

# **Startup high-tech newyorkesi e la ricetta del loro successo**

Maria Teresa Cometto

*Inaugurazione PhD plus 2014 – Università di Pisa*

Grazie al Rettore Massimo Augello, al professor Paolo Ferragina e a Ray Garcia per avermi invitato. E complimenti per il lavoro che fate con questo programma.

È molto più importante delle tante gite di "turismo delle startup" - come le chiama Ray Garcia - che sempre più spesso vedo arrivare a New York.

Per carità, è utile venire a passare una settimana nella Grande Mela, soprattutto se si prepara la visita con il giusto anticipo, organizzando incontri e visite nelle startup, nelle università e negli incubatori.

Ed è anche divertente...

Ma troppo spesso le missioni italiane a NY sono improvvisate e soprattutto fanno credere ai giovani partecipanti che i venture capitalists newyorkesi siano tutti lì, ansiosi di ascoltare i loro "pitch" e investire nei loro business. Purtroppo non funziona così.

Venire a New York - o andare nella Silicon Valley o a San Francisco, è lo stesso - in cerca di soldi per la propria startup è l'errore n.1 che i fondatori di imprese tecnologiche fanno, come ha detto anche Sten Tamkivi, ex dirigente di Skype in Estonia e ora Entrepreneur in Residence in una delle maggiori società di VC della Silicon Valley, quella di Andreessen Horowitz.

Tutti gli investitori, VC e angel investor, preferiscono rischiare i loro soldi nelle startup che sono vicine a loro - gli americani investono negli Usa e gli europei in Europa - perché scommettono non solo sul business, ma anche sulla squadra di persone che c'è dietro e pensano di poter dare un contributo che va oltre i soldi, un contributo nel far crescere la startup e cambiare direzione quando necessario. E questo richiede essere vicini, lavorare fianco a fianco. Ecco che cosa ci ha spiegato per esempio Howard Morgan, uno dei veterani del VC a NY, quando Alessandro Piol e io l'abbiamo intervistato per *Tech and the City*:

"In pratica investiamo nelle persone, perché le idee da quando nascono cambiano sempre, magari poco, ma cambiano comunque. Se hai una squadra di persone in gamba, delle specie di 'missili a guida infrarossa' (...), che iniziano a mirare a un certo obiettivo, ma poi vedono che i clienti sono altrove e allora cambiano la loro strategia fino a trovare qualcosa che funziona, allora hai un progetto di successo". Deve anche scattare un feeling personale: gli imprenditori in cui investo - dice ancora Morgan - devono essere anche simpatici, perché se devo lavorare con loro per dieci anni, voglio stare con persone che mi piacciono. La vita è troppo breve per passarla con gente che non sopporto!".

Le persone e il loro spirito sono quindi fondamentali per il successo di una startup e per quello di una comunità di startup.

Quello che è successo a NY può succedere ovunque ci sia spirito imprenditoriale e la libertà di innovare, ha scritto un altro importante VC newyorchese, Fred Wilson, nella prefazione all'edizione inglese di *Tech and the City*. Quindi può succedere, perché no, anche a Pisa come in altre città italiane ed europee. E infatti anche in America i centri dove sono fiorite comunità di startup innovative sono numerosi, da Boston alla Silicon Valley, da New York a Boulder in Colorado.

## **CHI SONO IO**

Io conosco la storia di New York, perché l'ho vissuta in prima persona. Mi sono trasferita lì nell'agosto 2000 insieme a mio marito Glauco Maggi, anche lui giornalista (lui scrive per *La Stampa* e per *Liberio*) e insieme a nostra figlia Francesca (che all'epoca non aveva ancora otto anni).

Quando abbiamo deciso di andare a New York, io lavoravo da sei anni al *Corriere della Sera*, nella redazione del supplemento economico; e prima avevo partecipato per un anno all'avventura della *Voce*, il quotidiano fondato da Indro Montanelli nel '94 quando aveva lasciato *il Giornale* di Berlusconi; prima ancora ero stata al settimanale economico *il Mondo*.

Ero e sono ancora specializzata in economia, business e finanza – come lo è anche mio marito – e questo è stato uno dei motivi della scelta di trasferirci nella città di Wall Street, la capitale mondiale della finanza.

Mai e poi mai mi immaginavo che 13 anni dopo avrei scritto un libro su NY come capitale emergente delle startup tecnologiche!

Questi anni sono stati intensi, non certo noiosi, a volte drammatici.

Fra il 2000 e il 2001 NY ha vissuto la prima delle tre grandi crisi di cui sono stata testimone: lo scoppio della Bolla di Internet, con il crollo delle quotazioni delle dot.com al Nasdaq, miliardi di dollari di investimenti bruciati, e innumerevoli sogni infranti.

Come se non fossero bastate la crisi della New Economy e poi la recessione, è arrivato l'11 settembre del 2001.

Io avevo appena rinnovato l'affitto dell'appartamento in cui vivevo con la mia famiglia, nel condominio Gateway Plaza a un solo isolato dalle Torri Gemelle. Non abbiamo più potuto viverci dopo l'11 settembre, perché il palazzo è stato colpito dal crollo delle Torri e diventato inagibile per mesi. Siamo solo riusciti a tornarci per prendere le nostre cose e mi ricordo che lo spettacolo di distruzione e desolazione attorno a Ground Zero era tale che pensavo che New York non avrebbe mai più potuto tornare bella e viva come prima.

Mi sbagliavo, per fortuna. La capacità di NY di riprendersi dalle crisi, anche devastanti, e reinventarsi guardando in avanti è una delle caratteristiche di questa città che mi affascina.

Proprio l'ultima grave crisi, quella finanziaria scoppiata nel 2008, è stata l'occasione per rilanciare l'economia newyorkese rafforzando la sua industria tecnologica e le sue startup.

## **TECH AND THE CITY**

Oggi l'alta tecnologia è il secondo settore per importanza a NY, dopo la finanza: ci lavorano 262 mila persone, che guadagnano 30 miliardi di dollari di stipendi l'anno.

Dal 2007 a oggi un terzo dei nuovi posti di lavoro in città sono stati creati nel settore high-tech. E ogni giorno se andate sul sito "*we are made in ny*"

<http://wearemadeinny.com/find-a-job/>

e guardate la mappa delle offerte di lavoro, vedete che oltre mille imprese tecnologiche vogliono assumere ingegneri, programmatori e molte altre figure professionali come contabili, venditori, pubblicitari e così via.

L'organizzazione NY Tech Meetup conta quasi 40.000 membri ed è famosa per i meeting mensili con 850 persone nel pubblico, che applaudono le "demo" di una decina di nuove startup: 5 minuti ognuna per presentare il loro business.

Da lì sono passate startup ora famose in tutto il mondo come Foursquare e Tumblr, Makerbot ed Etsy.

Quali sono gli ingredienti del successo della comunità di startup innovative a NY? Cerco di riassumerli in cinque punti.

Il primo punto di forza di NY è la diversità della sua economia e della sua vita sociale. Insieme alla finanza e a Wall Street, ci sono i media, la pubblicità e il mondo dello spettacolo, c'è il business immobiliare, la moda e la ristorazione, ci sono importanti centri di ricerca e pratica medica, grandi istituzioni universitarie. Le startup sono nate e cresciute partendo da questa realtà, facendo tesoro del patrimonio di conoscenze accumulato in questi settori e poi usando le tecnologie digitali per proporre modelli alternativi di business.

La storia di Kevin Ryan, uno degli imprenditori più celebrati nella comunità tecnologica, è emblematica di questa evoluzione. Ryan nel '95 lavorava in United media, la società editrice fra l'altro di Dilbert, il popolare fumetto di satira sulla vita d'ufficio.

Erano gli albori di Internet e Ryan ebbe l'idea di creare un sito dedicato proprio a Dilbert. Fu un successo e sull'onda di quel successo Ryan voleva creare un intero nuovo business

online, convinto che si sarebbe finanziato con la pubblicità. Ma i manager di United Media rifiutarono l'idea credendola troppo rischiosa, così Ryan se ne andò e insieme a due ingegneri, Dwight Merriman e Kevin O'Connor, ha creato la prima grande storia di successo di New York: DoubleClick, una piattaforma online per la pubblicità, che nel '98 si è quotata in Borsa. Ryan l'ha poi venduta nel 2005 per 1 miliardo e 100 milioni di dollari a una società di private equity, che l'ha rivenduta a Google nel 2007 per 3,1 miliardi.

Ma Ryan non è andato in pensione con quei soldi: li ha reinvestiti fondando altre tre startup: il sito di vendite flash nel settore della moda Gilt Groupe; la società di software MongoDB che l'anno scorso ha ricevuto 150 milioni di dollari di finanziamenti da VC; e il sito di notizie Business Insider, in cui dall'anno scorso ha investito anche Jeff Bezos, il fondatore di [amazon.com](http://amazon.com).

Quindi il secondo ingrediente che fa crescere l'ecosistema di New è lo spirito imprenditoriale delle persone che ci vivono: sono gli imprenditori che non hanno paura dei fallimenti e quando hanno successo non si fermano, vanno avanti e reinvestono preparando il terreno per la successiva generazione di imprenditori.

Un altro esempio di questo spirito newyorkese è Scott Heiferman, che a 28 anni era già milionario dopo aver venduto la sua startup i-Traffic nel '99, appena prima dello scoppio della Bolla di Internet. Quando NY è stata colpita dai terroristi l'11 settembre 2001, la reazione dei cittadini ha fatto venire ad Heiferman l'idea di una nuova startup. Lo hanno ispirato i newyorkesi che nei giorni dopo l'attentato hanno tirato fuori il meglio di sé, organizzandosi spontaneamente in gruppi di mutuo soccorso. Osservandoli, Heiferman ha immaginato come Internet avrebbe potuto aiutare la gente a organizzarsi in comunità sulla base di qualsiasi interesse. Così nel 2002 è nata Meetup, che oggi è il più grande network al mondo di gruppi di interesse, dallo sport alla politica, dai comitati di genitori agli appassionati degli hobby più diversi.

Il terzo ingrediente sono i soldi, che a New York sono non solo abbondanti, ma anche associati a due importanti elementi culturali: la disponibilità di chi ce li ha ad assumersi rischi nell'investirli e il "giving back", la naturale tendenza a ridare poi una quota della propria ricchezza alla comunità.

È la filosofia che ci ha spiegato Brian Cohen, il presidente dell'organizzazione degli angel investor di New York, che è la più attiva in tutta l'America: "Se fai soldi e ne hai più del necessario, devi usarli per migliorare il mondo, è il tuo lavoro, la tua responsabilità. Se applichi questo principio agli investimenti, capisci che essere un *angel investor* significa anche fare del bene: aiutare i giovani, brillanti imprenditori a sviluppare le loro idee e, con loro, far crescere l'intera economia".

In tutto fra angel investor e VC hanno investito l'anno scorso 2,8 miliardi di dollari a New York, il 50% più del 2012. Le operazioni sono state quasi 400, il 12% più dell'anno prima e New York si è confermata il secondo centro per importanza come volume di investimenti di capitale di rischio, dopo la Silicon Valley e prima di Boston.

Il 2013 ha visto anche importanti casi di *exit*, cioè di realizzazione di profitti da parte degli investitori: l'azienda di stampanti 3D MakerBot, di Brooklyn, è stata comprata per 604 milioni di dollari da Stratasys, società quotata al Nasdaq; e la piattaforma per blogger Tumblr, fondata nel 2007 dal 21enne newyorkese David Karp, è stata comprata per 1 miliardo e 100 milioni di dollari da Yahoo. All'inizio di quest'anno poi il social network Branch del 22enne Josh Miller è stato comprato per 15 milioni di dollari da Facebook. Miller fra l'altro è il giovane che ci ha ispirato il titolo *Tech and The City*. La sua startup è proprio nel Meatpacking district, il quartiere dove sono girate molte scene della serie televisiva *Sex and the City*. Quando l'abbiamo intervistato Miller ha detto: "La cosa straordinaria è che i *nerd*, i secchioni bravi al computer, oggi sono i tipi *cool*, di moda in città e che lavorare in una startup è sexy".

Il quarto ingrediente del successo di New York è il suo sentirsi e celebrarsi come una comunità. Lo spiega bene Evan Korth, professore di Informatica e *Faculty liaison for technology entrepreneurship* alla New York University: "Nella prima fase della Silicon Alley tutti ci eravamo dentro come individui, ognuno per conto suo, per diventare ricchi; oggi i soldi sono ovviamente sempre importanti, ma tutti tifiamo e lavoriamo per il successo di New York come capitale delle startup, parliamo di 'noi' come comunità tecnologica newyorkese".

Una cosa che mi ha colpito girando nelle startup quando Alessandro e io facevamo la ricerca per scrivere *Tech and the City* è stata la grande disponibilità di tutti a offrire il loro tempo e la loro testimonianza per far conoscere e celebrare la storia della New York tecnologica. Abbiamo verificato come molti leader e personaggi di successo si dedichino a fare i mentori dei giovani o si impegnino in iniziative per il futuro della comunità tecnologica cittadina.

Per esempio Dennis Crowley, il fondatore di Foursquare, ci ha raccontato che un paio di mattine la settimana prende il caffè con un giovane che gli ha chiesto un parere o un consiglio, oltre a parlare alle conferenze e a fare il mentore delle startup nell'incubatore TechStars. Fred Wilson è il promotore della creazione a New York di nuove scuole medie superiori dove si insegna ai ragazzi, oltre alle materie tradizionali, a programmare software: un'iniziativa di lungo termine per risolvere il problema della scarsità di personale high-tech nella città.

Insomma a New York si vedono all'opera sia una forte competizione fra business sia un grande spirito di collaborazione.

Ad alimentare questo spirito è stato, fino all'altro ieri, Michael Bloomberg, che era un sindaco molto speciale. Il ruolo della sua amministrazione può infatti essere considerato il quinto ingrediente vincente dell'ecosistema newyorkese.

Bloomberg sindaco era speciale, perché è un imprenditore tecnologico lui stesso: aveva creato la sua startup nel 1981, dopo essere stato licenziato di punto in bianco dalla banca d'affari Salomon Brothers di cui era manager.

Da quella crisi, personale e di tutta l'economia americana, Bloomberg ha saputo creare un impero con la sua agenzia di informazioni finanziarie diffuse con i famosi terminali sulle scrivanie dei trader di tutto il mondo.

Per uscire da un'altra grave crisi, quella finanziaria del 2008, Bloomberg si è inventato l'agenda digitale e molte iniziative del comune per diversificare l'economia della città oltre Wall Street, puntando sull'industria tecnologica.

La sua è stata una politica fatta di attenzione e incoraggiamento alle startup e incentivi alle strutture, come gli incubatori, dove i neoimprenditori possono muovere i primi passi.

Il suo progetto più ambizioso è stato la creazione di un nuovo campus di scienze applicate dove lo sviluppo della ricerca e del business devono andare di pari passo. I lavori di costruzione sono appena iniziati a gennaio su Roosevelt Island, l'isoletta fra Manhattan e il Queens. Il nuovo istituto si chiama Cornell NYC Tech ed è frutto della joint venture fra la Cornell University – una Ivy League che ha sede a Nord di NY – e l'istituto tecnologico israeliano Technion, che è considerato l'MIT di quel Paese e ha sfornato centinaia di startup ora quotate al Nasdaq. Il progetto costa 2 miliardi di dollari, completamente finanziati da Cornell e dai suoi alumni, e ha lo scopo di formare una nuova generazione di scienziati-imprenditori per garantire che il boom tecnologico attuale di NY vada avanti e si rafforzi per decenni. Mentre il campus è in costruzione, i primi corsi sono già iniziati, ospitati provvisoriamente da Google nel suo enorme palazzo nel quartiere di Chelsea.

Poco tempo fa Sono andata a visitare il loft dove è partita la sperimentazione di Cornell NYC Tech e l'interessante è che la sua filosofia è molto simile a quella del vostro corso PhD Plus: La prima preoccupazione del rettore Daniel Huttenlocher è rendere vivo lo spirito imprenditoriale nel campus, e così come suo braccio destro ha scelto Greg Pass, l'ex *chief technology officer* di Twitter, e gli ha dato la carica di *chief entrepreneurial officer*. Tutti i professori hanno avuto esperienze di ricerca applicata al business e una parte ha anche fondato o lavorato in startup; gli studenti sono selezionati non solo in base alle loro qualifiche accademiche, ma anche con un'intervista che verifica la loro voglia di fare business; infine nel campus sono presenti le aziende stesse per stimolare la ricerca con un forte orientamento alla commercializzazione dei suoi risultati.

Ora che Bloomberg non c'è più, il progetto del campus va avanti per conto suo, ma non è chiaro quale sia la politica del nuovo sindaco Bill de Blasio verso le startup. Non ha ancora rimpiazzato Rachel Haot, la giovane imprenditrice digitale che nel 2011 Bloomberg aveva nominato Chief Digital Officer (CDO) della città, facendo diventare NY la prima città americana ad avere una simile figura. La CDO curava la presenza dell'amministrazione comunale su Internet, sulle piattaforme mobili e sui social media, da Facebook a Twitter. Non si sa più niente nemmeno di .nyc, il top level domain che NY aveva conquistato l'estate scorsa, diventando la prima città ad avere il proprio dominio su Internet.

Dot-NYC dovrebbe essere a disposizione dei privati cittadini, delle aziende e delle organizzazioni che hanno sede a NY. Ma la società che cura la sua realizzazione, Neustar, non dice quando sarà concretamente possibile fare domanda e usare il nuovo indirizzo.

Però una decisione importante de Blasio l'ha presa: ha confermato Kyle Kimball alla presidenza della NYC Economic Development Corporation (NYCEDC), l'agenzia che sotto Bloomberg è diventata un importante motore dello sviluppo della città, sia dal punto di vista dei progetti immobiliari sia proprio nel campo del business tecnologico. È infatti la NYCEDC che ha negoziato la concessione a Cornell NY Tech della terra su Roosevelt Island e che, attraverso la sua divisione Center for Economic Transformation (CET) ha favorito la creazione di una dozzina di incubatori che in tre anni hanno fatto fiorire oltre 40 startup.

Kimball è un ex manager di Goldman Sachs, la banca d'affari epitome dell'avidità di Wall Street contro cui de Blasio aveva fatto la sua campagna elettorale. Per questo da sinistra il neo-sindaco è stato criticato per la scelta di tenerlo. Ma de Blasio si è giustificato con un approccio molto pragmatico: gli piace ovviamente il ruolo che Kimball ha svolto nel promuovere la nascita di nuove imprese e quindi la creazione di posti di lavoro, e ha detto che la città ha bisogno di un dirigente che capisce come si fanno le cose ed è capace di tradurre i valori in azione. De Blasio ha però anche aggiunto che l'agenzia NYCEDC avrà una sensibilità diversa e guarderà ad ogni operazione di sviluppo come l'occasione di raddrizzare qualche cosa di ingiusto.

Che cosa voglia dire questo non è chiaro. Ma in ogni caso non bisogna preoccuparsi più di tanto, secondo Fred Wilson: "L'amministrazione di Bloomberg era molto amica della comunità tecnologica della città. Ma - dice Wilson - il boom tecnologico a NYC stava già succedendo prima di lui e sarebbe successo anche senza di lui. Il governo, l'amministrazione pubblica non sono il motore del business. Sono gli imprenditori al centro dell'azione. Se ci aspettiamo che sia il governo a creare i business, bene, diventeremo come l'Unione Sovietica!". Non so voi, ma io sono d'accordo.

## **INNOVAZIONE IN CAMPO UMANISTICO**

Fra le startup newyorkesi particolarmente affascinanti per me, giornalista, ci sono quelle nel campo dei media o che aiutano gli scrittori a realizzare i loro progetti. La più famosa è Kickstarter, che ha inventato un modello di mecenatismo di massa o democratico. Non sono più solo i papi o i principi o i ricchissimi a finanziare un'opera d'arte, ma chiunque può farlo anche con 10 dollari o 10 euro. L'idea è venuta a un appassionato di musica, Perry Chen, che nel 2002 a New Orleans voleva organizzare un concerto ma non aveva i soldi necessari, qualche migliaio di dollari, e non voleva nemmeno indebitarsi con il rischio di non avere abbastanza pubblico per ripagarsi le spese. La soluzione? sapere prima quanta gente sarebbe stata disposta a pagare il biglietto.

Dall'idea alla startup sono passati poi sette anni di "vagabondaggio" fra New Orleans e New York, la città natale di Chen, che ha trovato per caso i suoi partner d'affari mentre faceva il cameriere in un ristorante a Brooklyn: Yancey Strickler, un giornalista musicale e Charles Adler, un designer.

Il meccanismo è semplice, tanto da essere copiato da altre startup: chi ha un progetto in linea con i criteri di Kickstarter (che esclude gli investimenti finanziari e la beneficenza) lo presenta sul sito spiegando di quanti soldi ha bisogno per realizzarlo e che cosa dà in cambio del sostegno (per esempio una copia firmata e personalizzata di un libro da scrivere); l'idea ha 60 giorni di tempo per raccogliere abbastanza promesse di finanziamento e, solo se raggiunge l'obiettivo, il progetto parte e i soldi promessi dai sostenitori vengono prelevati dalle loro carte di credito. Kickstarter è la più grande piattaforma di questo genere al mondo: da quando è partita ha raccolto 1 miliardo di dollari e solo l'anno scorso ha raccolto 480 milioni di dollari da 3 milioni di piccoli mecenati rendendo possibili i sogni di 20 mila persone. Anche i più bizzarri, come la traduzione del capolavoro Moby Dick con le emoticon giapponesi. "Il 2013 ci ha insegnato che la gente è fantastica, le idee sono eccitanti, e siamo capaci di creare incredibili cose", si legge sul sito di Kickstarter a bilancio dell'anno.

Un'altra startup newyorkese diventata un fenomeno mediatico è BuzzFeed: un sito che all'inizio mostrava solo Cani e gatti carini e liste dai titoli tipo "I 33 animali delusi da te" (lista che ha ottenuto 2,5 milioni di clic). Ora ha 130 milioni di lettori fedeli, fa profitti e sembra addirittura capace di salvare il giornalismo "serio". BuzzFeed l'ha fondato l'italo-americano Jonah Peretti, che ora ha 40 anni: si è laureato al MIT media lab, ha poi approfondito gli studi sui cosiddetti "media contagiosi" e da lì ha elaborato un algoritmo per capire come le storie vengono condivise dalla gente e possono diventare "virali".

Questo algoritmo è la base della piattaforma tecnologica di BuzzFeed, le cui storie sono già pensate per essere Social, cioè condivise. E per questo hanno successo: tre su quattro vengono lette su Facebook o Twitter. E non sono più solo storie di cani e gatti, ma anche serissime inchieste giornalistiche condotte da un team di reporter investigativi guidati da

un Premio Pulitzer, Mark Schoofs, assunto lo scorso ottobre. Infatti mentre i grandi giornali come il New York Times e Newsweek sono costretti a tagliare i costi e licenziare giornalisti, BuzzFeed sta assumendo giovani reporter e aprendo redazioni in tutto il mondo.

L'ultimo sito di notizie e commenti che voglio citare, nato a New York e in forte crescita, è quel BusinessInsider fondato da Kevin Ryan. Ha più lettori del *Financial Times* e di *BusinessWeek*, grazie a un approccio diverso, originale. Anche Business Insider usa molto gli articoli sotto forma di liste, tipo "le dieci cose che non sapete di Jeff Bezos" e li presenta nel modo ideale per essere condivisi sui Social media. Ho già detto che il fondatore di [amazon.com](http://amazon.com) l'anno scorso ha deciso di investire in questo sito, e si è anche comprato uno dei più prestigiosi quotidiani americani, il Washington Post. Il che è molto incoraggiante per chi lavora nei media .

Bezos si sa ha un'ottica di lungo periodo. Nell'immediato non è intervenuto ancora in alcun modo nella gestione del giornale, ma la speranza è che possa usare anche in questa attività quello che ha imparato con [amazon.com](http://amazon.com), cioè capire così bene i gusti e i desideri dei clienti - grazie a tutti i dati accumulati sul loro comportamento online - da saperli addirittura anticipare. Sarebbe il primo passo per conquistare di nuovo lettori, soprattutto fra i giovani. E se Bezos riesce a far questo, poi troverà anche il modo di rendere di nuovo profittevole il business dei giornali.

## **CONCLUSIONI**

In conclusione, se c'è speranza per il futuro dei giornali e di noi giornalisti, figuriamoci per il futuro di un Paese straordinario come l'Italia e per i giovani come voi che ci vivono, ci studiano e ci lavorano.

Molte cose le state già facendo, come vedo qui a Pisa. Molto c'è ancora da fare.

Una lezione dalle startup newyorkesi, come dicevo, è partire dai propri punti di forza e capire come anche le industrie più tradizionali possano essere innovate e rilanciate con le nuove tecnologie.

Mi ha colpito una statistica che ho letto l'altro giorno: ancora nel 2013 solo il 34% delle piccole e medie imprese italiane avevano un proprio sito internet, e solo il 13% lo utilizzava per fare e-commerce (dati Eurisko-Ict 2013). Pensate a quante opportunità ci sono per mettere in rete tutti questi business e sfruttare il loro potenziale.

Credo davvero che il momento sia buono per creare una startup e avere successo anche in Italia. Fred Wilson ha scritto che l'Europa è un fantastico posto dove investire, grazie al grande talento e alle capacità tecnologiche e professionali degli europei; grazie ai nuovi

modelli di business che possono trasformare tutte le industrie; e grazie alle dimensioni del mercato europeo, che con 400 milioni di consumatori è più grande di quello degli Stati Uniti.

L'Italia fa parte di questo quadro ed è già ben conosciuta dagli americani per le sue capacità tecnologiche, non solo per la pizza o per i panorami della Toscana.

Pochi italiani sanno, per esempio, che la prima voce delle nostre esportazioni negli USA non è la moda o il vino o il cibo, ma è la meccanica. E non si tratta solo delle grandi commesse di Finmeccanica, ma per esempio delle numerosissime aziende di macchine utensili e di precisione che battono i concorrenti tedeschi per qualità e prezzi.

Uno dei prodotti di alta tecnologia Made in Italy molto popolare fra le startup dei Makers anche a New York è Arduino, la piattaforma "open source" di hardware e software che permette di passare da un progetto disegnato al computer a un oggetto reale. I Makers, li conoscete, sono quelli che "fanno", costruiscono, creano con le mani e con le macchine, come le stampanti 3D. Arduino per loro è un mito. Alla loro fiera lo scorso autunno nel Queens, Arduino era la star e il suo padiglione il più frequentato.

Era partito come programma per studenti all'Interaction Design Institute di Ivrea, dove insegnava Massimo Banzi. Poi la scuola ha chiuso ma Arduino è andato avanti, è diventata un'impresa con un team di sviluppatori guidato dallo stesso Banzi e il suo prodotto Made in Italy è venduto in tutto il mondo. Usato anche da designer italiani per le loro creazioni.

Ecco, una storia di successo come Arduino ha bisogno di essere conosciuta di più dagli italiani, conosciuta e celebrata. E una delle cose che possiamo imparare da New York e dall'America in generale è proprio la capacità di celebrarsi. Non aver paura e non aver vergogna di fallire per aver provato a fare una cosa nuova che non ha funzionato. Ma quando funziona, e funziona bene, celebrarla e usarla come strumento di marketing e come esempio che ispira altri giovani a rischiare e a lavorare duro per farcela.

È famoso lo slogan "se ce la fai a New York ce la puoi fare in tutto il mondo". Ma potremmo anche dire "se nonostante tutto ce la fai in Italia, puoi farcela anche a New York e in tutto il mondo".