e competitor Mappatura ecosistema (partner, relazioni strategiche)	Validazione problem-solution Customer discovery Analisi customer personas Product-user-market fit	Low fidelity MVP Creazione dell'offering (attività chiave) User requirements Journey Utenti Team (competenze e ruoli) KPI per funzione	Validazione product-market fit Definizione piano esperimenti Prototyping Test e implementazione Marketing e Branding Definizione brand identity Struttura piano editoriale Definizione go-to-market strategy Supporto a ABM (processo + operatività) Campagne ADV	Revenue model Financial Modeling (budgeting) Scalabilità AFC CRM (sales pipeline, dashboard) Creazione/analisi Business Plan	High fidelity MVP Sviluppo strutturato della soluzione	Value delivery Preparazione Final Pitch Strategie di fundraising Mappatura investitori Confronto con BA Costituzione Smart Equity (Revisione Statuto, Regolamento SFP) Bandi e agevolazioni Crowdfunding	Validazione metriche fondamentali Monitoraggio KPI

IRL: strumento per valutare le startup

- L'IRL è uno strumento strutturato per valutare il livello di **idoneità di una startup agli investimenti**
- Utilizza una serie di criteri ponderati per analizzare gli **aspetti chiave di una startup**, dall'esperienza del team alla validazione del mercato, fino alla trazione e alla scalabilità
- Ogni startup viene classificata su una scala che va **da IRL 1 (Early Concept) fino a IRL 9 (Scale Dominance)**, in base al punteggio ottenuto
- Questo metodo aiuta a valutare la prontezza agli investimenti, identificare aree di miglioramento e fornire **una guida chiara agli investitori** sul livello di rischio e le potenzialità di crescita di una startup

Metodo IRL: struttura e sezioni di valutazione

- Il metodo IRL si basa su una **valutazione** ponderata di **cinque sezioni principali**: Team e Coesione (15%), Problem-Solution Fit (25%), Validazione del Mercato e Product-Market Fit (25%), Traction Iniziale (20%), e Scalabilità e Sostenibilità (15%). Ogni sezione contiene domande specifiche, con risposte valutate su una **scala da -1 a 1**.
- Le domande chiave per ciascuna sezione mirano a valutare aspetti cruciali come l'**esperienza del team**, la **validazione del problema e della soluzione**, la domanda di **mercato**, la trazione iniziale e la **capacità di scalare** il modello di business
- Questa struttura permette una **valutazione completa e oggettiva** dello stato di sviluppo della startup

Metriche | Startup

Panoramica principali metriche

Sono riportate le principali metriche utilizzate per valutare la performance e la crescita delle startup.

Queste metriche sono fondamentali per comprendere vari aspetti dell'attività aziendale, dalla redditività alla fidelizzazione dei clienti, passando per la gestione del flusso di cassa e l'efficacia delle strategie di acquisizione clienti.

Forniscono una visione completa della salute e del potenziale di crescita di una startup, aiutando a prendere decisioni strategiche informate e a guidare l'azienda verso il successo.

MRR Monthly Recurring Revenue	ARR Annual Recurring Revenue	ARPA Average Revenue Per Account	Gross Profit Totale revenue minus COGS
TCV Total Contract Value	ACV Annual Contract Value	LTV Customer Lifetime Value	Deferred Revenue Deferred Revenue
Billings Current quarter revenue + deferred revenue from previous quarter	CAC Customer Acquisition Cost	Concentration Risk Revenue from largest customer/ totale revenue	DAU Daily Active Users
MAU Monthly Active Users	Number of login Times of sign in per month	Activation rate Numer of users taking a specific action	MoM Growth Rate Monthly growth rate
CMGR Compounded Monthly Growth Rate	Montly Churn Rate Lost customer	Retention % of original installed base still transacting	Gross Churn Rate MRR lost
Net Churn MRR lost	Burn Rate Montlty Cash Rate	TAM Total Addressable Market	MRR Projection Projection of current MRR

Importanza delle metriche

L'Early Stage di una startup è particolarmente delicata perché proprio qui tante startup falliscono.

L'attività è cresciuta, ha acquisito nuovi clienti, ha fatto profitti e guadagnato un po' di soldi, ma deve iniziare a farsi conoscere, oppure non troverà i gli investitori necessari per finanziare lo sviluppo.

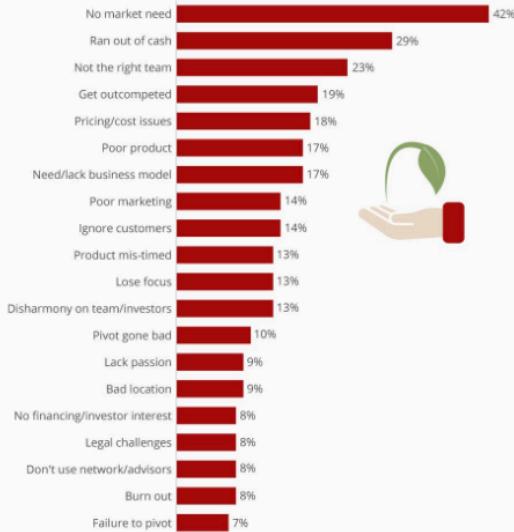
Soprattutto, deve ottenere il feedback dal mercato per definire e misurare il product-market fit, ovvero capire quanto il suo prodotto soddisfi le esigenze di mercato.

Spesso infatti, tra i motivi del fallimento c'è infatti la possibilità che il prodotto non riesca ad essere una risposta adeguata ai bisogni e ai desideri delle persone.

Si tratta del famigerato "No Market Need" responsabile del fallimento del 42% delle Startup

The Top Reasons Startups Fail

Most frequently cited reasons for startup failure*



© Statista Charts

* Based on an analysis of 101 startup post-mortems.

Source: CB Insights

statista

14

Technology Readiness Level

Il TRL (Livello di Maturità Tecnologica) è una metodologia per la valutazione del grado di maturità di una tecnologia, sviluppata originariamente dalla NASA nel 1974

Livelli di Maturità Tecnologica (TRL) secondo la Commissione Europea ^[3]	
Livello di TRL	Descrizione
TRL 1	Osservati i principi fondamentali
TRL 2	Formulato il concetto della tecnologia
TRL 3	Prova di concetto sperimentale
TRL 4	Tecnologia convalidata in laboratorio
TRL 5	Tecnologia convalidata in ambiente (industrialmente) rilevante
TRL 6	Tecnologia dimostrata in ambiente (industrialmente) rilevante
TRL 7	Dimostrazione di un prototipo di sistema in ambiente operativo
TRL 8	Sistema completo e qualificato
TRL 9	Sistema reale provato in ambiente operativo (produzione competitiva, commercializzazione)

Chi sono i Partner validati di BAC Network oggi?

Ad oggi (Novembre 2024) i partner validati dello Sportello Centralizzato e quindi BAC Network sono:

- a. Imment: ci riconosce il 10% sui prodotti Smart Equity e Smart Startup
- b. Proplast: ci riconosce il 5% su progetti fino a 100.000€ di prototipazione plastica

Con il nuovo [Responsabile Sponsorship e Partnership](#) Stefano Modena BAC Nazionale, dopo una prima campagna di raccolta sponsor sulla quale è impegnato ora, andremo a focalizzarci sulla validazione di altri Partner.

Non è oggi una priorità solo perché vorremmo IN PRIMIS che il BAC Network si reggesse su quote associative pagate dalle Persone ed eventuali sponsorship dalle aziende; altri revenue stream sono benvenuti ma secondari.

La startup vuole che firmiamo NDA che facciamo?

La accompagnamo fuori dalla porta gentilmente.

Nessun investitore firma NDA, sono le regole del gioco.

In primis perché se dovessimo firmare tutti quelli delle startup che si affacciano al Network faremo solo quello dal momento che c'è anche molto fantasia nello scriverli (e quindi necessariamente serve leggerli), inoltre molto importante: un investitore potrebbe già essere

coinvolto in progetti simili come Business Angel e questo limiterebbe la loro operatività creando potenziali conflitti di interesse.

Una startup può mentire sui suoi dati? Come la si scopre?

In fase di profilazione e qualificazione delle startup nello sportello nazionale esse vengono poi colloquiate e se necessario gli si chiede la condivisione trasparente degli esperimenti degli ultimi 12 mesi con coorte settimanale.

In fase di investimento viene sicuramente fatta una due diligence per decretare la reale valutazione al fine di determinare poi il valore di una quota sociale.

Le startup faranno l'exit poi?

Casi e dati italiani ci dicono di sì ([esempio 1](#), [esempio 2](#)), non è conseguenza ovvia chiaramente, ma il nostro obiettivo non è semplicemente investire come Business Angel e fare cultura, ma è anche stimolare il mondo dell'impresa a capire, a dirci i suoi bisogni e sfide e assicurarci che vi sia quanto più "fit" possibile tra problema e soluzione.

L'azienda potrà avanzare proposte di acquisizione in ogni momento alla startup innovativa e spesso è l'imprenditore e manager stessi che investono come business angel per conoscerne gli sviluppi, provare ad indirizzarle (senza essere nel Cda) e ottenendo così anche un proprio ritorno economico personale.

Nota bene: in una prima fase il BAC non avrà mappato nulla di tutto ciò, tale per cui sarà più focalizzata su startup ad alto potenziale senza una stimolazione all'exit "pianificata".

Inoltre, si noti che un altro modo di "fare exit" è quello di quotarsi in borsa, mercato secondario dove effettivamente avviene un exit sistematico.

Come avviene l'investimento nelle startup innovative e perché anche tu puoi farlo?

Il Business Angel Club Network agevola qualsiasi tipo di investimento nelle startup che possono essere di molteplici tipi.

Per questo seguite i corsi che abbiamo rilasciato gratuitamente ai promotori BAC Locali:

- [Corso di avviamento per Business Angel](#)
- [Corso Il mondo è cambiato, grazie alle startup](#)
- [Corso Capitale di Venture_FFFs, business Angel, club deal](#)
- [Corso Venture Capital e corporate VC](#)
- [Corso Private Equity e Borsa](#)

- [Corso Debito, Strumenti Bancari, Mini Bond e Strumenti Alternativi](#)
- [Corso Crowdfunding](#)
- [Corso SAFE, SFP, Investor Relationship Management](#)
- [Corso Finanziamento aziendale, Debito, Equity e Circolante](#)

Consigliabile anche seguire altri 3 corsi pubblici sulle basi di Startup:

- https://academy.guilds42.com/c/1_idea/
- https://academy.guilds42.com/c/2_crescita/
- https://academy.guilds42.com/c/3_consolidamento/

Ebbene, ecco 2 semplici passi da seguire per accedere ai corsi chiusi:

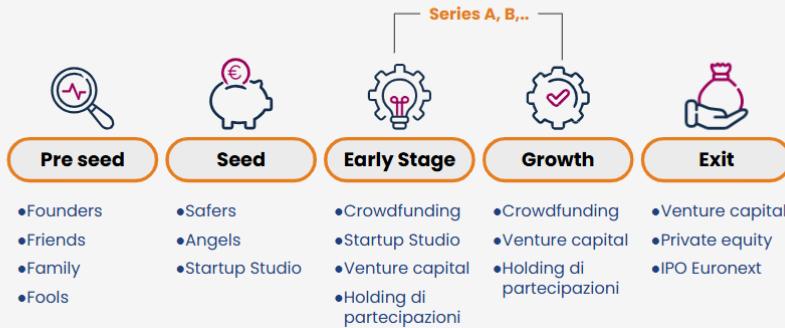
- Dopo che vi siete iscritti all'[Academy](#) e avete ricevuto e-mail per settare la password potrete avere possibilità di seguire i corsi (in quanto già inseriti nella lista utenti abilitati), infatti, ogni corso di quelli citati in precedenza viene assegnato all'utente pagante o nel vostro caso gratis.
NOTA BENE: [qui c'è la lista con i vostri account creati e una password temporanea](#) che dovete cambiare al primo accesso qualora non l'abbiate già fatto prima
- Una volta che aprite il corso per poterlo sbloccare, dovete inserire il "ticket corso" (non riutilizzabili su altri quindi ogni utente per ogni corso ha un suo ticket corso). Questi ticket personalizzati li trovate [nello stesso file con le vostre utenze](#).

Lo screen vi fa capire dov'è il campo nel quale inserire il ticket corso che trovate nel file linkato precedentemente:



In ogni caso, [qui](#) una presentazione sintetica adottata alla Convention del 26/10/2024 dei BAC Locali a scopo educativo.

Stages of Funding



Come si investe

- **Cash** aumento di capitale
- **Lavoro** work for equity

Investimento diretto

- **Aucap a pagamento**
- **SAFE / SFP**
- **Business Angel**
- **Crowdfunding**



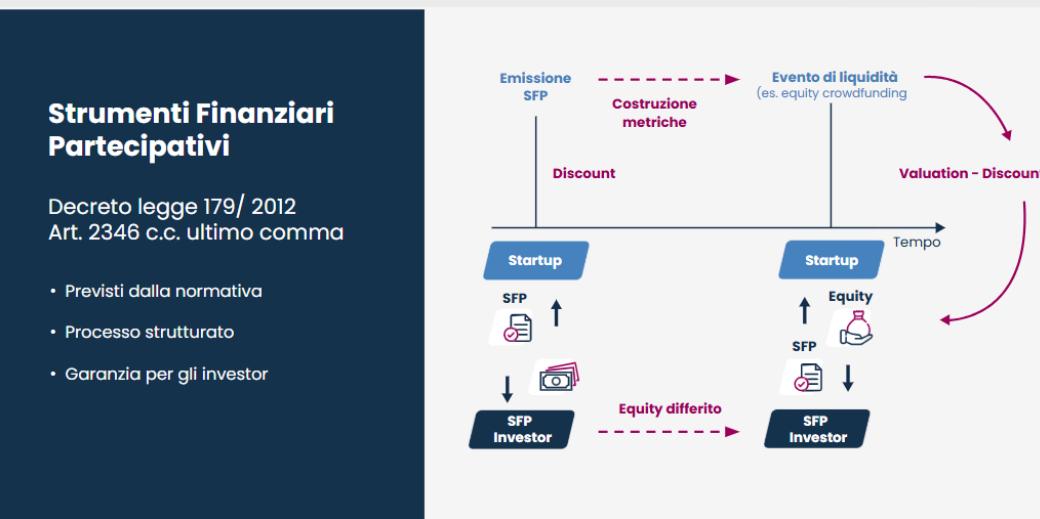
Investimento diretto

Questa opzione comporta l'investimento diretto di in quote della startup

Aucap a pagamento

Stato Patrimoniale		Aumento di capitale				
Attivo	Passivo					
<ul style="list-style-type: none"> • Immobilizzazioni immateriali e materiali • Macchinari • Computer • Auto di proprietà • Crediti (es. clienti) • Liquidità 	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio Netto <ul style="list-style-type: none"> ◦ Capitale sociale ◦ Fondi e riserve • TFR <ul style="list-style-type: none"> ◦ Debiti ◦ Banca ◦ Fornitori ◦ Fisco 	Valuation	2.000.000			
		Aucap (versamento socio D)	100.000			
		Capitale sociale / Valuation	0,005 = 10.000/2.000.000			
		Quota socio	500 = 0,005*100.000			
Conto Economico		Costituzione				
Costi	Ricavi					
<ul style="list-style-type: none"> • Merci • Servizi • Noleggi • Personale • Ammortamenti • Interessi • Imposte 	<ul style="list-style-type: none"> • Vendite • Contributi • Altro 	Patrimonio Netto	10.000			
		Capitale sociale	10.000	100%	10.500	100%
		Socio A	7.000	70%	7.000	67%
		Socio B	2.000	20%	2.000	19%
		Socio C	1.000	10%	1.000	10%
		Socio D			500	5%
		Fondo sovrapprezzo			99.500	
		Riserva legale			-	
		Altre riserve			-	

SAFE / SFP



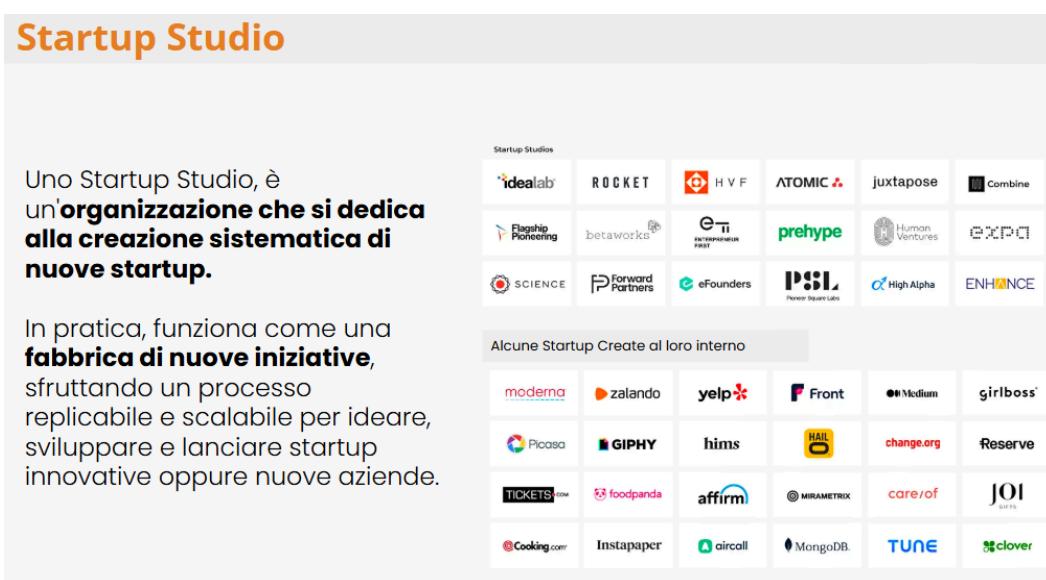
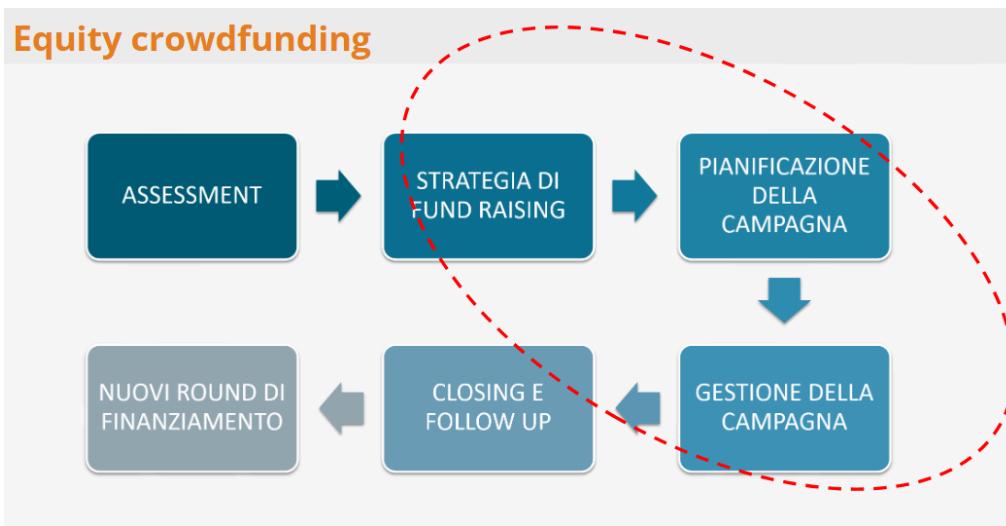
Business angel

Angel Investing

Personne con disponibilità finanziarie che in cambio di una percentuale di equity, investono parte del proprio patrimonio in nuove iniziative di business ad alto potenziale in cui non hanno relazioni familiari o personali.

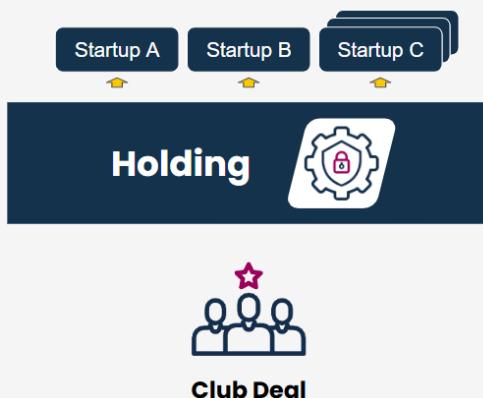
I Business Angel agiscono da soli o attraverso network. Solitamente forniscono capitale di avviamento (seed) o di crescita, ma anche consulenza e assistenza pratica.

(Wetzel, 1983; Mason & Harrison, 2000; Tenca et al., 2018).



Holding di partecipazioni

- **Beneficio fiscale 30% per il Club Deal**
- **Gestione e strategie di Limited partner**
- **Rendicontazione al Club Deal**
- **Bilancio annuale**



Venture capital

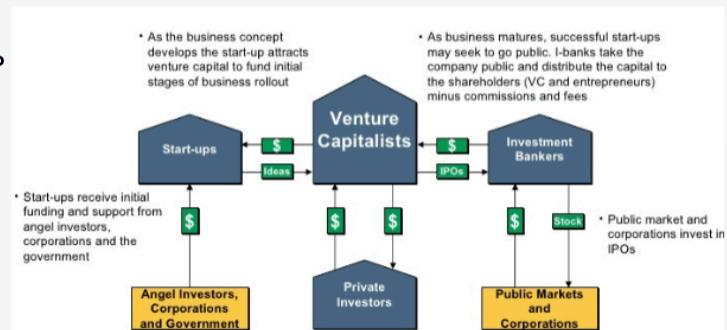
Fase 1: Selezione delle Startup

Fase 2: Due Diligence

Fase 3: Finanziamento

Fase 4: Supporto Attivo

Fase 5: Uscita (Exit)

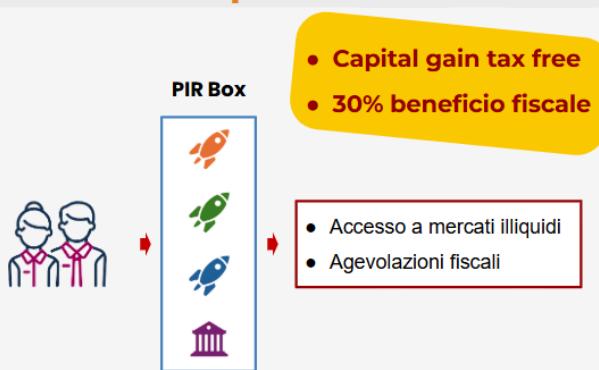


Fiduciaria



PIR alternativi - Piani Individuali di Risparmio

Aspetto	Descrizione
Fonte di finanziamento	I PIR alternativi forniscono capitale a startup innovative, spesso escluse dai canali tradizionali di finanziamento.
Sostegno all'innovazione	Investono in aziende tecnologiche che sviluppano soluzioni avanzate in settori come IA, digitale, energie rinnovabili.
Settori strategici	I PIR alternativi focalizzano gli investimenti in startup innovative operanti in settori chiave per l'economia italiana.
Potenziale di rendimento	Investimenti rischiosi ma con alti potenziali ritorni, dato il potenziale di crescita delle startup innovative.
Orizzonte temporale	Promuovono investimenti di lungo termine (almeno 5 anni), allineati con il ciclo di sviluppo delle startup.
Agevolazioni fiscali	Esenzione dalle imposte sui rendimenti per gli investitori che mantengono l'investimento per almeno 5 anni.



- I PIR Alternativi beneficiano di uno **speciale regime fiscale** agevolativo per effetto del quale sono **detassati i redditi di capitale e i redditi diversi di natura finanziaria** percepiti da persone fisiche al di fuori di attività di impresa commerciale di cui, rispettivamente, agli articoli 44 e 67, comma 1, lettere c-bis, c-ter, c-quater e c-quinquies del Tuir, derivanti **da investimenti effettuati nei PIR detenuti per almeno cinque anni**.
- E' importante sottolineare che **la non imponibilità** dei suddetti redditi è **immediata** e si consolida con il compimento del **periodo di possesso minimo quinquennale** degli investimenti.

Veicolo PEX

Participation exemption, o più semplicemente **PEX**, si intendono le plusvalenze realizzate e relative ad azioni o quote di partecipazioni in società od enti, che, in presenza di determinati requisiti, possono essere escluse dal calcolo del reddito fiscale imponibile.

4 requisiti

- Posesso ininterrotto delle partecipazioni dal primo giorno del 12° mese precedente quello dell'avvenuta cessione.
- Le partecipazioni cedute devono essere state classificate nel primo bilancio chiuso durante il periodo di possesso sotto la voce delle immobilizzazioni finanziarie.
- La società partecipata non deve essere residente in uno stato a fiscalità privilegiata
- La società partecipata deve esercitare un'attività commerciale almeno dall'inizio del terzo periodo di imposta anteriore al realizzo della plusvalenza.

Legge sulla "Promozione e sviluppo delle startup e delle piccole e medie imprese innovative mediante agevolazioni fiscali e incentivi agli investimenti".

Esenzione capital gain per startup

	Regime fiscale	
	ORDINARIO	PEX
Acquisto partecipazione	1.000,00	1.000,00
Vendita partecipazione	10.000,00	10.000,00
Capital gain	9.000,00	9.000,00
Esenzione PEX 95%	0,00	450,00
Imposta (%)	26%	26%
Imposta (valore)	2.340,00	117,00
Imposta/capital gain		1,3%

W4E per Startup

Modello strutturato di assegnazione quote a favore di **Key People**

Piano di **incentivazione** in Equity

- 01** Il **Piano di Incentivazione** in Equity prevede l'**assegnazione di quote e strumenti finanziari partecipativi** da parte delle startup innovative a favore di persone chiave in ottica strategica
- 02** I **beneficiari** possono essere:
 - dipendenti, collaboratori e componenti dell'organo amministrativo
 - prestatori di opera e servizi anche professionali
- 03** Lo scopo è di **infondere un senso di appartenenza all'iniziativa** e di condivisione di obiettivi comuni
- 04** Attraverso l'**assegnazione di quote in luogo di somme di denaro**, la Startup può sopperire ad eventuali carenze di liquidità, mentre i beneficiari dei piani sono esclusi non solo da prelievo contributivo ma anche da prelievo fiscale

W4E per Startup

Il Regolamento definisce i termini del Piano in Equity:

- i Beneficiari
- l'oggetto del Piano
- i benefici fiscali e contributivi
- la cessazione del rapporto di lavoro o collaborazione
- la sorte delle opzioni in caso di decesso del beneficiario
- il divieto di trasferimento

I beneficiari del Piano in Equity possono essere:

- i componenti del Consiglio di Amministrazione della Società
- i dipendenti della Società con responsabilità strategiche
- i collaboratori coordinati e continuativi, con o senza progetto, la cui attività sia funzionalmente collegata al raggiungimento di un risultato strategico per la Società
- i collaboratori non continuativi, anche definiti come (gli "Adviser") della società, la cui attività sia funzionalmente collegata al raggiungimento di un risultato strategico della stessa

W4E per Startup

Acquisto quote

- **Acquisto quote** con riserve disponibili
- Srl presente in visura

Adesione

- Lettera di assegnazione con **obiettivi specifici** oggettivi e misurabili
- **Vesting**
- Cliff period

Opportunity

- **Retention** persone chiave
- **Premialità** fiscalmente neutra
- **Riequilibrio quote** dei founder (riduzione diluizione)

01

02

03

04

05

Piano Equity

- Definizione delle **regole** generali di assegnazione
- Piano di incentivazione

Assegnazione

- Assegnazione **periodica**
- Assegnazione con **opzione**

Investire con SFP

Noi abbiamo spesso citato la modalità che utilizza gli Strumenti Finanziari Partecipativi (SFP) come mezzo per coinvolgere investitori, senza richiedere una valutazione immediata della società.

Il percorso consente di:

- raccogliere fondi in early stage che convertono in equity in un evento di liquidità futuro;
- indirizzare la raccolta verso Smart Investor ovvero investitori selezionati che abilitano la crescita della startup;
- governare l'evento di liquidità per la conversione degli SFP attraverso la costruzione dei fattori chiave da utilizzare in una successiva campagna di Equity Crowdfunding.

Gli SFP sono strumenti che permettono agli investitori di finanziare una società in cambio del diritto di ottenere quote in futuro. Non rappresentano immediatamente una quota della società, ma diventano tali al verificarsi di specifici eventi di liquidità, come un aumento di capitale da parte dei founder o un nuovo round di finanziamento tramite una campagna di equity crowdfunding.

I vantaggi degli SFP per gli Investors:

- riconoscimento di un beneficio o sconto del 15%-20% sulla valutazione futura;
- riconoscimento di un beneficio fiscale del 30% (alla conversione in equity);
- è più facile e veloce da negoziare;
- non ci sono costi aggiuntivi (es. spese legali, belli, ecc.);
- ha una scadenza entro la quale si convertono automaticamente in quote della società. Questo assicura all'investitore di ottenere alla scadenza una quota della società anche se (ipotesi remota) non si verifica l'evento di liquidità successivo.

Il percorso di investimento si sviluppa attraverso diverse fasi per coinvolgere gli investitori e organizzare l'emissione e la gestione degli SFP.

Ecco una panoramica dettagliata:

- Pre-Commitment.
Questa fase iniziale è fondamentale per raccogliere l'interesse degli investitori target. Comprende varie attività, tra cui:
 - Investor Profiling: profilazione degli investitori ideali tramite questionari e analisi del profilo personale, professionale, esperienze e strategie future;
 - Lettera di Intenti: raccolta di lettere di intenti (LOI) non vincolanti da investitori interessati, esprimendo la loro disponibilità a partecipare al progetto;
 - Cap-Table e Definizione di Cap, Floor, Discount e Aumento di Capitale (Aucap): prima proiezione della cap-table con definizione dei termini di conversione degli SFP. Vengono stabilite le clausole di cap, floor e discount per delineare i termini di un futuro aumento di capitale;
 - Piano di Fundraising: stesura di un piano dettagliato per la raccolta di capitali, identificando gli step necessari per coinvolgere gli investitori e definire le tempistiche;
 - Area Riservata: creazione di un'area riservata dedicata alla startup per la gestione degli investitori e della campagna di raccolta.

- Emissione SFP.
Questa fase include tutte le attività da svolgere presso il notaio per l’emissione degli SFP convertibili in quote sociali. Comprende:
 - Definizione del Regolamento SFP: redazione di un regolamento che stabilisce i termini e le condizioni degli SFP, compresi i diritti e gli obblighi degli investitori;
 - Modifica e integrazione dello Statuto sociale: aggiornamento dello statuto societario per includere (se ancora non previsti): l’emissione degli SFP, l’introduzione di diverse categorie di quote (A founder, B safer, C crowdfunding), l’obbligo di conferimento per soci con quote minoritarie (es. inferiori al 2%), e il diritto di prelazione sul trasferimento delle quote di categoria A in altri veicoli
- Onboarding e Conversione in Equity.
Questa fase si focalizza sulla gestione degli investitori e sulla preparazione alla conversione degli SFP in quote. Le attività includono:
 - Gestione del processo di investimento: organizzazione di una landing page dedicata per coinvolgere e guidare gli investitori nel processo di onboarding;
 - Costruzione della Data Room della Startup: creazione di una vetrina per gli investitori con documenti legali, metriche, investment highlights, video, informazioni sui round di finanziamento, e elenco degli investitori coinvolti;
 - Costruzione della Data Room di ogni singolo investitore: documentazione personalizzata per ogni investitore, inclusi certificati SFP, visure, e certificati per eventuali benefici fiscali;
 - Bacheca e comunicazioni: un’area dedicata per aggiornare gli investitori sugli sviluppi della startup e delle opportunità di investimento;
 - Preparazione dell’evento di liquidità: organizzazione di un evento di liquidità sistematico per la conversione degli SFP. Prevede una campagna privata di crowdfunding con pre-commitment da parte dei titolari degli SFP per alcune ore, seguita da una campagna pubblica con una valutazione più alta per massimizzare il valore creato.

Chi segue l’investimento di solito mette a disposizione una serie di strumenti pratici:

- Modelli di documenti: modelli per la Lettera di Intenti, regolamento SFP, cap-table e documentazione legale;
- Area riservata: una piattaforma online per l’onboarding degli investitori e la gestione delle informazioni;
- Questionari per Investor Profiling: strumenti per raccogliere e analizzare i dati degli investitori target;
- Data Room: un’area riservata che contiene tutte le informazioni e i documenti necessari sia per la startup che per gli investitori.
- Eventi e webinar: supporto per Call one-to-one, webinar, ed eventi in presenza per facilitare l’interazione con gli investitori.

Nella gestione dell’investimento ci sono delle Fee spettanti a chi e quali costi?

Ho chiuso accordi con la startup prima di portarla al BAC Network, devo dichiararlo?

Non sei obbligato ma essendo che sicuramente verrà a galla molto meglio esserne tutti consapevoli dal giorno zero, grazie.

Ho investito ma ora ho i soldi bloccati per quanto tempo e quando rivedrò un ROI? Ma soprattutto, lo rivedrò?

In primis devi considerare lo sgravio fiscale del

In secondo luogo grazie alla due diligence prevista prima della raccolta investimento e alla prequalificazione svolta dallo Sportello Startup Nazionale, tentiamo di fare passare le startup che effettivamente sembrano essere un buon investimento.

Tuttavia, è molto importante capire che investire denaro con uno strumento come l'SPF non ti assicura un ROI, potresti perdere il totale investito, si tratta sempre di capitale di rischio; almeno il 70% delle startup finanziate statisticamente finisce in nulla.

Per capirci, qui un estratto da ricerca (ma potreste cercare in internet diverse statistiche molto simili anche recenti) che mostra come il grande ritorno quando si investe in startup mediamente si ha dopo 10 anni.

For the period ending	Qtr.	1	3	5	10	15	20
		Year	Years	Years	Years	Years	Years
June 30, 2009	0.2	-17.1	1.3	5.7	14.3	36.3	22.7
March 31, 2009	-2.9	-17.5	1.3	5.8	26.2	34.2	22.5
June 30, 2008	0.4	4.7	13.3	11.5	33.9	33.4	21.9

L'obiettivo di ciascun investimento dovrebbe essere quello di avere grandi ritorni, ma questo è possibile se si individuano delle gemme, e noi con i nostri strumenti e la competenza stessa del Club di Business Angel, crediamo di poterle individuare e auspichiamo un abbassamento del rischio di investimento.

Cerchiamo spesso di portare casi positivi negli eventi di disseminazione dei BAC Locali così come l'esperienza dello stesso Co-Founder del BAC Network Nazionale Alberto Giusti è motivante.

Alcune gemme che fanno sognare... Ci impegniamo insieme ad individuarle?

High Performance Angel Investment	Angel/First Investors (\$000\$)	Acquisition/Current Est. Valuation (\$MM)	Estimated Value of Angel Equity (\$MM)	Estimated Return	
				Angels	Last VCs
Zynga	\$100*	\$8,500	\$86	858x	4x
Groupon	\$1,000	\$6,000	\$410	410x	5x
Twitter	\$5,000	\$3,700	\$316	63x	4x
MySQL	\$1,000	\$1,000	\$103	103x	3x
DropBox	\$100	\$300	\$16	155x	6x
Heroku	\$20	\$212	\$8	424x	4x
AirBNB	\$620	\$250	\$53	83x	3x
Weebly	\$670	\$200	\$40	60x	NA
Twilio	\$750*	\$200	\$27	35x	4x
Mint	\$750	\$170	\$12	16x	4x

*These figures are not publicly available so are based on estimates from syndicate members

Quali sono le precondizioni per far partire un nuovo BAC Locale?

Ad oggi siamo moltiplicando i BAC in diverse geografie d'Italia specialmente quelle "poco considerate" ma con un grande valore territoriale: noi non crediamo ci siano zone di serie B e zone di serie A (Milano? Torino? Naah...!), ma ognuna ha la sua peculiarità e punti di forza. [Qui potete rileggere il posizionamento](#).

Prerequisiti per iniziare con una nuova geografia sviluppando un BAC Locale sono almeno i seguenti:

- Concentrazione di almeno 20-30-40 aziende. Essa suggerisce una concentrazione di patrimonio netto elevato e persone in posizioni apicali (manager) che potenzialmente diventeranno essi stessi i Business Angel di cui il mondo startup ha davvero bisogno. Nota: è preferibile che vi si individuano da subito delle industry preferite affinché un BAC possa avere una connotazione non solo geografica ma anche e soprattutto distrettuale con un ascolto attivo delle sfide di innovazione di imprese simili, affini, di stessa filiera e così via. Utile anche capire, al contrario, se il tessuto imprenditoriale e la geografia possano risultare appetibili per le startup qualora decidessero di fare una exit "in loco" grazie al fit con i bisogni e sfide del mercato di aziende local
- Un bacino d'utenza abbastanza ampio che garantisca statisticamente un successo quantomeno di partecipazione in target. Di solito parte da 15-20.000 abitanti in su. Nota Bene: potrebbe certo essere più piccolo, ma a quel punto che sia vicino ad altri centri più ampi però...
- 2 prime persone che fungano da "genius loci" e quindi: conoscenza della geografia, rete contatti utili, conoscenza del mondo innovazione startup e open innovation. Solitamente ogni membro del Team impiega un proprio asset o effort o conoscenza locale per la buona riuscita comune del progetto. Essi sono i Campioni per la fondazione del movimento in loco e probabilmente gli stessi Referenti!

- Presenza di associazioni o fondazioni che rappresentino in qualche modo le imprese del territorio e con le quali vale la pena instaurare da subito un dialogo costruttivo

Alcune condizioni favorevoli ma NON “requisiti sine qua non” possono essere:

- Concentrazione di Investitori o persone facoltose che possono partecipare con capitali più alti per la buona riuscita di club deal sostanziosi.
Tuttavia, non è strettamente necessario perché la startup ha bisogno di rete e know how quindi Business Angel capaci e non solo di soldi (che nei round early stage sono sicuramente bassi)
- Concentrazione di neo imprenditori (o fucine di founders) e imprese innovative.
Tuttavia, non è strettamente necessario perché le startup possono sicuramente anche provenire da fuori della geografia presidiata dal BAC Locale, l'importante è che risolvano un problema / che rispondano a sfide e opportunità mappate dalle imprese del territorio
- Concentrazione di Università, Centri di Ricerca, Incubatori/Acceleratori (o enti di innovazione a vario titolo)
- Una Pubblica Amministrazione che investa in innovazione ed economia sul territorio con i fatti o accolga con favore questo genere di iniziative. Sono anche gli stessi che potrebbero asserire a fondi europei o nazionali per supportare lo sviluppo di eventi di divulgazione (a titolo esemplificativo).
Tuttavia, non è necessario perché la politica può essere un forte rallentatore spesso a causa proprio di dinamiche politiche (es. elezioni) e volontà.
Meglio coinvolgere i singoli delle istituzioni!
- Presenza di Associazioni che accolgono persone con potere economico o status: Rotary Club, Lions Club...
- Presenza di un Distretto esistente: non necessario, d'altronde spesso non funziona e potrebbe risultare limitante anziché un acceleratore. Stiamo NEL mercato e non nel sistema politico.
Tuttavia, bene se esiste e funziona, ancora meglio innestare un BAC in una Valley esistente. Possiamo essere quelli che abilitano a trovare startup in target con le sfide mappate, possiamo contribuire anche alla circolazione di capitali privati e così via.

Cosa non deve sicuramente esserci? Secondo la nostra esperienza un altro Business Angel Club.

Da chi è composto un Team locale di un BAC e quali sono ruoli e responsabilità?

Come già detto in precedenza un BAC Locale e in particolar modo i Referenti hanno una rappresentanza dell'Associazione Nazionale, ma in base alle ultime direttive non è prevista una fondazione di associazione locale per non necessità.

Importante è qui evidenziare che si fa riferimento a Persone e non ad Aziende o Associazioni. Questa cosa è essenziale perché altrimenti si portano dietro gli interessi delle

proprie attività quando essi devono essere in secondo piano, in primis ci deve essere un interesse personale.

Ecco le persone-tipo PREFERENZIALI che in base all'esperienza ha senso coinvolgere dal giorno zero per formare un Business Angel Club Locale:

- 1 Unità.
Startupper con una sua startup in validazione o già validata; di solito appassionato fortemente di innovazione e con il sogno di avere un impatto sulla società specialmente locale per rifarsi di ciò che non ha avuto lui nel suo percorso di crescita da “self-made man/woman”. Lui va e se le prende le cose, ha fame. Sempre bene tenerlo sul primo contatto ma bene anche che venga affiancato specialmente quando ha troppi “slang” nella testa (e in bocca). E’ solitamente la persona smart del team che se c’è necessità di fare qualcosa anche digitalmente parlando è in grado di farlo.
- 1 Unità.
Fondatore o Socio di Studi Commercialisti o Studi Legali più smart della media solitamente tradizionale. Ha contatti con associazioni di impresa o relazioni in ambienti e club come rotary e lions; ha authority agli occhi della maggiore ed è abituato a lavorare con partner essendo spesso nel mezzo dei processi di execution di business e quindi utile per un primo coinvolgimento di persone chiave oltre che saper stare ai tavoli con anche un linguaggio più solido e forbito di altri. Di solito lo fanno perché vedono un modo per diversificare i propri revenue stream (startup, m&a...) oppure per brand reputation.
- 1 Unità.
Persona che tra le altre, è anche rappresentante di Catalizzatore d’impresa o Rappresentanza delle stesse, bene se include “industriali” che di solito hanno anche un buon patrimonio economico personale (Unione degli Industriali es.)... Questo può farci accedere più facilmente sia alla mappatura delle sfide sia al coinvolgimento di futuri business angels. Bene anche federazioni come Federmanager perché gli stessi Dirigenti hanno competenze e rete utile in ottica smart money...
- 1 Unità.
Consulente di business e innovazione o CEO di un’azienda di consulenza che ha solitamente energia e forza conoscendo il valore del networking essendo di solito un canale importante per la sua stessa attività. Egli è in grado di avere una propensione all’ascolto di feedback durante il processo di sviluppo ed è solitamente disposto a mettere a fattor comune la propria rete di relazioni. Importante è che abbia già una sua authority o che non sia conosciuto come un “venditore” altrimenti è contoproducente.
- 2 Unità.
Manager di aziende di solito Senior oppure Top Manager che vuole aumentare la propria appetibilità sul mercato e vuole iniziare a creare e nutrire un personal brand mentre fa qualcosa di buono per il territorio magari dove decide di vivere e lavorare. E’ bene che i 2 Manager lavorino in aziende di medie dimensioni oppure PMI, non è necessario siano in multinazionali o grandi imprese. Meglio 1 e 1.
Nota bene: le aziende in questione non devono essere di servizi o per intenderci SaaS, Software House, Consulenza etc., c’è già il Consulente sopracitato a riguardo.

- 1 Unità.

Imprenditori smart o visionari / innovativi che non ha semplicemente un'azienda, ma credono che sviluppare un ecosistema serve non solo al territorio ma anche furbamente alla propria azienda per posizionarsi, per creare asset quindi valore aziendale, per creare nuovi canali di generazione di revenue. Oltre a ciò, vogliono essere un baluardo di cambiamento, un agente di cambiamento nel proprio settore di riferimento spesso passivo, fermo, a volte vecchio. Sono quelli che negli eventi tra industriali parlerebbero ore delle nuove tecnologie e di quali progetti di innovazione ha approvato per la propria azienda.

Nota bene: le aziende in questione non devono essere di servizi o per intenderci SaaS, Software House, Consulenza etc., c'è già il Consulente sopracitato a riguardo.

- 1 Unità.

Business Angel VERO perché di solito ha conoscenza di ambito, restituisce credibilità e di solito conosce il mondo dell'impresa (spesso ha fatto già exit) e a volte è coinvolto in progettazioni di stampo pubblico per sviluppo economico e innovativo del territorio. Spesso conosce altri come lui. Potrebbe oltretutto farsi esso stesso da Champion nel prossimo deal di investimento in startup!

- 1 Unità.

Studenti universitari o di master, ITS, giovani gualdi che hanno voglia di costruirsi un futuro grazie al networking e soprattutto di imparare e conoscere le logiche di funzionamento e sono avvezzi al "fare operativamente" e possono essere di aiuto in numerosi momenti dove altri "mancano".

Altre persone-tipo utili nella composizione di una squadra che non per forza devono essere all'interno dal giorno zero e possono anche essere tenute in un livello secondario rispetto al team core e vale a dire quelle persone da coccolarsi quasi come fossero compagni di squadra:

- 1 Unità.

Influencer locale / Super PR Locale o Leader di un Club d'influenza (rotary, lions, massoneria...): una persona molto influente localmente che traina la partecipazione della massa e ha contatti con tutte le persone chiave ed enti della geografia così come location e catering eventuali.

- 1 Unità.

Responsabile di un Ente di Innovazione come Incubatore, Acceleratore, Centro di Ricerca, Centro di Trasferimento Tecnologico, Polo di Innovazione, Startup Studio, Venture Builder... di solito fa bene alla loro vocazione e al loro business per questo trovano utile sia la logica del BAC che di open innovation.

- 2 Unità.

Studenti universitari o di master, ITS, giovani gualdi che hanno voglia di costruirsi un futuro grazie al networking e soprattutto di imparare e conoscere le logiche di funzionamento e sono avvezzi al "fare operativamente" e possono essere di aiuto in numerosi momenti dove altri "mancano".

- 1 Unità.

Rappresentante di Gruppi di Asset Management o Fondi di Investimento a vario titolo o Gestore di Patrimoni in Banca (meglio se private banker) a vario, molto utile

specialmente per consolidare anche la parte di “siamo qui per aiutare e dare soldi e non è una markettata!”

- 1 Unità.

Rappresentate di Pubblica Amministrazione come Camera di Commercio, Assessore allo Sviluppo etc. che hanno il compito di agevolare queste iniziative, fa parte del loro lavoro...

La squadra locale come in ogni progetto che si rispetti deve darsi dei ruoli e responsabilità seppur informali, anche per comprendere chi forse non è molto “committato” e quindi andrebbe sostituito. L'ownership ci permette di essere tutti consapevoli.

I ruoli possono, in alcuni casi, essere ricoperti da una stessa persona anche se si consiglia un team numeroso e per questo evitare sovrapposizioni.

Nota bene: i ruoli vengono scelti e validati insieme a un membro del BAC Nazionale di solito Amerigo Marcelli:

- Referente: il frontman/woman del BAC Locale che porta la sua rappresentanza al BAC Nazionale (salvo che mandi il Direttore/Project Leader) e che di solito è la persona che con maggiore authority oppure l'iniziatore del progetto locale. Ad ogni modo la leadership deve essere solida e per questo non potrà imporsi come tale ad ogni costo. Di solito è un ruolo che viene dato dal BAC Nazionale in quanto nelle prime fasi di nascita del BAC Locale Amerigo Marcelli sarà sempre presente e quindi conosce la situazione e come ente neutro/terzo può essere meno scomodo nel designarlo sollevando anche da potenziali conflitti interni.

La caratteristica più importante di questo ruolo, è quello di avere sempre a cuore la visione progettuale, saper trasferire direttive e guide e agevolazioni dal Nazionale al team Locale, tenere un canale comunicativo sempre aperto e trasparente e di fiducia tra il coordinamento Nazionale e il BAC Locale.

- Project Manager / Direttore Esecutivo: colui che si assicura che tutti arrivino agli obiettivi stabiliti ed eseguano le proprie attività entro le date concordate (mentre sono liberi sui modi entro certi limiti che non minano la sanità del gruppo e del progetto). Egli è anche custode della continuità, laddove non è il Presidente/Referente a farlo sarà la figura che si sostituirà o rafforzerà la visione a lungo termine del progetto. Nessuno, men che meno il BAC Nazionale vuole BAC Locali che muoiono dopo poco.

Il Project Manager è di solito la persona che tiene aggiornato il [Pannello di Controllo](#) che tiene traccia per sé e per tutta la squadra (e le generazioni future) dell'avanzamento del progetto; aggiorna quindi con recap il restante del team assente nel gruppo whatsapp “BAC Città Management”, organizza i momenti migliori per fare le riunioni, fornisce link ai documenti utili a tutti e li inserisce nella descrizione del gruppo whatsapp interno (“BAC Città Management”)...

Infine, ma non per questo meno importante, il Project Manager è anche la persona che fa rilevazioni interne sulla qualità del lavoro cioè che tutti partecipino allo sviluppo del progetto e misura anche il grado di soddisfazione dei membri del team

cercando di proporre soluzioni o trasmettendo difficoltà al Referente del BAC Locale o al BAC Nazionale (Amerigo Marcelli)

- Responsabile Startup: la persona che di solito ha rapporti con molte startup, le propone o le cerca, le fa registrare allo [sportello nazionale di profilazione e qualificazione](#) in accordo con il team e senza prendere prima impegni se non si è in grado di valutarle, gli comunica per tempo data e luogo di un evento dove parleranno, gli fa firmare il [documento di linee guida per startup per pre-evento e "Anti-NDA"](#) che ci tutela da ogni genere di lamentela su materiale divulgato anche via live streaming social ad esempio, le presenta durante l'evento, intrattiene rapporti con loro...
- Responsabile Comunicazione (coinvolgimento) ed Evento: ingaggia la community locale per mezzo dei canali di comunicazione quali Pagina LinkedIn, Bacheca News WhatsApp, Gruppo WhatsApp di Disseminazione. Egli è anche responsabile della buona riuscita degli eventi quindi della logistica, location, catering, suggerisce e ragiona format con la squadra e si assicura che il check-in agli eventi venga fatto facendo registrare tutti i partecipanti nella pagina di registrazione (a scopo sia di avere le informazioni sia di permessi legali lasciati per mezzo della [nostra policy privacy](#)) e si assicura che venga fatta firmare la [liberatoria per video e foto e trasmissione live streaming](#) (anche per il minore accompagnato eventuale) A MENO CHE NON SI SEGUE IL PROCESSO DOVE REGISTRANDOSI NELLA PAGINA DI REGISTRAZIONE DELL'EVENTO C'E' UN FLAG APPOSITO CHE SONO OBBLIGATI AD ACCETTARE SOLLEVANDO DA OGNI PROBLEMATICA.

Digital Building Blocks protegge la privacy degli utenti e utilizza i dati personali solo per gestire gli account e fornire i servizi richiesti.

- Accetto di ricevere altre comunicazioni dal Media Partner Digital Building Blocks per conto di Business Angel Club
- Autorizzo alla produzione e divulgazione di foto e video che mi vedono partecipare all'evento*

Per fornirti il servizio richiesto, dobbiamo archiviare e utilizzare i tuoi dati. Se acconsenti, seleziona la casella seguente:

- Consento a Digital Building Blocks di archiviare e elaborare i miei dati personali.*

Per maggiori dettagli, consulta la nostra [Informativa sulla privacy](#)

Iscrivimi

Inoltre, si fa firmare l'anti-NDA per gli ospiti generici ([documento dedicato](#)).

La stessa persona è di solito anche quella un più smart digitalmente (non per forza) e che aiuta il resto del team con gli strumenti e processi digitali oltre ad assicurarsi ad esempio che il set up per il remoto di un evento sia bene impostato, piuttosto che si appuntino le informazioni utili ai propri colleghi di altri BAC Locali come alimentare [questo database](#).

Nota: quando il Project Manager ha necessità di supporto sul fronte gestione operativa allora sarà il Responsabile Comunicazione a dare manforte e a fare da backup/alterego.

Il Responsabile Comunicazione viene coinvolto nel gruppo editoriale nazionale senza obbligo di partecipazione attiva, sarà però tenuto ad aggiornare il team locale qualora vi siano domande sulla pianificazione della comunicazione del BAC Network Nazionale e sarà anche l'incaricato a portare istanze di campagne di comunicazione

che si vogliono fare localmente in quanto dovranno essere approvate da Amerigo Marcelli e Responsabile Editoriale Nazionale (Elda Marchigiano a Giugno 2024).

- Responsabile Investitori: si preoccupa di trovare nuovi investor, di solito desidera fare il Champion nell'investimento in startup o ne trova uno, gestisce e coordina insieme al Nazionale il Deal di Investimento che si genera e tiene viva la relazione anche one to one con gli investor che abitano una determinata geografia. Si consiglia che questa figura sia lo stesso Referente/Presidente.
- Responsabile Partnership e PR Locali: accoglie ed elabora richieste di partnership o sponsorship da enti di innovazione (incubatori, acceleratori), fondi (VC...), location (co-working...), fondazioni, banche... Sicuramente si attiva per cercare di aumentare la notorietà del club locale con anche media, avvicinando e intrattenendo rapporti con altre associazioni (ad es. Rotary) e lavora per chiudere quante più partnership strategiche possibili. La persona è anche quella che di solito si occupa di ricercare Sponsor e chiudere sponsorship ([qui esempio di accordo sponsorship per evento](#)); così come è la persona che si occupa di ottenere un patrocinio ([vedi esempio di richiesta con modulo da sito istituzionale e dati da inserire](#)); così come è la persona che contatta i giornalisti invitandoli all'evento ([vedi e-mail di ingaggio e template comunicato stampa](#))

Nota bene: ogni partnership strategica deve essere validata con il BAC Network Nazionale e quindi sarà necessario trattarla in un allineamento ricorrente chiedendo la partecipazione di un membro del nazionale come ad es. Amerigo Marcelli

- Responsabile Open Innovation e Imprese: è la persona con maggiori conoscenze nel mondo impresa, vuoi perché rappresenta un'aggregazione di imprese (es. Unione Industriali) o vuoi perché è un imprenditore con forti legami tra i suoi pari; il suo obiettivo è stimolarne la partecipazione agli eventi e provare a disseminare logiche di open innovation cercando di attivare delle iniziative a riguardo insieme alla squadra.

Si noti che ad oggi il Nazionale supporto su tutte le funzioni ma è consigliato avere dei Responsabili che possano anche sostituirsi su alcune o essere complementari in altre.

Quali persone-tipo potrebbero farvi perdere tempo in un potenziale team di BAC Locale?

Pur sapendo che NON si possa fare di tutta l'erba un fascio, l'esperienza suggerisce di evitare:

- Quelle persone che non curano affatto LinkedIn, è solo uno dei tanti sintomi di chiusura e poca comprensione dell'innovazione
- Dipendenti di Pubblica Amministrazione che non ha davvero potere decisionale o influenza le decisioni dell'ente
- Middle management o operatività di aziende senza già una comprovata esperienza precedenza nello sviluppo di rete di contatti

- Quelle persone che non rispondono alle tue e-mail per più di 7 giorni: hanno troppe priorità prima del BAC Locale, occuperebbe solo un ruolo inutilmente e aggiungerebbe noise
- Puri segnalatori o opportunity seeker (sotto varie vesti, bene indagare effettivamente come operano con la società che paventano) che vogliono guadagnare soldi (anche sotto forma di success fee) nel breve termine in quanto sminuirebbero l'intera visione progettuale pur di ottenere un ritorno sui propri deal personali e sarebbero i primi a lasciare appena vedono che da un BAC Locale non si guadagna direttamente
- Quelle persone inoccupate e che cercano attivamente lavoro: potrebbero lasciare non appena ne trovano uno mettendo in seria difficoltà lo sviluppo del BAC Locale
- Quelle persone che hanno la reputazione di fare 20 cose e non ne fanno 1, in altre parole hanno la sindrome di essere ovunque per dire "io ci sono"
- Quelle persone che si sono presentate ad un evento e hanno avanzato troppe critiche senza nemmeno essersi davvero informate. Aggiungeresti problemi nel team, assicurato
- Chi propone investimenti alternativi al BAC... Non pensavo di doverlo specificare ma...
- Chi già fa un lavoro di intermediazione di investimento tra startup e investitori e pur facendolo male per il mero scopo del suo guadagno percentuale, ecco, ahimé non lasceranno che una struttura scali le loro operation personali trattenendosi la loro parte...
- Chi aspira già in origine ad avere una propria governance locale di associazione: no, abbiamo evidenze che ciò porti a fallire (Custodi del Successo ad esempio)
- Chi non condivide i propri contatti per "gelosia" usando la scusa del "è prematuro". Tutti siamo sulla stessa barca, meglio tenerlo fuori

Cosa ci guadagno dal fare un BAC Locale?

Crediamo di avere posto premesse ovunque sul fatto che da questo progetto NON ci si guadagni, tuttavia, abbiamo creato le condizioni affinché le persone possano comunque guadagnarci indirettamente.

Il BAC è una non profit ed è un progetto tendente al networking, non va vista come un'azienda; questo significa che i primi vantaggi non economici da rinvenire sono i seguenti:

- Alimentare una percezione di sé sul mercato e sul territorio che ci posiziono come esperto di temi all'avanguardia (es. Open Innovation) e sviluppatore dell'economia del territorio.
C'è chi lo fa perché diventa più appetibile nella carriera professionale, chi lo fa perché aspira a incarichi secondari nella PA locale, c'è chi lo fa perché ha finalmente argomenti dei quali parlare con serenità e forza coinvolgente e così via.
- Alimentare la propria rete di contatti trovando clienti (siano esse aziende strutturate o startup), partner...

Questo genere di eventi funge da possibilità di mettersi al tavolo con interlocutori aziendali interessanti in modo informale e grazie ad interessi comuni (togliendo qualunque alone commerciale di torno :))

- Attirare soggetti Business Angel per fare co-investimenti redditizi e individuare le gemme che esploderanno, diversificare il proprio portafoglio...
- Perseguire la propria passione a temi legati al futuro e all'innovazione, essere parte dello spirito del tempo esponenziale e fruire gratuitamente di formazione di alto livello
- Desiderio di condividere il futuro e presente innovativo con chi ancora non lo ha nemmeno visto arrivare, come forma di "altruismo" e lasciare un segno, una eredità

Oltre quanto detto, gli appartenenti alla squadra del BAC Locale hanno anche le seguenti opportunità di guadagno diventando anche dei veri e propri "Innovation Expert" locali:

- 10% del valore delle quote pagate dai nuovi soci iscritti al BAC Network Nazionale
- 10% sul totale del deal chiuso con le aziende o enti di innovazione o PA, rispetto ai moduli di Open Innovation + € rispetto all'operatività se si vuole partecipare anche alla fase di delivery.

I moduli (lista non esaustiva) sono:

- Venture Builder e Startup Studio / Corporate Accelerator (a partire da 20.000€)
- Call for Open Innovation (a partire da 10.000€)
- Startup Competition / Innovation Awards (a partire da 12.000€)
- Call for Ideas (a partire da 10.000€)
- Hackathon / Idea Box (a partire da 5.000€)
- Corporate Intrapreneurship (a partire da 20.000€)
- Ecosystem Mapping (a partire da 12.000€)
- Innovation Need Collection / Mappatura sfide di innovazione (a partire da 8.000€)

Nota bene: tutti i prezzi sono indicativi e di partenza, progettiamolo insieme in base alle necessità.

Nota bene 2: l'Innovation Expert può anche avvalersi di partner locali per la delivery ma tenete conto che l'Ecosistema attorno al BAC Network queste cose le fa e le ha già fatte...

- 30% sulle Sponsorship chiuse
- 10% sul totale del deal chiuso con le aziende o enti di innovazione o PA, rispetto ai servizi venduti + € rispetto all'operatività se si vuole partecipare anche alla fase di delivery.

I servizi sono riconducibili alla seguente [scheda tecnica disponibile grazie agli ecosistemi partner](#)

- 60% sulla fee del BAC Network rispetto ai deal chiusi con le startup, ad esempio quelli che Imment chiude quando vende servizi di gestione del funding Smart Equity piuttosto che Smart Startup per il set up documentale; oppure quelli che il Mentore/Advisor sia essa società (StartupGeeks esempio) sia essa persona chiudono fornendo servizi di marketing&sales, operations e così via.
Si fornisce qui una lista partner aggiornata ad oggi (Luglio 2024)
- 35% della fee che BAC Network si tiene in un deal di investimento in startup per la parte degli investimenti segnalati
- 15% della fee che BAC Network si tiene in un deal di investimento in startup per la parte di introduzione della startup allo sportello nazionale (che è poi risultata appetibile alla raccolta)

Infine, gli appartenenti alla squadra hanno anche i benefici riservati ai paganti quote di iscrizione al BAC Network Nazionale che si risparmiano e quindi:

- -600€ (risparmiati)
- Newsletter Premium
- Accesso agli eventi organizzati anche quelli esclusivi riservati ai soli Business Angel
- Accesso all'academy formativa
- Coupon sconto di 70% per lo strumento di generazione articoli e post con AI (più forte / migliore di qualunque altro presente sul mercato)
- Accesso all'area riservata con 300+ video educativi e formativi di Digital Building Blocks
- Confronto e mentoring one to one con Alberto Giusti
- Tessera associativa di appartenenza (appena si sblocca il budget)
- Inserire su LinkedIn l'esperienza come Co-Founder del BAC Locale
- Tutto quanto sarà riservato nel futuro ai paganti

Voglio fare un BAC Locale, quali primi passi devo compiere?

Come Iniziatore di un nuovo BAC Locale, dovrà compiere i seguenti primi passi:

1. Ci sono due casistiche di partenza:
 - a. Iniziatore non ha ancora mai conosciuto nulla del progetto quindi ad oggi (Luglio 2024) farà un primo incontro con Amerigo Marcelli per un primo debrief
 - b. Iniziatore ha conosciuto già qualcuno del BAC Network Nazionale o BAC Locale che gli ha illustrato il progetto e allora sarai messo in contatto via e-mail di solito ad Amerigo Marcelli per procedere con i punti seguenti
2. Amerigo Marcelli invia via e-mail in modo sintetico le [precondizioni](#), il [Company Profile del BAC Network Nazionale](#) e la [lista delle persone-tipo per la squadra](#).
3. Iniziatore:
 - a. si accerta che le [precondizioni](#) siano superate
 - b. legge e comprende il [Company Profile del BAC Network Nazionale](#) per poterlo raccontare
 - c. pensa già a quali persone-tipo si hanno nella propria rete rispetto a [quelle indicate qui](#)
 - d. Prende visione del seguente disclaimer:

“E' qui importante specificare che sviluppare un BAC Locale avrebbe un costo di almeno 10.000€ stimato.

Questo significa che se si decreta di farlo insieme, bisogna ricordare del fatto che avete approfittato di know how, guida, asset, notorietà e tutto il resto in modo totalmente gratuito e che questo denota un patto che ci facciamo che è quello di serietà (se ve ne approfittate sarete nella black list italiana e probabilmente messi alla gogna pubblicamente) e continuità (nei limiti del possibile e del sensato).

Qualora foste in grado di fare tutto in autonomia, dal BAC Locale agli altri pezzi di puzzle per fare sviluppo del territorio, liberi di farlo, anzi si invita a farlo, ma evitate di fare perdere tempo.

Grazie, la Direzione”
4. Amerigo Marcelli e Iniziatore fanno un incontro con Amerigo Marcelli per parlare delle prime riflessioni compiute dall'Iniziatore e un Q&A, in base alla valutazione sull'affidabilità della persona Amerigo Marcelli manderà anche la guida interna

A cosa mi serve il gruppo whatsapp “Bacheca News BAC Locale”?

Prima di fare il primo evento/iniziativa e quindi in un primissimo momento di disseminazione e raccolta manifestazioni di interesse del BAC Locale, il gruppo whatsapp “Bacheca News BAC Locale” serve a:

- aggiungere i primi "followers" dell'iniziativa, conoscenti, "amici" in target
- stimolare il networking b2b semplicemente ad esempio chiedendo ad ogni nuovo entrato/aggiunto dal team di presentarsi agli altri appartenenti al gruppo.
Nota bene: in questa prima fase il gruppo sarà infatti lasciato aperto, ovvero chiunque potrà scrivere messaggi
- ad avviare una prima arena discorsiva sui temi trattati, facendo anche primi sondaggi su dove dovremmo concentrarci localmente secondo i primi arrivati.
Nota bene: tutte le suggestioni sono sempre da prendere con le pinze e prima di prendere decisioni di direzioni diverse confrontarsi con il BAC Nazionale e in particolare Amerigo Marcelli che ne ha viste un po' e può dire ad esempio "perché non ascoltare alcuni suggerimenti"

Una volta partiti con una prima iniziativa il gruppo avrà le seguenti funzioni:

- Annunci di iscrizione agli eventi
- Annunci interessanti lo sviluppo del BAC Locale
- Condivisione di post pubblicati nella pagina LinkedIn del BAC Locale per aumentare la loro reach
- Promemoria/reminder degli eventi
- Follow up agli eventi con ringraziamenti e call to action a compilare form di feedback, manifestazioni di interesse nelle startup, iscrizione alla community nazionale...
- Pubblicare annunci di partnership o sponsorship
- Condividere notizie locali di interesse
- Pubblicare sondaggi per coinvolgere la community locale nelle decisioni

A cosa mi serve il gruppo whatsapp "BAC Città Management"?

A prescindere dal momento di vita del BAC Locale, il gruppo "BAC Città Management" servirà sempre:

- Come Arena discorsiva interna e discussioni informali
- Per confronti interni su decisioni anche in asincrono
- Per risolvere eventuali conflitti interni
- Prendere decisioni comuni
- Tenere aggiornato il team sugli avanzamenti decretati negli incontri ricorrenti e quindi fare un recap solitamente affidato al "Project Manager"
- Organizzare riunioni, solitamente compito affidato al "Project Manager"
- Permette a tutti di dare feedback interni
- Gestione degli eventi, infatti anche il BAC Nazionale durante l'esecuzione degli eventi lo utilizzerà per comunicare con il team locale fornendo feedback migliorativi real time
- Come repository di link utili che sarà solitamente il "Project Manager" a inserire nella descrizione del gruppo

Com'è strutturato il Drive del BAC Locale?

Ci sono 2 macro cartelle tendenzialmente:

- BAC LOCALE_TOOLKIT : questa conterrà tutti i file di base per il BAC Locale che derivano dai [seguenti](#) predisposti dal BAC Nazionale
- BAC LOCALE_INIZIATIVE : questa conterrà ogni sottocartellina per ogni iniziativa locale come ad esempio un evento, una call for open innovation e così via

Come qualificare le persone da coinvolgere in squadra e come formare la prima squadra per dare il via ufficialmente al BAC Locale?

Quando l'incontro con Amerigo Marcelli del BAC Nazionale è avvenuto e il primo Q&A è smarcato così come le prime informazioni-guida sono state date all'Iniziatore, e si decide di proseguire nello sviluppo del BAC Locale, ecco i passi che l'Iniziatore (e di solito anche Referente) del BAC Locale futuro dovrà compiere:

1. Iniziatore BAC Locale individua compagni di viaggio rifacendosi alle [linee guida qui esposte](#) circa le persone-tipo da coinvolgere in squadra
2. Iniziatore BAC Locale fa incontri one to one e si assicura di:
 - a. Conoscere chi sono e cosa fanno dal punto di vista professionale e personale
 - b. Laddove sono loro ad averci cercato chiedere come sono venuti a conoscenza di noi
 - c. Introdurli alla visione progettuale del BAC Network
 - d. Carpire gli obiettivi che li spingerebbero ad unirsi, anche cosa pensano di ottenere da tutto ciò in totale trasparenza (patti chiari, amicizia lunga!)
 - e. Quali asset sarebbero disposti a mettere in campo: rete di contatti, conoscenza, location, sponsorship...
 - f. Indagare il livello di consapevolezza su temi legati a Open Innovation, Startup e Business Angel
3. Iniziatore BAC Locale ipotizza i ruoli che potrebbero ricoprire nella squadra del BAC Locale di [quelli elencati nelle linee guida](#)

A seguito di ciò, si procede ponendo le basi per accogliere i nuovi membri del team locale e quindi:

4. Iniziatore BAC Locale fa un secondo incontro con Amerigo Marcelli del BAC Nazionale per validare le persone ed evitare falsi positivi. L'esperienza accumulata

nei 20 esperimenti di BAC Locale permette oramai di avere visto quasi tutte le variabili possibili

5. Amerigo Marcelli crea il gruppo WhatsApp di coordinamento interno del BAC Locale chiamato “BAC Città Management” che conterrà al suo interno esclusivamente i promotori manager locali e inserisce come Amministratori i Referenti e Iniziatori
6. Iniziatore BAC Locale dà seguito agli incontri con le persone da coinvolgere nella squadra e:
 - a. Invitare chi viene scartato a venire al primo evento, senza escluderli esplicitamente dal team core
 - b. Invitare chi viene accettato nel Gruppo WhatsApp “BAC Locale Management”
7. Iniziatore BAC Locale organizza un incontro plenario del team con anche la partecipazione di un membro del BAC Network Nazionale ovvero Amerigo Marcelli per:
 - a. un debrief generico
 - b. Q&A al fine di risolvere gli ultimi dubbi
 - c. stabilire i ruoli nella squadra insieme
 - d. definire le prime date degli eventi del periodo di validazione andando a lasciarsi con dei compiti per essere efficaci (rifarsi anche al [processo operativo gestione eventi](#) per sapere cosa andrà fatto idealmente)
8. Iniziatore BAC Locale:
 - a. pubblica un post ([vedi esempio](#) dove c’è la [presentazione](#) pubblicata come carosello immagini) sul proprio LinkedIn personale con l’obiettivo di reclutare altre persone per completare la squadra e portarli all’incontro sociale (vedi punto seguente).
Nota bene: importante comunicare il commitment alle connessioni di primo livello
 - b. fa un incontro sociale (una cena ad esempio) per armonizzare le persone appartenenti alla squadra anche come cerimonia d’avvio ufficiale
 - c. aggiunge al gruppo “BAC Locale Management” le persone coinvolte e validate insieme
9. Amerigo Marcelli:
 - a. Crea la pagina LinkedIn e il logo del BAC Locale
 - b. Crea la cartella Drive del BAC Locale secondo le [seguenti indicazioni](#)
 - c. Crea il gruppo WhatsApp “Bacheca News BAC Città” che ospiterà tutti gli iscritti ad eventi, community locale da qui in avanti

Infine, il Team BAC Locale dovrà tutto, nessuno escluso, registrarsi come “Co-Founder” su LinkedIn come “esperienza di lavoro”, questo favorisce ulteriore esposizione mediatica nelle reti personali per la lodevole iniziativa in corso e nascita.

In cosa consiste il periodo di validazione del BAC Locale e quali sono i primi obiettivi, iniziative, metriche di validazione nella roadmap di sviluppo?

Siamo consapevoli che ogni geografia e distretto possa avere le sue peculiarità e siamo altrettanto consapevoli che la conoscenza del *genius loci* conti nelle decisioni da compiere per lo sviluppo di un BAC Locale.

Tuttavia, abbiamo validato un percorso di 3 eventi da svolgersi in circa 4-5 mesi che puntano più al “fare cultura” che a chiudere deal di investimento in startup.

Il periodo di validazione permette di validare almeno questi elementi utili allo sviluppo di un BAC Locale:

- Efficacia del team promotore del BAC Locale: oltre alle chiacchiere c’è sostanza? sono utili nello sviluppo del BAC Locale? stanno mettendo davvero a disposizione i propri asset dichiarati (rete contatti, location, etcetera) mostrando commitment? ci sono divergenze rispetto alla visione del BAC Nazionale?
Obiettivo far sì che la squadra si consolida e si rinforzi di nuovi elementi già nel periodo di validazione affinché vi sia un futuro florido.
KPI: quanti del team rimangono fino alla fine sul totale dei posti-ruoli da ricoprire (almeno); NPS riferito al team; tasso di partecipazione nelle riunioni interne al team dai teammates; tasso di decisioni che richiedevano coinvolgimento del nazionale prese sul totale; numero di membri nel team; numero partner e sponsor locali individuati (anche per singoli eventi); tasso di soddisfazione degli stessi membri del team; numero di idee proposte al bac nazionale nelle diverse occasioni di incontro (ci comportiamo da network qui).
- Traction: attrattività e interesse dalle seguenti categorie abitanti la geografia, ovvero: quanti di essi partecipano ai nostri eventi? Quanti si iscrivono alla Community nazionale dalla geografia? Si interessano alla promozione dello sviluppo del BAC Locale?
Obiettivo è stimolare l’ecosistema locale di innovazione e sviluppo economico e non semplicemente chiudere e stimolare deal di investimento in startup! E quindi: professionisti consulenti di innovazione e business; enti di innovazione a vario titolo; manager in aziende di differenti dimensioni; imprenditori di aziende di differenti dimensioni; investitori di capitale (siano essi non ancora business angel siano essi già business angel); membri o rappresentanti di associazioni di promozione sociale e di sviluppo economico e del territorio; rappresentati di PA (es. assessore all’innovazione...).
KPI: numero di partecipanti per evento; tasso di retention partecipanti; numero di enti di innovazione partecipanti; numero di business angel partecipanti; numero di

imprenditori e manager partecipanti; numero di iscritti al club; % di già investitori superiore al 15% rispetto al totale; numero di collaborazioni create; numero sponsorship create; NPS dei partecipanti rispetto alla visione progettuale e gli eventi; numero BAC Locali nati nelle prossimità (utile per l'itineranza di un'area geografica); engagement rate sui post social e whatsapp (cerchiamo di premiare community attive non troppo silenti).

- Livello di acculturamento all'imprenditorialità: educare imprenditori e manager sul concetto di innovazione aperta (open innovation) e l'importanza delle startup come ruolo cruciale nella crescita aziendale; educare startup e gli enti tradizionali di innovazione (incubatori, acceleratori...) al metodo di crescita e finanziamento delle startup Smart Equity con Smart Investors.

L'obiettivo è fare cultura, disseminare e diffondere la metodologia e i benefici di un circolo virtuoso d'innovazione e crescita con il coinvolgimento delle startup.

KPI: passaparola tra startupper per partecipare a primo evento; passaparola tra manager e imprenditori per partecipare a primo evento; numero di interviste o interlocuzioni con il tessuto imprenditoriale (per mappare sfide di innovazione e di business che potrebbero coinvolgere le startup); numero startup che si affacciano al BAC Locale (es. scrivono alla pagina per venire ad un evento, oppure si presentano come partecipanti e così via); numero di wannabe business angel; numero di business angel che decidono di abbracciare il metodo; numero di iscritti alla newsletter provenienti dal BAC Locale; numero di iscritti all'academy formativa provenienti dal BAC Locale; numero richieste a capire "come investiamo".

Se il periodo di validazione è superato significa che almeno questi target obiettivo sono stati raggiunti:

- $\frac{3}{4}$ del team rimane committato e attivo (es. guardo anche chi mette l'esperienza su LinkedIn)
- $\frac{3}{4}$ dei ruoli-responsabilità sono coperti
- 80% feedback sul team è positivo
- alle riunioni ricorrenti interne partecipano in media almeno i $\frac{3}{4}$ dei membri del team
- almeno 1 partnership chiusa
- almeno 1 sponsorship chiusa
- totalità dei membri del team rimasta è soddisfatto da una scala da 1 a 10, "9"
- almeno 1 idea nuova (anche una ottimizzazione) proposta al BAC Nazionale dal team intero (o 1 di essi)
- almeno 25-30 partecipanti per evento (se pochi ma buoni è ok)
- tasso di retention tra un evento e l'altro almeno del 30% (inizialmente ci sta sia basso)
- almeno 20% degli iscritti al club/comunità locale ha già investito (si intendono quelli che si mappano nel [form in questione](#))
- 70% feedback dei partecipanti all'evento su visione progettuale ed eventi sono positivi
- 50% partecipanti agli eventi è un manager o un imprenditore di cui il 30% di industry predominanti nella geografia

Plus target obiettivi ma non obbligatori che **però possono costituire un sentore di accelerazione nello sviluppo:**

- 2 enti di innovazione partecipanti agli eventi (dipende dal luogo)
- 1 bac locale vicino nato (o che si è aiutati a far nascere)
- 4% engagement rate su post social e whatsapp
- 3 startup segnalate dagli startupper
- 3 startup segnalate dai partecipanti manager e imprenditori
- 10+ interviste al tessuto imprenditoriale
- 3 startup che organicamente si affacciano al BAC Locale tramite suoi canali (sito web, pagina linkedin...)
- 20% wannabe business angel sul totale tra tutti i partecipanti a tutti gli eventi
- 1 pubblicazione su magazine o giornali locali

Nota bene: a Giugno 2024 solo 1 BAC Locale su 13 non ha superato il periodo di validazione.

Qual è il format evento usato nel periodo di validazione?

Nota Bene: per una esecuzione migliore dell'evento seguire il processo operativo di organizzazione e gestione eventi esposto [qui](#) e aiutarsi anche con le best practice elencate [qui](#).

Nota bene 2: il seguente format sta subendo alcune modifiche specialmente nel secondo evento dove si tende a volere già portare a bordo alcune istituzioni ed enti influenti localmente in tavole rotonde esplorative dei bisogni del territorio per preparare il terreno...

I primi 3 eventi nei 4-5 mesi del periodo di validazione, è così composto:

10. 15-20 minuti.

Accoglienza, check-in e registrazione nelle pagine dell'evento, importante al fine di avere policy privacy compilata e informazioni sui partecipanti (non mi riferisco solo ai riferimenti di contatto ma anche alle situazioni lavorative e motivazioni, utili a fini statistici e di validazione). Inoltre, nello stesso tempo si faranno firmare le [liberatorie](#) per video, foto e live streaming qualora non abbiano già compilato il form di registrazione della pagina dell'evento dove è già presente il flag

Digital Building Blocks protegge la privacy degli utenti e utilizza i dati personali solo per gestire gli account e fornire i servizi richiesti.

Accetto di ricevere altre comunicazioni dal Media Partner Digital Building Blocks per conto di Business Angel Club

Autorizzo alla produzione e divulgazione di foto e video che mi vedono partecipare all'evento*

Per fornirti il servizio richiesto, dobbiamo archiviare e utilizzare i tuoi dati. Se acconsenti, seleziona la casella seguente:

Consento a Digital Building Blocks di archiviare e elaborare i miei dati personali.*

Per maggiori dettagli, consulta la nostra [Informativa sulla privacy](#)

Iscrivimi

Inoltre, si fa firmare l'anti-NDA per gli ospiti generici ([documento dedicato](#)).

Nota bene: importante che vi siano 2 persone per il check-in mentre il Referente del BAC Locale con il Project Manager o chi per lui a stimolare una prima piccola fase di networking nell'attesa.

Nota bene 2: il QR Code viene fornito dal BAC Nazionale pronto all'uso nelle cartelle drive riferite all'evento

Plus: offrire un calicino di benvenuto stimola la convivialità tra i partecipanti sin dai primi momenti.

11. 1 minuto.

Referente BAC Locale prende la parola e saluta tutti spiegando regole d'ingaggio dell'evento: agenda e cosa aspettarsi.

12. 2 minuti.

Salutare e ringraziare i partecipanti tutti e citare quelli che sono venuti in rappresentanza di gruppi quali associazioni di categoria (confindustria...) o community affini (federmanager...). Citare queste entità può restituire forza di interesse attorno al progetto.

Ovviamente, non dimenticarsi di ringraziare lo Sponsor!

13. 1 minuto.

Ringraziare velocissimamente la location per l'ospitalità (specialmente se non è uno sponsor).

14. 3 minuti.

Presentazione del team BAC Locale e i trascorsi di ognuno, in particolare la mission che si persegue.

Importante che l'introduzione venga svolta dal Referente del BAC Locale OPPURE la persona con migliori doti di Public Speaking.

15. 1 minuto.

Introduzione della persona venuta in rappresentanza del BAC Network Nazionale (di solito Alberto Giusti)

16. 5 minuti.

Alberto Giusti fa una introduzione della vision progettuale assicurandosi di fare passare lo spirito, obiettivi e anche i risultati ottenuti ad oggi.

17. 20 minuti.

Alberto Giusti fa una formazione su come si investe in startup, perché farlo, come valutarle... A seconda della serata di riferimento ci saranno argomenti differenti

18. 10 minuti.

Q&A per assorbire al meglio alcuni degli argomenti esposti.

19. 15 minuti.

Testimonianza da un Business Angel sul quando ha iniziato a investire, gli errori fatti, cosa lo spinge oggi a investire in startup, i successi...

20. 4 minuti.

Pitch Startup 1 con metriche di validazione, meglio se in raccolta MA NON è obbligatorio in quanto lo scopo è fare cultura, non chiudere investimenti in questa prima fase!

21. 15 minuti.

Q&A Startup Live Clinic con facilitazione di Business Angel esperto che mostra "cosa si domanda ad una startup" per analizzarle live e valutarne l'appetibilità all'investimento

22. 4 minuti.

Pitch Startup 2 con metriche di validazione, meglio se in raccolta MA NON è obbligatorio in quanto lo scopo è fare cultura, non chiudere investimenti in questa prima fase!

23. 15 minuti.

Q&A Startup Live Clinic con facilitazione di Business Angel esperto che mostra "cosa si domanda ad una startup" per analizzarle live e valutarne l'appetibilità all'investimento

24. 2 minuti.

Si comunica cosa ci si aspetta dopo e di solito, in queste prime fasi, si segnala la MASSIMA APERTURA a nuove partnership, sponsorship e posti vacanti nel team promotore.

Il Referente BAC Locale segnala quindi:

- a. cosa accadrà dopo l'evento e quindi che:
 - i. riceveranno il giorno dopo un invito a lasciare feedback per l'organizzazione e manifestazioni d'interesse (quella via form che non è la stessa cosa della LOI) a investire nelle startup presentate qualora lo desiderino;
 - ii. e poi due giorni dopo riceveranno un invito ad unirsi alla Community nazionale compilando il form con a seguire la proposta di iscrizione a pagamento scegliendo la quota desiderata con benefit relativi
- b. quando sarà il successivo appuntamento

25. 1 ora (e oltranza).

Si dà il "via alle danze" con networking del territorio e in particolare:

- a. Networking del territorio favorito con un catering solitamente offerto da sponsor (location stessa, partner o promotori) oppure inclusa nella quota di partecipazione fatta pagare proprio per coprire i costi del buffet.
Si consiglia di evitare tavolate ma lasciare una "cena/apericena in piedi" che di solito stimola la conversazione.
Nota Bene: molto importante in questa fase cercare di stimolare i partecipanti a prendere parte allo sviluppo del BAC Network proponendosi come partner, sponsor o lasciamo sempre aperte le porte ad entrare nella squadra.
- b. Interviste nell'angolo predisposto con giornalisti, speaker, partecipanti per feedback a caldo, imprenditori per demandare le sfide di innovazione e dove

dovrebbe concentrarsi il BAC Locale (tutto materiale che viene buono per i canali come Youtube e LinkedIn).

Ecco esempi di 3 serate consecutive con anche una logica di continuità della formazione di Alberto Giusti:

- 1° Serata Genova [video](#) + [slide](#)
- 2° Serata Padova [video](#) + [slide](#)
- 3° Serata Alessandria [video](#) + [slide](#)

Nota: l'evento potrebbe avere durata totale di 2,5-3 ore se si considerano tempi morti, networking e check-in, consigliato ridurre eventualmente l'intervento di 1 startup per ridurre il tempo.

Il format di evento per periodo di validazione è vincolante?

E' chiaro che lo standard si porta dietro una certa sperimentazione, questo non significa che in maniera assoluta non si debbano fare modifiche, ma vale la pena discuterne in modalità propositiva con un membro del BAC Nazionale (di solito Amerigo Marcelli).

Questo perché crediamo che ogni geografia abbia delle sue peculiarità e che il BAC Network, come si è sempre dimostrato, si co-costruisce anche e soprattutto grazie alla partecipazione dei BAC Locali.

A puro titolo esemplificativo: ci sono stati esperimenti interessanti di formazione con Alberto Giusti insieme ad un conduttore-intervistatore.

Perché dovrebbero sponsorizzare eventi e attività di un BAC Locale?

In generale ecco alcune buone ragioni numeriche per farlo (a Ottobre 2024):

- 800+ persone appartenenti alla Community del BAC Network (iscritte su WhatsApp)
 - dei quali 300 persone mappate come business angel e oltre il 50% sono manager e imprenditori
- 120+ promotori locali di eventi e business angel club
- 800 persone appartenenti alla Community "amica" di Digital Building Blocks (iscritte su WhatsApp) dei quali $\frac{1}{3}$ imprenditori, $\frac{1}{3}$ manager e $\frac{1}{3}$ consulenti
- 17 BAC Locali attivi e altri 10 in arrivo in 12 mesi: ci si unisce ad una rete più ampia e in forte crescita

- 9000 followers nelle nostre pagine LinkedIn (sono quindi esclusi tutti i profili privati, pensiamo ad es. ad Alberto Giusti che sfiora i 35.000 followers e altrettante connessioni)
- 300+ le startup presenti nel nostro database ma con potenziale di raggiungerne molte molte di più (oltre 10.000)
- oltre 120 Ambassador o promotori di BAC Locali
- 60 persone in media ad evento
- 50+ eventi svolti in 12 mesi
- 10.000 persone iscritte nell'academy di Guilds42 APS e che si stanno formando sulle STEM e temi di Innovazione in ottica Job Ready

Ci sono poi alcune entità, pensiamo a Società di Consulenza oppure le stesse Banche, che potrebbero decidere di finanziare un progetto di BAC Locale per fidelizzare la propria clientela (pensiamo al private banker) o semplicemente per avere la “scusa” di coltivare la relazione che potrebbe portare ad opportunità di business.

Inoltre, si segnala che nel caso di un'azienda, qualora essa doni dei soldi (che per noi risulterebbero sponsorship) a una non profit quale siamo, essi sarebbero poi detraibili a fini fiscali fino al 30%.

Nota bene: non sempre la sponsorship significa “+ ricavi” per il BAC Network, ma essa potrà anche esse “-costi”, si pensi alle location che mettono a disposizione le proprie sale senza chiedere nulla in cambio, piuttosto che enoteche che approfittano dell'audience per portare assaggi di vino per il catering e così via.

Qual è il processo operativo di organizzazione e gestione eventi in atto oggi da mettere in pratica sin dall'inizio?

Nota bene : è stato predisposto un [file di checklist a supporto del team BAC](#) Locale così da essere sempre sicuri di avere checkato tutto ciò che è necessario.

Prima di tutto vediamo alcune premesse importanti:

- Il BAC Nazionale si assegna, tra le altre, anche la produzione di tutti gli asset comunicativi e digitali a supporto delle attività assegnate al BAC Locale ed elencate con la dicitura “[**LOCALE**]”.
- Si noti però che ciò che viene lasciato al locale è comunque supportato dal Nazionale, dal canale/pagina LinkedIn creata a video formativi a supporto di azioni non tradizionali...
- Si consiglia di organizzare gli eventi con almeno 45 giorni di anticipo per rispettare il processo ed ottenere la massima efficacia
 - E' altrettanto importante che la programmazione degli eventi sia fatta con anticipo affinché si abbiano quantomeno i format e gli elementi di base in mente.

Certamente non si chiede, specialmente nei primi 6 mesi di vita di un BAC Locale, di avere una programmazione nel dettaglio con anche i nomi degli speaker, startup, partner e sponsor; capiamo che sia difficile e che la notorietà local debba ancora fare il suo corso :). Quindi ottimale se avviene ciò, ma comprensibile se non avviene nell'immediato

- Tutte le e-mail spedite dal sistema gestionale interno avranno come mittente Business Angel Club Network Italia e l'e-mail nazionale@bacnetwork.it (o sostituta temporanea) per una ragione di facilitazione operativa in questa fase
- Tutta la squadra del BAC Locale deve dare il proprio aiuto quando si parla di eventi in quanto è l'iniziativa in assoluto più presente in un club locale. Detto ciò, [si ricordano i ruoli di un team locale](#) per meglio distribuire i compiti all'interno del team
- Riguardo tutti i post/contenuti pubblicabili nelle pagine LinkedIn dei BAC Locali, si ricorda che il BAC Nazionale fornirà una repository di post già fatti, ma è altresì permesso di personalizzarli grazie all'essere "genius loci" e ad esempio aiutarsi con ChatGPT per scrivere contenuti nuovi per poi però verificarne la correttezza informativa prima di pubblicarli!
- E' importante che ogni contenuto pubblicato nelle pagine LinkedIn venga anche riportato nel gruppo whatsapp "Bachecca News" al fine di stimolare l'interazione e aumentare algoritmicamente la portata del post affinché venga visto anche da altre potenziali persone in target o interessate

Quindi, il BAC Locale avrà svolto la sua programmazione eventi e decretato i format tenuto conto del target e anche della non sovrapposizione con altri eventi in loco, con il supporto / aiuto-guida del BAC Nazionale, a questo punto ecco cosa succede nel pre-evento, durante evento e post evento.

PRE EVENTO

45 Giorni Prima

1. ***[LOCALE]*** Il BAC Locale almeno 30 giorni prima di chiedere la preparazione di asset comunicativi (che ricordo richiede almeno 2 settimane di anticipo rispetto l'evento) e quindi [45 giorni prima dell'evento deve](#):
 - a. In base al format individuare e accordarsi con gli Speaker e ospiti, ovvero dal business angel noto allo startupper, dal rappresentante istituzionale al facilitatore autorevole di un workshop.
Per quanto concerne gli speaker e ospiti chiunque essi siano, abbiamo un [database che sarà alimentato man mano](#). Questo può agevolare la ricerca qualora difficoltosa e soprattutto favorire il "squadra che vince non si cambia" quando le cose sono andate estremamente bene...

Si consiglia comunque di coinvolgere possibilmente le figure che avete conosciuto localmente ad esempio che vi hanno detto all'evento precedente di essere noti business angel.

La cosa importante è che almeno 15 giorni prima dell'evento l'ospite condivida, se prevista, la sua presentazione in formato pptx o google slides (no pdf o altri formati particolari o poco agevole a presentazione). Questo permette sia di fare un check qualitativo, sia di condividerla internamente al team che possono avere un'anteprima anche per preparare eventuali domande furbamente da sottoporre durante l'evento e sia di agevolare il Responsabile Comunicazione BAC Locale nel proporre un contenuto teaser (che prepari il terreno e generi hype) di "cosa aspettarsi" da veicolare ad esempio su pagina LinkedIn e Bacheca WhatsApp.

Nota bene: le Startup devono tutte essere state profilate e qualificate con largo anticipo nello [sportello BAC Nazionale](#). [Vi riporto la sezione specifica per approfondimento](#).

Come anticipato nelle funzioni di ruolo, è importante che all'ospite venga fatto firmare un documento almeno 20 giorni prima dell'evento: [quello per ospite speaker generico](#) e [quello per startup](#). Questo ci permette, per esperienza, di evitare di dover tagliare parti di video molto utili e interessanti o di ricevere diffide dalle startup (ovviamente infondate); così come l'anticipo di giorni ci mette in sicurezza nel caso in cui serva trovare un'alternativa a ridosso.

Nota bene 1: lo speaker business angel o individuo deve darvi una foto HD per le grafiche mentre la startup deve darvi il logo in png per le grafiche e indicare chi sarà lo speaker e il ruolo ricoperto nell'attività

Nota bene 2: se vi trovate ancora in una [fase di validazione del BAC Locale](#), non ingannate la startup dicendole che chiuderemo un deal di investimento, concentratevi a sviluppare il BAC, per investire ci sarà un momento successivo di evoluzione. Però possiamo dirle che, se va bene, vedranno potenziali investitori e in ogni caso è un modo per fidelizzare gli attuali e chiedere a questi di portare un amico (così il BAC ne giova ulteriormente perché oltre al contenuto cioè il pitch della startup abbiamo anche nuovi investitori che potenzialmente entrano nel network).

Nota bene 3: laddove la vostra Authority non arriva a coinvolgere una personalità di spicco e non è già stata coinvolta dal Network in quanto non presente nel [suddetto database](#), allora coinvolgere Amerigo Marcelli o Alberto Giusti in rappresentanza del BAC Nazionale.

Nota bene 4: gli speaker NON si pagano, non sono previsti a budget cachet per gli speaker perché riteniamo che sia un piacere e un onore essere con noi e non necessitiamo di influencer di mestiere ma di persone strategiche per lo sviluppo del territorio e del tessuto imprenditoriale

- b. In base al format individuare e prenotare il luogo d'incontro, dal co-working al ristorante, dall'hub di innovazione all'azienda che ospita...

Ecco cosa fare:

- i. La prima cosa da verificare è che il luogo preveda la possibilità di creare un'atmosfera intima tra i partecipanti, quindi ad esempio riservi spazi, vi sia capacity e infine, abbia un parcheggio agevolo e sia localizzato vicino ai punti nevralgici della geografia o facilmente raggiungibile.

Si dà per scontato quindi che si effettui un sopralluogo.

- ii. La seconda cosa da verificare è che il luogo sia attrezzato per ospitare eventi con anche speaker e quindi proiettare slide (grande schermo o proiettore con telo), eventualmente casse laddove l'ambiente fosse dispersivo per riprodurre il suono dei microfoni e una connessione veloce wi-fi.

Anche questo sarà verificato nel sopralluogo che quindi dovrà contenere un momento di check video-audio.

Ecco la lista esaustiva del necessario:

1. Possibilità di connettersi al Wi-Fi o rete internet con cavo dal PC usato per il remoto
2. Cavo Ethernet
3. Proiettore funzionante oppure TV Grande per le presentazioni condivise da PC
4. Cavo HDMI
5. 3 Microfoni per fare sentire meglio sia chi sta in sala sia chi è a casa: 1 per chi fa speech, 1 per chi modera e 1 possibilmente per il pubblico per le domande
6. Cavo AUX (per le casse acustiche)
7. Mixer (se necessario)
8. Webcam mobile per permettere a chi segue da casa e la diretta di visionare anche la sala presenze
9. PC con accesso ad account google dove si ha accesso al Google Drive cartella BAC Locale (dove si troveranno tutte le presentazioni) e con il quale si può accettare chiunque si connette da remoto alla stanza (in qualità di organizzatori del meeting online)
 - a. Ingresso AUX
 - b. 2 Ingressi USB/USBC (salvo adattatori)
 - c. Adattatori (da HDMI / USB a USBC / USB)

- iii. La terza cosa da passare al vaglio è che siano in grado di organizzare loro il catering: a noi non deve interessare come lo fanno, se hanno fornitori o se hanno una cucina, è importante che se il catering è previsto nel format in accompagnamento al networking, esso NON venga incassato dal BAC Locale.

Per fare un esempio: potremmo non essere in un ristorante e fare l'evento in [Gate Centre](#) oppure in [Proplast](#), saranno le stesse location ad offrire il servizio di catering appoggiandosi a dei partner e potrebbero anche permetterci di portare noi dei vini (a volte tra i

promotori o partecipanti ci possono essere persone con sontuose cantine o produttori di vini...). Si potrebbero anche trovare aziende agricole o ristoranti che avessero il piacere di fare da sponsor offrendo le proprie prelibatezze.

In tale occasione, qualora il catering venga previsto, bisogna dare un numero di solito di 40 persone di media nel worst case (basarsi comunque sui dati registrati negli eventi precedenti) e chiedere di poter comunicare fino a 7 giorni prima eventuali casi speciali di intolleranze, allergie etcetera.

Mi raccomando, il catering deve cercare di avere il giusto equilibrio per essere gradevole (meglio mandarli a casa con la pancia piena che né con "finger foods" senza senso) ma anche non troppo dispendioso. Si consiglia di prezzarlo al pubblico fino a un massimo di 10€-12€ a testa.

- iv. Infine, accertarsi che il luogo blocchi la location e se necessario si dà una caparra come anticipo (che sarà restituita il giorno dopo l'evento).
- c. In base al format coinvolgere uno Sponsor che di solito contribuisce coprendo la parte di catering (che accompagna il networking) o una parte della cena sociale (qualora l'evento sia sostanzialmente solo una cena con menù complesso) come ad esempio le bevande (es. l'accompagnamento vino). Seppur non sia sempre obbligatorio è consigliato fare firmare un piccolo accordo di sponsorship, [qui una bozza](#).

Nota bene: importante che lo sponsor vi faccia avere il logo in png e varianti prima della comunicazione al BAC Nazionale di fare gli asset comunicativi.

Nota bene 2: laddove la vostra authority non arriva a coinvolgere una personalità di spicco e non è già stata coinvolto dal Network in quanto non presente nel [suddetto database](#) oppure dove sentite di non avere forza negoziale, allora coinvolgere Amerigo Marcelli o Alberto Giusti in rappresentanza del BAC Nazionale.

- d. In base al format coinvolgere un Partner che di solito è fatto o da alcuni promotori del BAC Locale (appartenenti al team core manager) o da community che condividono il proprio network veicolando l'evento per affinità (imprenditori esempio) o ancora dalla PA che vuole mettere il suo loghino. In quest'ultimo caso, laddove sia necessario fare richiesta di patrocinio da comune, provincia, regione, si tenga conto che sul sito si trovano i moduli che vogliono si compilino (conviene farlo cumulativamente per più eventi in un colpo solo) e i dati da inserire [li trovate qui](#) mentre [questo è un esempio di modulo che compilerete](#) proveniente dal Comune di Seregno; si tenga altresì conto che i tempi di attesa per la concessione variano di solito dai 15 ai 20 giorni.

Nota bene: importante che il partner vi faccia avere il logo in png e varianti prima della comunicazione al BAC Nazionale di fare gli asset comunicativi.

Nota bene 2: laddove la vostra authority non arriva a coinvolgere una personalità di spicco e non è già stata coinvolta dal Network in quanto non presente nel [sudetto database](#), allora coinvolgere Amerigo Marcelli o Alberto Giusti in rappresentanza del BAC Nazionale.

2. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn che racconta brevemente chi è e cosa fa il BAC Network e chi lo promuove localmente (taggando le persone dedicate).
Ripetere aiuta, farlo con ricorrenza (ogni volta che ci sono iniziative aperte anche ad un pubblico nuovo (come eventi inclusivi di formazione) modificando il testo può essere utile.
Nel contenuto si chiederà sempre di condividere per divulgare ad altri e commentare con il proprio pensiero su “cosa per te dovrebbe fare il BAC nella geografia prescelta”.

27-35 Giorni Prima

I contenuti pubblicati nella pagina LinkedIn possono essere distanziati fino a 2 giorni max l'uno dall'altro.

3. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn che racconta chi sono e cosa fanno i Business Angel.
Nel contenuto si chiederà di esprimere il proprio parere su “cosa dovrebbe fare un business angel nella geografia prescelta”.
4. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn sul concetto di Open Innovation spiegandone semplicemente a cosa serve con anche 1 esempio pratico (magari strizzando l'occhio al distretto della geografia locale).
Nel contenuto si chiederà di proporre “dove sarebbe bene parlare di Open Innovation, in quali distretto”.
5. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn per dire in breve cos'è una startup innovativa e a differenza di un'azienda tradizionale quali sono i suoi punti di forza.
Nel contenuti si chiederà di segnalare startup della geografia al fine di ospitarle negli eventi del BAC Locale.
6. **[LOCALE]** Il BAC Locale comunica i seguenti elementi ad Amerigo Marcelli in una comunicazione unica via WhatsApp (nel gruppo BAC Management) o via e-mail che contenga i seguenti elementi:
 - a. BAC Locale di riferimento
 - b. Data
 - c. Ora di start (compreso check-in e accoglienza!)
 - d. Titolo dell'evento
 - e. Sottotitolo

- f. Dove/location (via esatta e nome della location)
 - g. Se c'è quota catering e di quanto (se offerta selezionare importo e nelle Note specificare che è offerta da X...)
 - h. Sponsor: Nome e Logo (separare con virgola nome se sono più di una)
 - i. Partner: Nome e Logo (separare con virgola nome se sono più di una)
 - j. Startup: Nomi (separare con virgola se sono più di una)
 - k. Nomi Speaker Startup e relativo ruolo nella Startup
 - l. Agenda con slot orari e il cosa c'è (es. 19:00 - 19:15 Intervento del noto Business Angel Alberto Giusti su "Come investire in startup"; 19:15 - 20:00 Workshop con facilitatore Amerigo Marcelli per mappare il territorio...)
 - m. Note (per aggiungere eventuali indicazioni)
7. Amerigo Marcelli demanda la messa in produzione attraverso un [modulo fatto per scalare](#) questa parte che restituisce tutte le informazioni in modo immediato alla persona che provvederà a preparare il tutto.
- NOTA BENE: gli asset possono richiedere fino a 2 settimane per la preparazione.***
- Sarà discrezione di Amerigo indicare:
- a. Deadline operativa per gli asset (a discrezione di Amerigo anticipare)
 - b. Owner selezionabile per gli asset (a discrezione di Amerigo scegliere)

BAC Club *	Titolo Evento *	Sottotitolo *
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Data *	Location *	Deadline asset *
<input type="text"/> 08/11/2024, 01:00	<input type="text"/>	<input type="text"/> 08/11/2024
Owner *	Importo quota catering *	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Partner promotore 1	Partner promotore Logo 1	Partner promotore Link 1
<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>	<input type="text"/>
Partner promotore 2	Partner promotore Logo 2	Partner promotore Link 2
<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>	<input type="text"/>
Sponsor 1	Sponsor logo 1	
<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>	
Sponsor 2	Sponsor logo 2	
<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>	
Startup 1 *	Speaker Startup 1	Startup logo 1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>
Startup 2	Speaker Startup 2	Startup logo 2
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>
Startup 3	Speaker Startup 3	Startup logo 3
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>
Startup 4	Speaker Startup 4	Startup logo 4
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="button" value="Add image"/>
Elenco puntato di * Orario inizio - fine Speaker Nome, Cognome, Role Topic *		
<input type="text"/>		
Note		
<input type="text"/>		

(immagine estratta dal modulo provvisorio di oggi)

20-30 Giorni Prima

8. Amerigo Marcelli verifica che gli asset comunicativi siano stati correttamente preparati e chiede di fare lo stesso al team BAC Locale. Non è scontato dato che la quantità di asset, proprietà, token e automazioni aumentano il rischio di errore.
9. Una volta pronti gli asset ecco cosa può andare in parallelo:

Nota bene: chi si iscrive lo farà da online o da offline (viene fornito il QR Code) in pagine d'iscrizione evento [come questa](#) (con suo banner [come questo](#)) con Relativa [Policy Privacy](#) e subscriptions correlate di marketing e informativa raggiungibile anche da eventi che vengono fatti dal BAC Locale sulla pagina LinkedIn (copiando e incollando il testo presente nella pagina d'iscrizione [come questo](#)) con relativi banner grafici ([qui il template](#) da copiare nella cartella BAC Locale) e copertine ([qui il template](#) da copiare nella cartella BAC Locale).

Inoltre, riceveranno in automatico una e-mail di conferma iscrizione [come questa](#) che

invita anche ad unirsi al gruppo WhatsApp Bacheca News dove noi potremo tenerli aggiornati.

Nota bene 2: il BAC Locale troverà sempre gli iscritti agli eventi in corrispondenza del proprio pannello di controllo locale [come questo](#).

- a. BAC Nazionale invia una e-mail ([vedi esempio](#)) a tutti i vecchi partecipanti all'evento, alla community che preferisce incontrarsi nella geografia dichiarata in fase di iscrizione al network e alla lista di interessati all'angel investing da altre community (come ad esempio Digital Building Blocks o GATE 4.0)
- b. BAC Nazionale inserisce nell'homepage del sito web bacnetwork.it l'evento in arrivo
- c. **[LOCALE]** BAC Locale provvede a comunicare ([vedi esempio](#)) la possibilità di registrarsi e un teaser dell'evento su WhatsApp usando la Bacheca News del BAC Locale e, dove possibile, la funzione broadcast per l'invio massivo di messaggi one to one (crea un senso maggiore di relazione)
- d. **[LOCALE]** BAC Locale può invitare nominativi mai portati agli eventi ma appartenenti alla propria rete usando ad esempio [questa e-mail template](#)
- e. **[LOCALE]** BAC Locale (intero team) fa inviti all'evento di LinkedIn prima che il bot possa raggiungere chi mette "partecipo" per farlo iscrivere nella pagina ufficiale
- f. **[LOCALE]** BAC Locale attiva il magico bot al fine di automatizzare l'ingaggio degli scorsi partecipanti agli eventi LinkedIn per invitarli a iscriversi al prossimo evento (inserendo nel messaggio direttamente il link di iscrizione). A tal riguardo abbiamo preparato 2 video formativi:
 - i. [Video formativo 1](#) per fare il set up di LinkedHelper, software con un bot per automazioni davvero molto SEMPLICE (ricordo esserci 14 giorni di prova gratuita poi costa una decina di € al mese), panoramica e come preparare una campagna di invio messaggi su LinkedIn
 - ii. [Video formativo 2](#) per fare una campagna di invio messaggi specifica ai vecchi partecipanti ad un evento linkedin
 1. [Video formativo 3](#) per caricare la lista dei partecipanti all'evento linkedin
- g. **[LOCALE]** BAC Locale può facoltativamente decidere anche di avviare una campagna di ingaggio di nuovi imprenditori, manager etc. che ancora non sono nella propria rete ma sarebbe carino invitarli per le caratteristiche delle proprie aziende, per il ruolo ricoperti in azienda e così via.
A tal riguardo, abbiamo preparato [1 video formativo](#) che mostra come arricchire una campagna di invio messaggi LinkedIn e richiesta connessione con LinkedHelper anche con nuovi contatti scelti da Sales Navigator (ricordo esserci 30 giorni di prova gratuita)

- h. **[LOCALE]** BAC Locale può facoltativamente invitare giornalisti all'evento, anche se consigliato farlo in quanto qualora non partecipino, di solito si ricava comunque un'intervista e sappiamo quanto sono importanti le PR...
[Qui un esempio di e-mail](#) di ingaggio per giornalista di un quotidiano locale o di business.
[Qui un template di partenza](#) come "comunicato stampa" per generare già a priori un articolo di giornale.
- 10. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn spiegando perché partecipare all'evento e quindi per formarsi ed educarsi, fare rete, dare vita ad un club di investitori illuminati nella zona e sviluppare il territorio.
Nel contenuto si inviterà a divulgare l'evento e si pubblicherà al primo commento il link alla pagina di registrazione dell'evento.

12-20 Giorni Prima

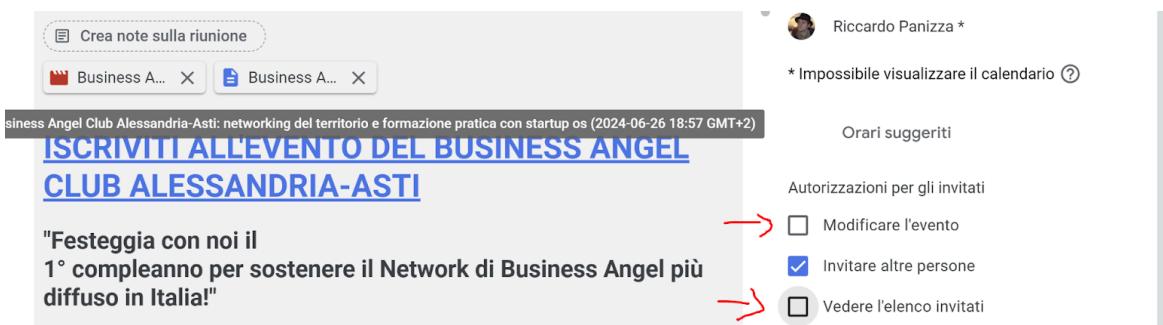
- 11. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn su eventuali suggestioni, sentori, commenti fatti dal pubblico o amici rispetto all'iniziativa, provando a dare risposta quindi a quelle "frequently ask questions" (FAQ).
Nel contenuto si inviterà a fare altre domande dicendo che siamo pronti a dare tutte le risposte del caso.
- 12. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn con il solo scopo di farlo circolare a tutti, quindi qui è importante taggere "la chiunque abbia un senso", con una sola domanda "Dove dovrebbe concentrarsi il BAC Locale?".
Nel contenuto si inviterà a condividere ed esprimere liberamente il proprio pensiero oltre che prendere parte al networking durante l'evento per ri-parlarne.

4-10 Giorni Prima

- 13. **[LOCALE]** BAC Locale comunica via e-mail a chi prepara e allestisce il catering:
 - a. Conferma del numero di partecipanti tenendo conto di una defezione del 10-15% rispetto agli iscritti alla pagina dell'evento (non considerando quelli dell'evento LinkedIn che come abbiamo già detto vanno portati ad iscriversi nella pagina ufficiale)
 - b. Eventuali intolleranze o allergie per cercare di essere inclusivi
- 14. **[LOCALE]** BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn per presentare le startup che saranno all'evento (in modo aggregato) dando qualche anteprima sui loro punti di forza e perché ascoltarle.
Nel contenuto si inviterà a condividere per non perdersi questa grande occasione e si

chiederà di commentare con “le domande che si vorrebbero porre agli speaker”.

15. **[LOCALE]** BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn per presentare gli speaker usandoli anche come leva per convertire gli ultimi indecisi.
Nel contenuto si inviterà a condividere per non perdersi questa grande occasione e si chiederà di commentare con “le domande che si vorrebbero porre agli speaker”.
16. **[LOCALE]** BAC Locale farà un follow up nel gruppo “Bacheca News” di Whatsapp al fine di fare iscrivere chi ancora non lo ha fatto e chiedendo anche in anteprima cosa si vorrebbe chiedere agli speaker e agli organizzatori al fine di avere tutte le informazioni utili a convincersi a partecipare al progetto.
17. BAC Nazionale procede all’invio della seconda e-mail di invito ad iscriversi 5 giorni prima dell’evento ([sulla falsa riga di questa](#)) a chi ancora non si è iscritto
18. BAC Nazionale procede all’invio di una e-mail di reminder ([come questa](#)) ai già iscritti circa 5 giorni lavorativi prima dell’evento che fornisce anche un teaser (cosa aspettarsi), chiede a quale domanda dubbio o perplessità si vuole risposta e regala l’accesso gratuito a Digital Building Blocks APS (community partner con area riservata con 300+ video educativi e formativi su digital e innovazione)
19. **[LOCALE]** BAC Locale crea un “evento a calendario” (Google Calendar) e nella descrizione incolla il testo della pagina di iscrizione linkandola per dare possibilità sempre a chiunque di girare in qualsiasi momento il link e quindi di averla a portata di mano, ma soprattutto invita tutta la lista dei già iscritti ([che ricordo viene riportata nel google sheet](#)) selezionando tutte le e-mail in un colpo solo e incollandole nella casella di invito e poi premendo invio.
Nota bene: è importante che nelle impostazioni dell’evento in Google Calendar, le seguenti opzioni segnalate con freccia rossa nell’immagine sottostante rimangano NON flaggate per rispetto della privacy e per evitare che qualcuno modifichi le informazioni in descrizione.



1-3 Giorni Prima

20. **[LOCALE]** Il BAC Locale fa un’ultima chiamata all’iscrizione ai propri contatti e relazioni personali che non si sono ancora iscritte

21. **[LOCALE]** Entro il giorno prima dell'evento il team BAC Locale si incontra in riunione brevemente per:

- a. Annunci importanti come: presenza di personalità interessanti o problemi a partecipare di un membro della squadra con relativa copertura di un altro su ciò che gli era stato affidato
- b. Definizione dei ruoli operativi durante l'evento e quindi:
 - i. Chi si occuperà del check-in (2 persone!) e quindi della registrazione dei non iscritti e della registrazione dei partecipanti nell'apposito foglio ([vedere sezione successiva](#))
 - ii. Chi andrà con anticipo al fine di preparare quanto scritto nella [sezione successiva](#)
 - iii. Chi farà foto e video per contenuti comunicativi (sì, basta lo smartphone e sì, basta qualche scatto)
 - iv. Chi farà l'introduzione all'evento con relativi saluti e presentazione della squadra e la parte conclusiva all'evento con indicazioni su networking, next step e ringraziamenti (di solito il Referente del BAC Locale o in alternativa chi ha effettivamente grandi doti di public speaking da giustificare l'intervento)
 - v. Chi si occuperà di intervistare o moderare gli interventi degli speaker relatori per la parte dell'evento relativa alla condivisione di esperienza, storie di successo e formazione
 - vi. Chi si occuperà della parte di verificare i messaggi whatsapp che il Nazionale invierà durante l'evento e controllerà le domande provenienti da casa (stanza remoto) ripetendole allo speaker in loco
- c. Varie ed eventuali

GIORNO DELL'EVENTO

Nota bene: durante l'evento di solito lo streaming live è gestito dal BAC Nazionale che sarà quindi anche presente nella stanza remoto e comunicherà eventuali indicazioni di supporto via whatsapp tramite il gruppo "BAC Management Local".

Nota bene 2: durante l'evento bisogna ricordarsi di fare foto (del pubblico evitando concentrazioni di sedie vuote, degli speaker e del team) e video, leggere le domande da casa guardando la stanza remoto e tenere il tempo degli speech con un timer (anche da smartphone).

22. La mattina del giorno dell'evento (solitamente si svolge in serata), il BAC Nazionale provvede a inviare l'ultimo reminder e-mail ([come questa](#)) ai già iscritti ricordando le

regole d'ingaggio, l'eventuale quota catering da pagare e le modalità (in loco) e come raggiungerci con indicazioni stradali e via oppure link alla stanza da remoto google meet.

23. BAC Nazionale prepara un nuovo evento linkedin in formato “live” e il setting di Streamyard per la trasmissione streaming live con relativi PC impiegati

24. **[LOCALE]** In questa fase il team locale deve fare 2 cose:

- a. Mantenere vivo l'interesse con un “hype” a viversi l'evento in giornata e quindi condividere il post LinkedIn con l'evento da potere seguire in streaming inserendo sempre il link per registrarsi alla pagina ufficiale di registrazione dell'evento
- b. Almeno 2 persone del team devono essere con 45 minuti di anticipo al fine di:
 - i. Fornire indicazioni per il catering usato in networking se presente o preparare l'angolo buffet
 - ii. Stabilire l'angolo intervista se previste: utile per giornalisti che potrebbero approfittarne o per il team BAC Locale che potrebbe registrare qualche video-intervista breve raccogliendo feedback a caldo su eventi o sentori di innovazioni dal tessuto imprenditoriale. Tutto materiale utile ai fini comunicativi
 - iii. Assicurarsi che il set up tecnico per gli speaker e il remoto sia pronto comprese le presentazioni nel PC usato per proiettare le slide
 - iv. Preparare l'acqua e relativi bicchieri di plastica per gli ospiti relatori

25. **[LOCALE]** Inizia l'evento che sarà così composto:

- a. 15-20 minuti.

Accoglienza, check-in e registrazione nelle pagine dell'evento, importante al fine di avere policy privacy compilata e informazioni sui partecipanti (non mi riferisco solo ai riferimenti di contatto ma anche alle situazioni lavorative e motivazioni, utili a fini statistici e di validazione). Inoltre, nello stesso tempo si faranno firmare le liberatorie per video, foto e live streaming; questo se NON hanno compilato il form di registrazione dell'evento che include un flag apposito, si consiglia quindi di fare inquadrare il QR Code e faglielo compilare, più veloce e tracciabile digitalmente.

Nota bene: importante che vi siano 2 persone per il check-in mentre il Referente del BAC Locale con il Project Manager o chi per lui a stimolare una prima piccola fase di networking nell'attesa.

Nota bene 2: il QR Code viene fornito dal BAC Nazionale pronto all'uso nelle cartelle drive riferite all'evento

Plus: offrire un calicino di benvenuto stimola la convivialità tra i partecipanti sin dai primi momenti.

- b. 1 minuto.
Referente BAC Locale prende la parola e saluta tutti spiegando regole d'ingaggio dell'evento: agenda e cosa aspettarsi.
- c. 2 minuti.
Salutare e ringraziare i partecipanti tutti e citare quelli che sono venuti in rappresentanza di gruppi quali associazioni di categoria (confindustria...) o community affini (federmanager...). Citare queste entità può restituire forza di interesse attorno al progetto.
Ovviamente, non dimenticarsi di ringraziare lo Sponsor!
- d. 1 minuto.
Ringraziare velocissimamente la location per l'ospitalità (specialmente se non è uno sponsor).
- e. 3 minuti.
Presentazione del team BAC Locale e i trascorsi di ognuno, in particolare la mission che si persegue.
Importante che l'introduzione venga svolta dal Referente del BAC Locale OPPURE la persona con migliori doti di Public Speaking.
- f. 1 minuto.
Introduzione della persona venuta in rappresentanza del BAC Network Nazionale (di solito Alberto Giusti)
- g. 5 minuti.
Alberto Giusti fa una introduzione della vision progettuale assicurandosi di fare passare lo spirito, obiettivi e anche i risultati ottenuti ad oggi.
- h. 20 minuti.
Alberto Giusti fa una formazione su come si investe in startup, perché farlo, come valutarle... A seconda della serata di riferimento ci saranno argomenti differenti
- i. 10 minuti.
Q&A per assorbire al meglio alcuni degli argomenti esposti.
- j. 15 minuti.
Testimonianza da un Business Angel sul quando ha iniziato a investire, gli errori fatti, cosa lo spinge oggi a investire in startup, i successi...
- k. 4 minuti.
Pitch Startup 1 con metriche di validazione, meglio se in raccolta MA NON è obbligatorio in quanto lo scopo è fare cultura, non chiudere investimenti in questa prima fase!
- l. 15 minuti.
Q&A Startup Live Clinic con facilitazione di Business Angel esperto che mostra "cosa si domanda ad una startup" per analizzarle live e valutarne l'appetibilità all'investimento
- m. 4 minuti.
Pitch Startup 2 con metriche di validazione, meglio se in raccolta MA NON è obbligatorio in quanto lo scopo è fare cultura, non chiudere investimenti in questa prima fase!
- n. 15 minuti.
Q&A Startup Live Clinic con facilitazione di Business Angel esperto che mostra "cosa si domanda ad una startup" per analizzarle live e valutarne l'appetibilità all'investimento

- o. 2 minuti.

Si comunica cosa ci si aspetta dopo e di solito, in queste prime fasi, si segnala la MASSIMA APERTURA a nuove partnership, sponsorship e posti vacanti nel team promotore.

Il Referente BAC Locale segnala quindi:

- i. cosa accadrà dopo l'evento e quindi che:

1. riceveranno il giorno dopo un invito a lasciare feedback per l'organizzazione e manifestazioni d'interesse (quella via form che non è la stessa cosa della LOI) a investire nelle startup presentate qualora lo desiderino;
2. e poi due giorni dopo riceveranno un invito ad unirsi alla Community nazionale compilando il form con a seguire la proposta di iscrizione a pagamento scegliendo la quota desiderata con benefit relativi

- ii. quando sarà il successivo appuntamento

- p. 1 ora (e oltranza).

Si dà il “via alle danze” con networking del territorio e in particolare:

- i. Networking del territorio favorito con un catering solitamente offerto da sponsor (location stessa, partner o promotori) oppure inclusa nella quota di partecipazione fatta pagare proprio per coprire i costi del buffet.

Si consiglia di evitare tavolate ma lasciare una “cena/apericena in piedi” che di solito stimola la conversazione.

Nota Bene: molto importante in questa fase cercare di stimolare i partecipanti a prendere parte allo sviluppo del BAC Network proponendosi come partner, sponsor o lasciamo sempre aperte le porte ad entrare nella squadra.

- ii. Interviste nell'angolo predisposto con giornalisti, speaker, partecipanti per feedback a caldo, imprenditori per demandare le sfide di innovazione e dove dovrebbe concentrarsi il BAC Locale (tutto materiale che viene buono per i canali come Youtube e LinkedIn).

POST-EVENTO

1-4 Giorni Dopo

26. BAC Nazionale il giorno dopo l'evento nella mattina:

- a. Edita la videoregistrazione (presa dalla stanza remoto google meet oppure dal video on demand sull'evento LinkedIn)
- b. Carica all'interno dell'area riservata per i video (a Luglio 2024 [Youtube](#) in formato privato con link dato esclusivamente ai paganti quota d'iscrizione) ottimizzato SEO in previsione di ogni altra scelta strategica
- c. Copia le presentazioni adottate durante l'evento in questione e le carica all'interno dell'area riservata per i documenti (a Luglio 2024 [Google Drive](#))

- d. Incolla gli URL del video e delle presentazioni relative all'evento in questione nel [documento di recap](#) del materiale interno all'area riservata tutta
- e. Inserisce sul sito...

27. **[LOCALE]** BAC Locale il giorno dopo l'evento nella mattina:

- a. Fissa già l'incontro retrospettivo che può anche coincidere con l'allineamento ricorrente.

L'importante è che non passi troppo tempo dall'evento per via dei feedback interni a caldo e novità raccolte dalle interlocuzioni avvenute durante il networking ma nemmeno troppo vicino perché non si avranno tutti gli iscritti nuovi alla community e i feedback dei partecipanti all'evento nel proprio Google Sheet, informazioni preziose sulle quali fare ragionamenti.

Per sapere come condurre il meeting retrospettivo guardare la [sezione apposita](#).

- b. Fa comunicazione di ringraziamento (di solito affidata a chi ha ruolo di Comunicazione nel team locale) con ALMENO:
 - i. Un messaggio di ringraziamento sulla "Bacheca Whatsapp" con anche 2 scatti rappresentativi della serata ([come questo messaggio](#))
 - ii. Un post sulla pagina LinkedIn che tagghi tutti i partecipanti, il team, gli speaker e festeggi la buona riuscita dell'evento e cosa ci portiamo a casa ([come questo post](#), riportato anche in Bacheca whatsapp per le reactions e condivisioni con messaggi [come questo](#))
- c. Attiva il bot di linkedin che invia un messaggio a chi aveva messo "partecipo" sull'evento LinkedIn chiedendo il feedback sull'evento sia in caso di partecipazione che no, mentre si propone di iscriversi alla community del bac network fornendo la pagina specifica ([esempio](#)) dando possibilità di ricevere comunicazioni a seguire

28. BAC Nazionale il giorno dopo l'evento nel pomeriggio:

- a. Invia una e-mail di raccolta feedback [come questa](#) al fine di vedersi il video e materiale (solo i pitch degli speaker ma non delle startup!) on demand fornendo l'URL specifico (ricordo che potrebbero anche non essere paganti!) e invogliare a compilare il form nella pagina di atterraggio ([come questa](#)) e quindi:
 - i. Esprimere parere sull'organizzazione dell'evento
 - ii. Esprimere parere sul BAC Locale
 - iii. Informarci su eventuali frizioni che tipicamente ci sono nell'investire in una startup (in ottica di discovery)
 - iv. Quali startup/speech si sono preferite
 - 1. Le cose negative delle startup scartate
 - 2. Le cose positive delle startup designate come vincitrici
 - 3. Se ci investirebbero e quanto (range)

4. Cosa vorrebbero chiedere alla startup che non hanno ancora visto/ascoltato nell'evento

Nota bene: tutti i feedback e pre-manifestazioni di interesse saranno date in visibilità ai team manager BAC Locali all'interno del [Google Sheet pannello di controllo relativo](#).

Nota bene 2: ricordate che la manifestazione di interesse a investire è solo il primissimo passo e non è la vera e propria manifestazione di interesse che invece si ottiene firmando la LOI. Ma per il processo di generazione deal di investimento vi rimando alla [sezione dedicata](#).

29. BAC Nazionale 2 giorni dopo l'evento nel pomeriggio dopo pranzo:

- a. Invia una e-mail ([come questa](#)) che stimoli l'iscrizione alla Community e quindi il profilarsi al fine di ricevere comunicazioni specifiche e fruire di quello che spetta ai "communiter senza quota pagata" (vedi i pacchetti, livelli e relativi benefit nella [sezione apposita](#)); essi atterranno in una [pagina come questa](#)

Nota bene: tutti i dati e informazioni dei nuovi iscritti alla Community del BAC Network saranno date in visibilità ai team manager BAC Locali all'interno del [Google Sheet pannello di controllo relativo](#).

Nota bene 2: il form di iscrizione alla Community BAC Network è lo stesso per tutti i BAC Locali e Nazionale.

30. BAC Nazionale 1 giorno dopo la compilazione del form di iscrizione alla Community BAC Network invierà una e-mail che propone il pacchetto e relativa quota da pagare più adatta in base alle informazioni inserite ([vedere la sezione apposita per maggiori informazioni](#))
31. **[LOCALE]** BAC Locale svolge il meeting retrospettivo come già detto in precedenza ([vedi sezione approfondimento](#))

4-15 Giorni Dopo

32. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn che annuncia già l'iniziativa prossima ricordando i numeri dell'evento precedente.
Nel contenuto invitiamo ad esprimere l'interesse iscrivendosi alla Community per rimanere aggiornati fornendogli il link relativo ([pagina come questa](#)).
33. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn ricordando quali startup hanno partecipato e dichiarando l'interesse e la chiamata a farsi avanti per

unirsi al club deal qualora vi siano stati feedback dichiarativi nella [precedente raccolta informazioni con il form](#).

34. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn dicendo perché stiamo facendo il BAC, quali gli scopi preannunciati e anche condivisi da chi ha partecipato o si è interessato ad oggi al progetto.
Nel contenuto inviteremo ad interessarsi e a proporre le proprie tematiche e aree di intervento tramite commento dove il BAC dovrebbe operare.
35. **[LOCALE]** Il BAC Locale pubblica un post sulla pagina LinkedIn dichiarando gli errori più comuni di chi investe e come affrontarli insieme.
Nel contenuto si inviterà a commentare favorendone di altri.
36. BAC Nazionale a sua discrezione sul timing, produrrà anche un articolo di Blog ottimizzato SEO per il sito web e lo pubblicherà nella pagina BAC Nazionale (potrà essere ripreso localmente).

Quali sono le best practice per fare sì che gli eventi abbiano successo? (in aggiornamento costante...)

- Non contare i partecipanti di LinkedIn fintanto che non si registrano nella pagina ufficiale
- Il lavoro è sempre di squadra e non dato al “Responsabile Eventi”
- Disincentivare il rapporto diretto di investimento tra investitore e startup
- Non saltare mai il check del set up tecnico della location
- Attenzione ad invitare troppi speaker (quindi anche startup nei format relativi come Startup Live Clinic), lasciare ampio spazio al networking e piuttosto che sia incentivante con format che agevolino l'incontro tra persone
- Inizialmente è consigliato itinerare in più location a meno che non si prendano accordi strategici di partnership e sponsorship
- Ricordati di fare il check-in perché ci dà informazioni statistiche, dati di contatto per mantenere la relazione e mette al riparo gli organizzatori da ogni problematica
- Mantenere sempre un livello di formazione non troppo complicato, qualora il tema risulti ostico ai più, agevolare la comprensione con una intervista a domande e risposte semplici
- Non dimenticare mai di introdurre la visione progettuale del BAC Network affinché entri bene in testa a tutti e ogni volta che c'è un evento e viene qualcuno di nuovo sa almeno di cosa si sta parlando facendo fede direttamente alle parole dei promotori
- Preparare gli eventi per tempo
- Non dimenticare mai il follow up
- Imparare ad estrarre valore dagli ospiti durante il networking dell'evento: ospiti che possono diventare sponsor, partner, membri del team...

- Nei primi eventi è importante che la copertura mediatica sia più ampia possibile e quindi la live andrebbe condivisa da tutti e appunto, non si escluda il remoto
- Non organizzare il catering, lo fate organizzare
- Location che per esperienza vengono date ad uso gratuito come partner/sponsor sono:
 - Co-Working
 - Poli di Innovazione
 - Sedi centrali di aziende produttive che vogliono cavalcare il valore dell'innovazione
 - Golf Club
 - Sede del Rotary
 - Sedi bancarie
 - Location con cucine

Sono al primo o secondo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la presentazione di visione progettuale da utilizzare a inizio serata?

[Questa](#)

Sono al primo o secondo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la Call To Action da fare agli interessati?

La CTA sarà semplicemente un invito ad iscriversi al form della community nazionale così da profilarsi ed entrare nel Gruppo WhatsApp Bacheca News della propria città.

[La presentazione da usare è questa.](#)

Si viene rimandati a whatsapp in automatico con redirect una volta compilato il form.

Sono al terzo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la presentazione di visione progettuale da utilizzare a inizio serata?

[Questa.](#)

Sono al terzo evento della serie iniziale (periodo di validazione), qual è la Call To Action da fare agli interessati?

Direi che vada fatto un affondo sull'organizzazione Nazionale (che fa gola) e sul cosa accada dopo e in particolare presentare la prossima data dell'evento fondativo del BAC ufficiale con [workshop di co-design con i player del territorio e networking](#) e spiegare che per fare parte del Club c'è una tipica [quota associativa da pagare](#) e che sarà il Nazionale a fare delle proposte proprio in base agli elementi che hanno comunicato in fase di iscrizione alla Community (quindi in base alla loro profilazione).

Ecco una [presentazione-tipo da utilizzare](#) alla fine della terza serata come ultimo pitch pre-networking lasciando poi il QR Code proiettato per tutta la serata.

Il mio team si è decimato e ho smesso di comunicare con il club locale, cosa posso fare?

Abbiamo detto che nel periodo di validazione può capitare che il Team non venga validato e si ritrovi ad avere meno persone al suo interno.

Per questa ragione, si è deciso di mettere in atto questo mini processo per rifondare la squadra e “giustificare” la minor presenza rispetto agli iscritti al club locale.

1. Referente del BAC Locale si scusa per avere trascurato la community spiegando che è stato un periodo di costruzione del BAC Locale e che non si vede l'ora di condividere il programma
2. Referente del BAC Locale comunica ad Amerigo marcelli del BAC Nazionale le difficoltà e dichiara:
 - a. Ruoli da ricoprire vacanti ([rifarsi alla lista dei ruoli qui esposta](#))
 - b. Nomi e Cognomi delle persone che se ne vanno sicuramente (senza possibilità di ritornare sui propri passi)
 - c. Eventuali persone che si vorrebbero coinvolgere al loro posto (rifacendosi alle [linee guida qui esposte](#) in precedenza)
3. Amerigo Marcelli del BAC Nazionale fa sì che suddette persone siano tolte di ogni genere di accesso e benefit riservato alle persone della squadra uscenti
4. In contemporanea:
 - a. BAC Nazionale si attiva per rafforzare la ricerca del Referente del BAC Locale inviando una e-mail ([come questa](#)) a tutti gli iscritti agli eventi passati, agli iscritti della community nazionale che hanno indicato la preferenza nella geografia specifica e a tutti quelli che hanno dichiarato di voler attivare o unirsi a un BAC (potrebbero avere contatti in loco ed essere già spinti da un interesse).
L'esempio di BAC Verona dimostra che su 70 che ricevono l'e-mail ci sono circa 30 interessati ovvero il 43%

-
- b. Referente BAC Locale (e altri della squadra se desiderano) pubblica un post ([vedi esempio](#) dove c'è la [presentazione](#) pubblicata come carosello immagini) sul proprio LinkedIn personale con l'obiettivo di reclutare altre persone
Può fare lo stesso anche facendo un banale Google Form e comunicandolo nel gruppo WhatsApp Bacheca News BAC Locale.

Nota: Per agevolare il matching tra la persona che si proporrà e i ruoli che è necessario ricoprire, possiamo anche dare questo spettro di modalità con le quali possono proporsi come promotori: Coinvolgere nuovi Investitori, Promuovere eventi online e offline, Creare contenuti scritti/audio/video, Fare da Relatore e Speaker in eventi online e offline, Sponsor del club e iniziative intraprese, Coinvolgere nuovi partner e sponsor, Fare da Animatore del club, Portare startup innovative, Fornire supporto digitale alla squadra, Stimolare e Intrattenere i rapporti con il tessuto imprenditoriale.

5. In contemporanea:
 - a. BAC Nazionale introduce via e-mail al Referente del BAC Locale gli interessati ad unirsi nella squadra del BAC Locale
 - b. Referente BAC Locale e l'intera squadra si adoperano per trovare persone rifacendosi alle [linee guida esposte](#) in precedenza e tenendo conto anche dei ruoli vacanti
6. Referente del BAC Locale fa incontri one to one o risponde ad eventuali introduzioni fatte dal BAC Nazionale via e-mail e si assicura di:
 - a. Conoscere chi sono e cosa fanno dal punto di vista professionale e personale
 - b. Capire se ci conoscevano già e che esperienze hanno avuto con noi e indagare il livello di consapevolezza su temi legati a Open Innovation, Startup e Business Angel
 - c. Introdurli alla visione progettuale del BAC Network (lasciargli eventualmente il [company profile](#)) e rispondere ad eventuali dubbi, domande e perplessità.
Nota bene: se necessario si può giocare il jolly Amerigo Marcelli o Alberto Giusti a supporto
 - d. Carpire gli obiettivi che li spingerebbero ad unirsi, anche cosa pensano di ottenere da tutto ciò in totale trasparenza (patti chiari, amicizia lunga!)
 - e. Quali asset sarebbero disposti a mettere in campo: rete di contatti, conoscenza, location, sponsorship...
7. Referente BAC Locale ipotizza i ruoli che potrebbero ricoprire nella squadra del BAC Locale di [quelli elencati nelle linee guida](#) e ad oggi vacanti
8. BAC Locale coinvolge Amerigo Marcelli in breve allineamento per validare le persone ed evitare falsi positivi. L'esperienza accumulata nei 20 esperimenti di BAC Locale permette oramai di avere visto quasi tutte le variabili possibili

9. BAC Locale organizza un nuovo momento sociale conviviale della squadra in ottica “team building”
10. Referente oppure il Project Manager del BAC Locale dà accesso al gruppo di coordinamento interno di WhatsApp “BAC Città Management” e condivide la cartella drive (se si è acquisita la fiducia) alle persone validate nuove nella squadra

Da quando dobbiamo raccogliere le quote associative e quante?

Ci sono 2 casistiche:

CASO 1) Nel [periodo di validazione](#) abbiamo una forte lontananza dai KPI prestabiliti, in questo caso prosegui con il terzo incontro come da [format standard](#) e coinvolgi il BAC Nazionale e nello specifico Amerigo Marcelli per cercare di lavorare su quelle metriche utili al raggiungimento degli obiettivi Target prestabiliti.

CASO 2) Superato il [periodo di validazione](#) OPPURE avendo un buon attrito ai KPI prestabiliti per la validazione BAC Locale, si potrebbe partendo già dal “terzo evento di validazione” secondo [format standard](#) organizzare una cena a fine evento affinché i “true fan” e tendenzialmente i più interessati rimangono e possiamo approfittarne per:

- Fare recruiting in senso strategico di persone mancanti nella squadra
- Raccogliere propensione a pagare [quote associative](#)
- Raccogliere sentiment e aspettative circa i [benefit](#) incluse nelle quote
- Raccogliere altri eventuali dubbi e perplessità

Nota: consigliato coinvolgere un membro del Direttivo Nazionale al tavolo della cena affinché possa smarcare con maggior precisione tutti quei dubbi e perplessità.

Per quanto concerne la quantità di quote associative che un BAC Locale deve raccogliere al fine di avere ALMENO un budget di 7700€ di base a copertura dell’organizzazione di 4 eventi in un anno sono le seguenti. Nota: la combinazione di quantità e pacchetti è solo a titolo esemplificativo ma potete fare eventuali simulazioni avendo il budget e il [prezzo delle quote](#).

- 1 quota Azienda da 2000€
- 30 quote Network e Formazione da 139€ l’una
- 4 quote Esclusività e Business Angel da 499€ l’una

Nota bene: i 7700€ sono stati calcolati tenendo conto dei principi [qui esposti](#) e dei costi vivi locali per gli eventi e quindi:

- 600€ per la location (per 6 eventi tutti a 100€)
- 3600€ per il catering (per 4 eventi e 50 persone quindi 12€ codauno e per 2 eventi e 30 persone quindi 20€ codauno)
- 1455€ per la copertura dei costi indiretti nazionali

- 1131€ per il fondo salva BAC Locale
- 678€ per la fee di segnalazione di quote
- 224€ per i resi e rimborsi

Quanto focus devo avere sul Distretto invece di chiudere investimenti generici?

Crediamo che il BAC Network non debba perdere di vista il [posizionamento](#) e l'obiettivo di fare **sviluppo del territorio** e del **tessuto imprenditoriale** della geografia Locale come ci diciamo da sempre. Questo infatti:

- aumenta la probabilità di successo e di ROI grazie anche ad un'immediata applicabilità delle soluzioni (es. Tailoor, Datalife, Hegoplan)
- genera rendimenti non solo per gli investitori ma contribuisce a rafforzare il tessuto imprenditoriale creando un vera e propria iniezione di innovazione
- diamo un valore aggiunto e distintivo agli investimenti stessi senza ovviamente perderci opportunità globali, diciamo infatti sempre che possono provenire da dove ci pare!
- consideriamo sempre che in Italia i “Distretti” si ripetono in più geografie quindi la stessa startup potrebbe raccogliere da più BAC Locali (la forza del Network)
- questo apre la strada all'open innovation, altrimenti rimani come altri ad investire in startup in pura ottica di diversificazione di portafoglio e basta
- migliora la qualità del dealflow / database startup che hanno un senso già perché le siamo andate a cercare in base a needs e opportunità dichiarate/rilevate

Nota: in tutto ciò, i competence center, i distretti d'innovazione e poli tecnologici e compagnia bella, solo coloro che dovrebbero portare a mercato queste soluzioni in ottica di open innovation (GATE 4.0 - Hegoplan).

Tuttavia, siamo super convinti che nel medio-breve termine sia MOLTO DIFFICILE farlo, mentre risulta più efficace, anche in ottica di mantenere il grip con i primi investitori, andare a chiudere un primo (o due) deal d'investimento su una BELLA startup al di là che sia fatto con il Distretto locale.

Questo però come detto non deve farci perdere di vista l'obiettivo reale e la visione, per quanto sfidante possa essere, e quindi teniamo bene in considerazione il [KPI](#) che un BAC Locale deve avere nella conduzione della sua attività e che è quello di mantenere alta la presenza e l'iscrizione all'associazione di Dirigenti e Imprenditori appartenenti ai settori predominanti nella geografia Locale.

Ad ora, per comunque abituare i BAC Locali alla visione di match problem-solution con tessuto imprenditoriale locale, stiamo attuando una strategia di Tavole Rotonde con gli attori rappresentativi delle imprese del territorio a vario titolo (CNA, Confindustria, Federmanager, Navigo etc.) per estrarre le prime sfide e insights in Documenti di Sintesi che preparino il terreno.

Ipoteticamente questo potrà allineare maggiormente alla visione e tentare di ridurre i tempi

entro i quali fare una prima iniziativa di Open Innovation quale ad esempio la Startup Competition.

Una volta superato il periodo di validazione come posso continuare lo sviluppo del BAC Locale nei 9 mesi seguenti?

Siamo consapevoli che ogni geografia e distretto possa avere le sue peculiarità e siamo altrettanto consapevoli che la conoscenza del genius loci conti nelle decisioni da compiere per lo sviluppo di un BAC Locale.

Tuttavia, a seguito del periodo di validazione e quindi raggiunti [questi obiettivi e tenuto conto delle relative metriche](#), quello che è necessario fare è fondare ufficialmente il BAC Locale, consolidare quello che si è acquisito e proseguire il suo sviluppo legandosi allo sviluppo del territorio (e del tessuto imprenditoriale) e al supporto alle startup innovative.

Ecco quindi gli elementi che si monitorano con relativi KPI nell'arco di 9 mesi di attività:

- Consolidamento ed efficacia del team promotore del BAC Locale: far sì che la squadra sia in armonia, si trovi bene, abbia le giuste energie e motivazioni dimostrando di svolgere iniziative impattanti e fruttuose per lo sviluppo del bac locale.
 - KPI: valutazione sulla qualità del lavoro di tutti (ottenute tramite rilevazioni interne svolte dal Project Manager del BAC Locale e rilevazioni esterne come form di richiesta feedback mandato a seguito degli eventi ai partecipanti); numero iniziative svolte ogni trimestre (ad es. eventi); tasso di partecipazione del team agli eventi organizzati; punteggio medio di soddisfazione del team; numero di condivisioni fatte sul totale dei post degli eventi su linkedin; numero di attività non svolte ma assegnate con deadline; tasso di frequentazione medio delle riunioni interne; tasso di turnover (percentuale dei membri del team che lasciano la squadra nel tempo preso in considerazione).
- Crescita e sostenibilità del BAC Locale: far sì che la comunità locale cresca di iscritti, partecipanti agli eventi, che sia in grado di mantenere attivi e ingaggiati chi già ci conosce e che porti le persone a pagare quote di iscrizioni al BAC Network.
 - KPI: tasso di crescita trimestrale nuovi iscritti agli eventi (non si intendono quindi quelli che già ci conoscono); tasso di crescita di iscritti al bac locale che pagano una quota alla bac network; tasso di retention di paganti che rinnovano la loro adesione annuale; tasso di retention di partecipanti agli eventi; numero di sponsorship chiuse; tasso di incidenza dei business angel (o wannabe; chi a paga il pacchetto ultimo) sul totale paganti; tasso di crescita di iscritti al bac network con indicazione di avere già compiuto investimenti; innalzamento del ticket medio di investimento tra chi ha già investito; numero startup profilate allo sportello segnalate dal bac locale; numero di followers della linkedin page bac locale; numero deal di investimenti in startup chiusi in un anno.

- Impatto sullo sviluppo del territorio del BAC Locale: far sì che il BAC non viva isolato dal tessuto imprenditoriale, ecosistema innovativo e in generale dal territorio che lo circonda, proprio in virtù del posizionamento che ci diamo di “sviluppo del territorio” e non semplicemente di investimenti in startup innovative!
 - KPI: numero nuovi enti di innovazione (incubatori, acceleratori, centri di ricerca, università...) partner del bac locale (ad es. che fanno insieme eventi); numero patrocini dati dalla PA alle iniziative svolte; tasso di incidenza dei manager sul totale iscritti agli eventi; tasso di incidenza degli imprenditori sul totale iscritti agli eventi; numero di BAC Locali nati nelle prossimità (utile per generare l'hub territoriale); incremento dell'engagement rate su linkedin page e bacheca whatsapp (bene premiare comunità attive e coinvolte); numero deal chiusi di “mappatura sfide / call for open innovation” con il tessuto imprenditoriale; numero deal chiusi di startup competition o hackathon o call for ideas; numero deal chiusi di consulenza open innovation o venture building; numero deal chiusi di mentoring/advising a startup; numero posti di lavoro creati localmente grazie al trasferimento di startup in loco per interesse nel tessuto imprenditoriale a supporto.

E' suggerito tenere come benchmark i seguenti target-obiettivo **trimestrali**:

- 9 quote chiuse se consideriamo [questa simulazione di tipologia di quote vendute](#)
- 80% del team rimane committato e attivo su tutte le iniziative (partecipazione ad eventi, riunioni interne...)
- 1 iniziativa-evento svolto (a trimestre)
- 100% ruoli di responsabilità del team coperti
- entro il 10% attività assegnate non svolte
- 15% turnover massimo
- 80% feedback esterno sul progetto è positivo
- 90% feedback interno sul progetto è positivo
- 1 partnership chiusa
- 1 sponsorship chiusa
- 35-45 partecipanti ad evento
- tasso di retention tra un evento e l'altro del 50%
- 15% dei partecipanti agli eventi per la prima volta e iscritti alla community BAC Network diventano “Communiter Paganti” una quota d'iscrizione per fruire dei benefici
- 30% degli iscritti al BAC Network ([form in questione](#)) dalla geografia ha già investito almeno 1 volta
- ticket medio investito da chi ha già investito è tra 5.000€ e 10.000€
- 50% partecipanti agli eventi è un manager o un imprenditore locale
 - di cui 30% appartenente al Distretto Locale individuato o settori predominanti locali
- 10% tasso di crescita di iscritti al BAC Network ([form in questione](#))
- 2 nuove startup segnalate allo sportello
- 8% tasso di crescita dei follower nella pagina linkedin del bac locale

- 1 deal di investimento promosso e chiuso (questo nell'arco dei 6 mesi: le persone non compiono molti investimenti in modo continuo)
- 1 deal dei moduli di open innovation (call for ideas, hackathon, startup competition, call for innovation e open innovation...) chiuso

Visti gli obiettivi, i KPI, i target da raggiungere in una fase successiva a quella di validazione e corrispondente a 9 mesi di attività, ecco ora una carrellata di iniziative ed attività consigliate da perseguire.

Nota bene: si dà per scontato che quanto imparato fino ad oggi nella gestione degli eventi ([qui](#) e [qui](#)) venga applicato alle iniziative a seguire....

NOTA BENE 2: tutto quanto segue è da tenersi come linea guida non obbligatoria, preferiamo progettarla insieme nel dettaglio!

Eventi e Attività

1. Evento fondativo del BAC Locale con workshop di co-design.

Lo scopo di questo evento sarà quello di chiamare a raccolta chi già ci seguiva, ingaggiare attorno alla squadra altre figure strategiche utili allo sviluppo, coinvolgere tutte le persone interessate a prendere parte allo sviluppo della progettualità.

L'evento sarà quindi così composto in linea generale :

- Introduzione alla visione progettuale allo stato as is del BAC Nazionale (coinvolgendo Alberto Giusti) e del BAC Locale citando gli obiettivi e i target che si intendono raggiungere, già prefissati, lasciando però aperte le porte ad integrazioni.
- Qui si cercherà di cerimoniare un atto fondativo del BAC Locale
- Descrizione della struttura organizzativa del BAC Network (coinvolgendo Alberto Giusti o Amerigo Marcelli) e del BAC Locale spiegando anche i servizi offerti e perché prenderne parte è un'opportunità unica nel suo genere sul territorio
- Workshop di co-design con un facilitatore con l'obiettivo di definire priorità delle iniziative future e del futuro del BAC Locale per una durata di al max 1 ora.

In questo caso si spiegherà lo scopo del workshop, si suddivideranno i partecipanti in piccoli gruppi di 5-6 persone, ogni gruppo avrà 25 minuti per discutere e proporre idee su vari temi (es. tipi di eventi, modalità di supporto alle startup...) internamente eleggendo un portavoce, poi ci saranno altri 20 minuti per condividere le idee pubblicamente e sarà compito del facilitatore insieme ai referenti raccoglierle (riassumendole in punti chiave) e discuterle brevemente.

Nota Bene: per la buona riuscita del workshop serviranno post-it e pennarelli per annotare idee proposte e possibilmente utilizzare una lavagna a muro o un luogo dove poterceli appiccicare :)

Nota: qui si elencano esempi di workshop alternativi, uno che non propone il lavoro in squadra ed è il [caso usato da BAC Alessandria](#), l'altro che risulta essere più lungo e difficile da svolgersi ed è il [caso di Tortona](#).

- 15 minuti dedicati ad una sessione di discussione aperta e Q&A per chiarire dubbi, raccogliere feedback immediato

Nel frattempo si preparerà un foglio di raccolta firma che funge da “Atto fondativo”, un modo anche per coinvolgere i partecipanti ad impegnarsi tutti in questa missione

- Networking tra i partecipanti.

Nota bene: in questo evento sarebbe molto utile puntare ad avere la partecipazione sia del tessuto imprenditoriale e sia del tessuto di persone con facoltà economiche (ad es. chi frequenta il Rotary o associazioni filantropiche).

2. Individuare già zone geografiche limitrofe che potrebbero essere interessate dall'apertura di un BAC Locale, perché come detto, i BAC Locali vicini possono aiutarsi, alimentarsi, sostenersi e collaborare per iniziative comuni e avere maggiore forza in quello che viene a formarsi come “Hub Territoriale”.
Questi BAC Locali possono essere avviati individuando l'Iniziatore locale e dando il via al [processo qui esposto](#) e [qui proseguito](#), con l'aggiunta però di un piccolo evento organizzato in loco al fine di aiutarlo a trovare dei primi compagni di strada.
3. Individuare i settori produttivi predominanti qualora questo non sia ancora stato fatto (male!)
4. In conseguenza al punto precedente, aumentare fortemente il colloquio con il tessuto imprenditoriale:
 - Fissando incontri interni di pianificazione delle collaborazioni con Reti di Impresa locali (penso a SmarttValley per BAC Varese), Poli di innovazione verticali (penso a Proplast per BAC Alessandria), Camere di Commercio
 - Facendo insieme (tra BAC Nazionale con coinvolgimento di BAC Locale e Partner Locale industriale) la mappatura delle sfide di innovazione (e dello stato as is di open innovation e cultura all'innovazione) delle imprese e quindi interviste sulla falsa riga di [queste](#) che richiederanno dell'effort pagato o con bando (penso alle Camere di Commercio) o direttamente come negli altri casi “privati”
 - Facendo insieme (tra BAC Nazionale con coinvolgimento di BAC Locale e Partner Locale industriale) un Hackathon qualora crediamo possa essere più efficace, coinvolgente e impattante
5. Evento di coinvolgimento del tessuto imprenditoriale con una verticalità settoriale caratteristica.
Nota bene: ok a coinvolgere reti di imprese o aggregatori d'impresa (sia “istituzionali” come Confindustria e sia “privati” come Reseau Entreprendre...)
 - Introduzione alla visione progettuale allo stato as is del BAC Nazionale (coinvolgendo Alberto Giusti) e del BAC Locale citando gli obiettivi e i target che si intendono raggiungere, già prefissati, lasciando però aperte le porte ad

- integrazioni; spiegando anche perché il BAC Locale è una opportunità per il territorio.
- 20 minuti.
Si faranno intervenire 2 speaker di aziende (c-level / AD) del settore produttivo prescelto che hanno già avuto esperienza in open innovation o magari in startup o di forte connotazione innovativa.
Essi faranno un po' da capofila della filiera con authority coerente e saranno di ispirazione per gli altri.
 - 20 minuti.
Si intervisteranno altri 2 speaker di aziende (c-level / AD) del settore produttivo prescelto con lo scopo di “intervistarli” in live (riprendendo 2-3 domande chiave delle seguenti) per ottenere le informazioni utili, mostrare ascolto attivo delle imprese e lasciarci con un impegno a organizzare qualcosa che permetta di risolvere i problemi evidenziando come le startup innovative possono essere di aiuto
 - 20 minuti.
Interverranno al solo scopo divulgativo 2 startup che agiscono sul settore produttivo prescelto con lo scopo di mostrare come queste possano essere di aiuto e divulgare l'applicabilità
 - Networking tra i partecipanti.
6. Individuare tutti gli enti di innovazione (incubatori, acceleratori, startup studio, università...) utili alla ricerca di startup in target e come casse di risonanza (chiudere partnership anche mediatiche).
Non dimentichiamo che Incubatori certificati possono accedere a dei bandi interessanti utili alle azioni che vogliamo svolgere come le mappature di sfide o startup competition (oltre che gli stessi eventi)
7. Evento cena sociale e di networking tra i Business Angel (veri) o wannabe (chi ha reali intenzioni di investimento) in ottica di community engagement e provare a ipotizzare già startup da chiamare nella prossima startup live clinic o dirsi dove ci si vuole focalizzare)
8. Chiudere partnership (se ancora non fatto) con aggregatori di impresa ottenendo la partecipazione ad un loro evento già organizzato o promosso da loro su Open Innovation. Penso ad esempio a quello che vogliamo fare su Edtech a Milano con EFI parte dell'ecosistema Enzima12 (e 12venture) con BAC Milano EdTech verticale sul settore.
9. Chiudere una sponsorship con una grande azienda del settore produttivo prescelto per finanziare quanto al punto successivo
10. In conseguenza ai punti precedenti, avviare uno scouting di startup/soluzioni utili al tessuto imprenditoriale locale richiedendo al BAC Nazionale di attivare una Call for Startups o For Ideas con la dinamica della Competition a seconda del brief che abbiamo estratto nei punti precedenti

11. Consolidare la presenza nel tessuto imprenditoriale facendosi promotori di un piccolo evento di Speed Networking che prevederà il solito plot di presentazione del BAC Nazionale e Locale, si dovrà scegliere una location adeguata per avere tavolini e poi si faranno incontrare le persone one to one per 3 minuti in tot a rotazione fino ad esaurimento dell'ora prevista. A seguire si darà possibilità di proseguire con un rinfresco in accompagnamento.

Quindi: 60min di tempo dedicato totale allo speed networking; 3min di tempo per ogni rotazione (timer con gran cassa per il "Beep" o alternativa); 20 rotazioni totali; metà partecipanti sta ferma e metà cambierà tavolo; numero di tavoli: dipende dai partecipanti ma terrei pronti 28 tavolini (56 partecipanti); ognuno di noi vede 19 altre persone (che dipende dalle rotazioni) ma non ne vede 37 (se consideriamo 56 partecipanti).

12. Evento startup live clinic sulla falsa riga di quelli [svolti in precedenza](#) eliminando però la parte formativa e coinvolgendo il tessuto imprenditoriale tra gli speaker magari con "case history" o business angel navigati e vestirla da "Shark Tank" (come fatto su Food in BAC Brianza) dove i giudici sono gli stessi esperti del settore.
L'obiettivo di questo evento è chiudere un deal di investimento

A seguire, si consideri anche di focalizzarsi sui giovani talenti o su i futuri startupper promuovendo corsi per diventare "founder" gratuitamente grazie a Guilds42 APS e chiudendo una partnership con l'Università, ITS e Scuole Secondarie.

Nota bene: i BAC Locali vicino possono già collaborare in modo sinergico alle iniziative, si desidera agire come Hub Territoriali.

Nota bene 2: le persone investiranno sì, ma non chiuderanno molti deal di investimento in un anno, anche per questa ragione serve fare Community Engagement!

Come posso spendere il budget locale e dove accumulo il corrispettivo delle quote?

Ricordando che quanto rimane al BAC Locale è da considerarsi al netto di voci come [qui descritte](#), al BAC Locale viene assegnato un C/C dal quale attingere secondo questo processo di massima:

1. BAC Locale dichiara le spese (tra quelle previste) da coprire allegando possibilmente il preventivo tramite [questo form](#)
2. BAC Nazionale attraverso la Tesoreria riceve la richiesta di denaro sul C/C assegnato al BAC Locale
3. BAC Locale svolge il suo evento e fornisce lo scontrino della spesa per ragioni di rendicontazione e trasparenza compilando il [seguente form](#)

Come gestire il BAC Locale avviato, secondo quale processo di lavoro?

La gestione di un BAC Locale è come quella di un comune progetto, vale la pena tenere il seguente processo perché VALIDATO e permette di mantenere viva la fiamma e il commitment dei membri della squadra.

Ricordando che deve essere designato un ruolo da Project Leader nel BAC Locale che tiene il ritmo, ecco come il processo si espleta:

- 1 Incontro virtuale ogni 2 settimane di 0,5-1h che permette di rivedersi, allinearsi, risolvere problemi e confrontarsi sugli sviluppi del BAC Locale.
Tutta la squadra locale deve essere invitata e anche Amerigo Marcelli dal Nazionale come “facoltativo” (invitare e-mail a.marcelli@digitalbuildingblocks.it) a meno che non comunichiate la necessità di essere presente per decisioni strategiche chiave del locale o proposte per il nazionale; oppure può essere lo stesso Amerigo Marcelli a decidere che sia necessario esserci.

L'ordine del giorno deve prevedere:

- Problemi/sfide/bisogni da smarcare
- Si decreta la valutazione di un nuovo componente nel team già prequalificato dal proponente.

NOTA BENE: in questi casi è essenziale che venga coinvolto anche Amerigo Marcelli dal Nazionale che dà approvazione finale dell'ingresso.

- Next Steps: attività di sviluppo locale da mettere a punto e soprattutto da assegnare con deadline alle persone della squadra. Esempio:
 - Prendere contatto con Confindustria locale
 - Individuare e bloccare location per prossimo evento
 - ...
- Gruppo WhatsApp “BAC Città Management” che permettono un confronto asincrono e costante senza che si attenda l'incontro ricorrente
- 1 evento fisico sociale di team building (es. una cena) ogni X mesi (a discrezione del team il timing)
- 1 incontro virtuale retrospettivo dopo 3 giorni lavorativi dagli eventi che si fanno e che può essere coincidente con l'allineamento ricorrente se volete armonizzare.

Importante non farlo troppo distanti ma nemmeno il giorno dopo, per le seguenti ragioni: farlo distanti significherebbe perdere quei pareri a caldo; farlo il giorno dopo significherebbe non avere ancora i dati e informazioni raccolte di feedback (e-mail che parte giorno dopo l'evento) e di chi si iscrive al Club.

Tutta la squadra locale deve essere invitata e anche Amerigo Marcelli dal Nazionale come “facoltativo” (invitare e-mail a.marcelli@digitalbuildingblocks.it).

Tuttavia, è importante che questo evento preveda il seguente ordine del giorno:

- 1. Analizzare dati partecipanti evento (situazioni-lavorative e motivazioni)
- 2. Analizzare dati feedback
- 3. Guardare i primi iscritti alla community da fonte evento Locale e guardare l'andamento (per ora non è vincolante o significativo, quindi non perdiamoci troppo sopra; dopo il secondo inizia a diventarlo)

- 3. Fare giro di tavolo su ciò che crediamo essere andato bene e non cambieremmo
- 4. Fare giro di tavolo su cosa potevamo fare meglio (spero di riuscire ad arrivare)
- 5. Iniziare a pensare se una tavola rotonda per iniziare a coinvolgere le realtà del territorio nella nostra cornice e stimolare insights utili alla mappatura sfide innovazione (proviamo a tirarci fuori un output doc su temi rilevanti a seguito dell'evento che uniremo a quelli di altri nei dintorni che potrebbero fare nei prossimi. In live vi condivido domande che abbiamo pensato nei BAC Toscani ad esempio
- 6. immaginare in conseguenza dei nomi che validiamo insieme a me. Sarebbe bene una tavola inclusiva con elementi più smart e altri anche meno stimolati da moderatore.
- Ideale imprenditori locali (di prodotto), rappresentanti di associazione di categoria o comunità di imprese, business angel.
- 7. Bisogna coinvolgere un altro membro o 2 nella squadra per completarla secondo le persone-tipo da manuale mancanti o a rinforzo. Importante si allineino alla visione progettuale e non estraggono solo valore o non sia opportunity seeker puri

Come gestire l'Hub Territoriale e cosa significa

Tutti diventano più forti quando si aiutano, fronte unito. La logica di BAC Network è proprio questa.

Quello che però giustamente è il contributo e feedback che ci avete dato e che colgo molto positivamente, è quello di anticipare lo sviluppo dell'Hub Territoriale quando ci sono tanti BAC Locali in contemporanea (si pensi in Veneto con Verona, Treviso, Padova e Vicenza), a prescindere dal "[periodo di validazione](#)" dello sviluppo bac locale.

Tuttavia, è importante per me evidenziare che questo non debba essere una scusa per "adagiarsi sugli allori" localmente quando ci sono sempre delle rappresentanze territoriali determinate e se esistono, vale la pena penetrare più a fondo possibile e certamente, farlo in compagnia. Importante è quindi non scaricare a pochi rappresentanti di un Hub Territoriale l'impegno che tutti i team Locali potrebbero impiegare per uno sviluppo territoriale altrimenti perde il senso della capillarità.

Quindi sicuramente l'Hub Territoriale avrà dei suoi KPI che saranno specificati nei prossimi giorni, ma il BAC Locale manterrà i suoi [KPI](#).

Partiamo da queste prime linee guida come "scatola logica" per la gestione di un Hub Territoriale di BAC Locali vicini tra loro:

- Sarà creato un Comitato Informativo e indetto **1 volta ogni mese e mezzo** dove ogni BAC Locale porterà, attraverso un suo rappresentante (si consiglia il PM o Referente che formeranno una Task Force), le istanze di discussione

- Sarà eletto un Project Manager dai partecipanti al Comitato Informativo che manterrà ordinata la comunicazione interna e lavorerà ad impostare ordine del giorno ad ogni incontro ricorrente e un documento di sintesi a fine incontro
- Sarà eletto il Delegato che parlerà a nome di “BAC Veneto Network” (non per forza il PM) e che sarà a rotazione; egli potrà presentarsi a nome di tutti i BAC Locali di fronte a specifiche scelte.
NB: laddove queste siano molto impattanti richiederanno sempre la partecipazione del Direttivo BAC Network Nazionale.
- Nell'incontro ricorrente:
 - si condivideranno le sfide locali (anche di relazione) affinché altri di BAC Locali vicini possano aiutare a superarle
 - si condivideranno intenti su iniziative (eventi, mappatura, altro...) e soprattutto nomi di partner, speaker che si intende coinvolgere affinché altri possano fruirne o dare feedback di qualunque tipo
 - ci si scambiano informazioni e best practice
- Fintanto che i BAC Locali non siano abbastanza maturi, rimarrà sempre presente in questi incontri un rappresentante del Direttivo Nazionale onde evitare che BAC Locali nati da poco con carenza informativa possano “fare confusione” tra loro o generare “noise” come idee propositive ma non coerenti con il contesto. Inoltre, è suo ruolo fare da facilitatore, mediatore, decisione neutrale per il bene del Network e salvaguardare il brand e infine, portare valore grazie ai learning provenienti da BAC di altre geografie.

Nota: vi ricordo che [questo google sheet](#) andrà utilizzato dal PM dei BAC Locali per indicare ospiti, sponsor, partner etc. che sono stati coinvolti o si coinvolgeranno in una prossima iniziativa come ad es. un evento. Questo aiuta lo scambio informativo asincrono.

In una seconda fase secondo me l'Hub Territoriale attraverso il suo Comitato che da Informativo potrà evolversi potrà:

- definire degli ambiti di competenza per ogni team BAC Locale ad es. per settore
- decretare dei primi esperimenti in tandem sulla base anche dei KPI da raggiungere come Hub Territoriale

To be continued...

Come i BAC Locali sono coinvolti nel BAC Nazionale in termini di co-costruzione e ottimizzazione del sistema?

Il BAC Nazionale assicura, ha tra le sue qualità quella di avere costantemente coinvolto i singoli iniziatori di BAC Locali e le squadre locali nella raccolta costante di feedback e ottimizzazioni iterative. A differenza di altri Network il nostro ha forte interesse alla collaborazione con tutti e tutte, nessun escluso!

La già costante partecipazione di Amerigo Marcelli negli incontri di SAL interni ricorrenti dei team locali lo dimostra.

Ad ogni modo, ecco come il BAC Nazionale intende coinvolgere i BAC Locali:

- Disponibilità h24 7/7 di Alberto Giusti e Amerigo Marcelli :)
- 1 incontro virtuale ogni 1,5 mesi ricorrente con i soli Presidenti/Referenti e Direttori/Project Leader dei BAC Locali (evitando troppa confusione) affinché vi sia allineamento interno, scambio informativo, brainstorming strategico e raccolta segnalazioni problemi e proposte di migliorie. All'incontro plenario sarà sempre presente un rappresentante del Nazionale, di solito troverete Amerigo Marcelli (co-founder nazionale e direttore esecutivo generale). L'ordine del giorno prevede (aggiornato a Giugno 2024) i seguenti punti:
 - Discussione soluzioni a problemi comuni individuati e proposte di ottimizzazione al sistema
 - Segnalazione problemi/bisogni/sfide prioritari e domande comuni -> questo permette l'arricchimento delle FAQ e la scoperta di nuovi pattern e temi da risolvere in 3 modi: durante la riunione stessa, in asincrono, nella successiva riunione dopo che ognuno ha ipotizzato soluzioni
 - Informazioni e annunci dal Nazionale che hanno maggiore prioritaria ed è importante che siano divulgati a tutti i team
- 1 evento annuale tra tutti gli appartenenti ai team dei BAC Locali a Milano per rafforzare le relazioni ad oggi affidato all'organizzatrice Valentina Oneto (già fondatrice del BAC Alessandria-Asti)
- Gruppo WhatsApp dedicato a comunicazioni e avvisi interni destinati ai managers dei bac locali chiamato "Comunicazioni Interne | BAC Network"
- Documento qui presente di "Manuale ai BAC Locali" in costante arricchimento e che funga anche da soluzione a problemi ricorrenti e glossario per democratizzare alcune terminologie
- Area e cartella drive con presentazioni e formazione interna

Inoltre, si considerino anche i ruoli presenti nel Business Angel Club Network nazionale come ruoli ricopribili da chiunque sia nei BAC Locali e sono in breve:

- Vice Direttore BAC Network **[DA INDIVIDUARE]**
Lavorerà a stretto contatto con Amerigo Marcelli per il coordinamento generale, il primo aspetto sul quale si focalizzerà sarà quello dello sviluppo strategico del bac network e dell'ottimizzazione dei processi esistenti.
- Responsabile Happiness Ecosistema [Valentina Oneto]:
Ha la funzione di sviluppare iniziative per migliorare il coinvolgimento dei singoli, migliorare la soddisfazione delle squadre, rafforzare la socializzazione tra tutti... Lo fa ad esempio con eventi sociali plenari, team building event, iniziative di promozione della cultura e visione del BAC in senso allargato... La persona guadagnerà una management fee sull'organizzazione delle iniziative qualora comprendano l'esborso da parte di tutti per partecipare, così che possa ripagarsi del tempo speso.

- **Responsabile Editoria [Elda Marchigiano]**
 Ha la funzione di coordinamento della squadra di comunicazione esterna e della realizzazione strategica e operativa di tutta la comunicazione in linea con le direttive del board di BAC Network.
 Alcuni KPI: quantità di sponsorship e partnership chiuse sulle linee editoriali; numero di persone coinvolte sul piano editoriale appartenenti ai BAC Locali.
 Il ruolo sarà a rotazione semestrale se i KPI non saranno rispettati.
- **Responsabile Tecnico e Strumentale [Claudio Mondelli]**
 Ha la funzione di essere il garante tecnico e il consulente tecnico strumentale per tutto ciò che riguarda l'apparato digitale del BAC Network.
- **Responsabile Partnership e Sponsorship [Stefano Modena]**
 Ha la funzione di coinvolgere nuovi sponsor a livello nazionale e partnership strategiche; oltre a monitorare e supportare i BAC Locali in tal senso.
 Potrebbe iniziare costruendo una lettera di referenza anche attingendo da [qui](#) inviandola ad aziende corporate che sono aperte ad iniziative di comunicazione, branding e innovazione verso l'esterno e fruendo anche della rete dei promotori dei BAC Locali.
 La persona guadagnerà una fee del 30% sulle sponsorship chiuse.
 Alcuni KPI: numero sponsor chiusi nell'arco di un trimestre...
 Il ruolo sarà a rotazione semestrale se i KPI non saranno rispettati.
- **Responsabile Acquisizione Startup [Fabrizio Lunazzi]**
 Ha la funzione oggi di scouting di startup.
 In futuro, valuteremo insieme se assegnare anche la responsabilità di check delle audit automatizzate delle stesse.
 La persona guadagnerà fee del 60% sulla fee tenuta da BAC Network rispetto ai progetti chiusi con le startup da società partner (es. un advisor che offre consulenza marketing o una società che offre consulenza legale) e il 15% sulla fee tenuta da BAC Network rispetto ad un deal di investimento chiuso con la startup segnalata da lui stesso.
 Alcuni KPI: numero di startup che applicano allo sportello; numero startup con buon IRL...
 Il ruolo sarà a rotazione semestrale se i KPI non saranno rispettati.
- **Responsabile Relazioni con Investitori [Alessandro Immobile]**
 Ha la funzione di mantenere la relazione con gli investitori e sviluppare l'IRM nazionale.
 La persona guadagnerà il 35% della fee tenuta da BAC Network nei deal di investimento per il lavoro svolto.

In futuro, non appena gli [Hub Territoriali](#) saranno valutati come pronti, vorremmo inserire i Responsabili Area (Veneto, Sud Piemonte...) con funzioni di raccordo tra i BAC Locali.