

8 Startup in rete

Carlo La Rotonda
RetImpresa

Arianna Lupo
RetImpresa

Laura Pilone
RetImpresa

Abstract Innovative startups represent a dynamic and growing phenomenon in Italy, with goals and characteristics consistent with business networks. In fact, the network contract is a flexible organisational model that supports business development and transformation and can be the natural dimension in which startups become more competitive and scale the market. The first part of the chapter presents the quantitative data on startups involved in business networks, while the second part highlights the results of the 2021 Survey. This survey includes a section of questions dedicated to startups, using the case study method.

Keywords Startup. Business network. Collaboration. Case studies. Innovation.

Sommario 1 Introduzione. – 2 Presentazione del contesto e della metodologia di analisi. – 3 Le startup in rete: quadro generale. – 4 Case study. – 4.1 L'ingresso delle startup in rete. – 4.2 Struttura organizzativa: rapporti e ruolo delle startup in rete. – 4.3 Aspetti qualitativi della collaborazione. – 5 Conclusioni.

1 Introduzione

Le startup italiane, al pari delle reti di imprese, rappresentano un fenomeno dinamico e in crescita nel nostro Paese. Al termine del secondo trimestre 2021, infatti, il numero di startup innovative iscritte nella sezione speciale del Registro delle Imprese è di 13.582, con un incremento rispetto al trimestre precedente pari a 1.021 unità (+8,1%) (InfoCamere, MISE, Unioncamere 2021b).

La suddivisione per settori di attività conferma una presenza prevalente nei servizi: il 75% delle startup innovative fornisce servizi alle imprese (in particolare, produzione di software e consulenza informatica, 37,4%; attività di R&S, 14,7%; attività dei servizi d'informazione, 8,7%), il 16,6% opera nel manifatturiero (su tutti: fabbricazione di macchinari, 3%; fabbricazione di computer e prodotti elettronici e ottici, 2,5%); il 3% nel commercio.

Significativi i numeri riguardanti la distribuzione territoriale. La Lombardia conferma il suo primato, ospitando oltre un quarto delle startup italiane (26,7%): la sola provincia di Milano, con 2.545 entità, rappresenta il 18,7% del totale nazionale; superano quota mille il Lazio con 1.586 unità (11,7% del totale), in gran parte localizzate nella Capitale (1.411, vale a dire il 10,4% nazionale), la Campania con 1.205 startup (8,9% del totale) e il Veneto con 1.095 startup (8,1%). La regione con la maggiore densità di imprese innovative è invece il Trentino-Alto Adige, dove circa il 6% delle società costituite negli ultimi 5 anni è una startup.

Le startup innovative sono soprattutto micro imprese. Il valore della produzione medio per impresa nell'esercizio 2019 risulta pari a poco meno di 171,7mila euro, in diminuzione rispetto al trimestre precedente (circa 11mila euro in meno); l'attivo medio è pari a poco più di 346,3mila euro per startup innovativa, in diminuzione di circa 12mila euro rispetto alla precedente rilevazione.

Il monitoraggio del fenomeno a livello nazionale consegna, dunque, un quadro con ampi margini di crescita, che desta particolare interesse nell'ottica della valorizzazione e del coinvolgimento delle startup nei fenomeni aggregativi e di collaborazione. Infatti, il contratto di rete ben si presta ad accompagnare le startup, realtà fisiologicamente dinamiche e in evoluzione, verso progettualità condivise in vista del conseguimento di obiettivi strategici comuni. Le reti d'impresa, in quanto modello organizzativo che supporta lo sviluppo e la trasformazione delle imprese per la crescita competitiva,¹ possono in altri termini rappresentare la dimensione naturale nella quale le startup evolvono e riescono ad avvicinare e scalare il mercato.

¹ Sul punto si veda anche RetImpresa 2018.

2 Presentazione del contesto e della metodologia di analisi

La rilevanza strategica e l'alto potenziale che caratterizzano le startup, da un lato, e la flessibilità dello strumento del contratto di rete, dall'altro, sono i presupposti dell'analisi contenuta nel presente capitolo, che focalizza l'attenzione sulla partecipazione e sulle peculiarità delle startup coinvolte in programmi di collaborazione interaziendali tramite il ricorso al contratto di rete.

Nella prima parte del capitolo (§ 3) vengono presentati i principali dati quantitativi della startup in rete, prendendo in esame la banca dati InfoCamere sull'universo dei contratti di rete iscritti presso il Registro delle Imprese delle Camere di Commercio al 3 maggio 2021. I dati elaborati consentono di fornire degli elementi sulla propensione delle startup a fare rete, sulla loro distribuzione geografica e settoriale e sui principali indicatori economici di riferimento, oltreché di delineare alcune caratteristiche delle reti che coinvolgono tale tipologia di imprese.

Nella seconda parte (§ 4) si dà evidenza dei risultati della Survey 2021, che ha previsto una sezione di domande dedicata alle startup, attraverso il ricorso al metodo dei c.d. 'case study'.² Partendo dalla presentazione di 4 casi di studio riferiti alle startup che hanno partecipato all'indagine è così possibile osservare alcune caratteristiche di questa categoria di imprese innovative, quali le dinamiche all'origine dell'ingresso in rete, gli aspetti organizzativi e quelli qualitativi (motivazioni, obiettivi ed efficacia) derivanti dalla partecipazione alla rete.

3 Le startup in rete: quadro generale

Le startup impegnate in programmi di rete a fine aprile 2021 risultano essere in totale 161,³ di cui 113 aderenti a reti-contratto (il 70%) e 48 a reti soggetto (il restante 30%).⁴ La tipologia di rete senza soggettività giuridica, più leggera e flessibile, rappresenta quindi anche per le nuove imprese innovative l'opzione preferita, al pari di quanto avviene a livello nazionale.⁵

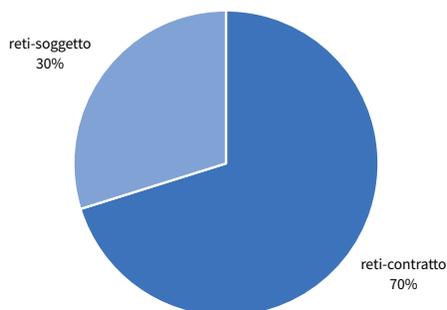
2 Sono 4 le startup che hanno risposto alla Survey 2021, le cui esperienze sono descritte nei casi di studio presentati all'interno del presente capitolo.

3 Si precisa che in 17 casi la singola startup partecipa a più contratti di rete e, ai fini della presente analisi, viene considerata per ogni contratto cui aderisce.

4 Le startup aderenti a contratti di rete rappresentano l'1,2% del totale delle startup innovative registrate al 1° luglio 2021.

5 Dei 7.310 contratti di rete registrati presso il Sistema camerale al 3 settembre 2021, 6.230 (l'85%) sono reti-contratto, 1.080 (15%) sono reti soggetto. Per maggiori informa-

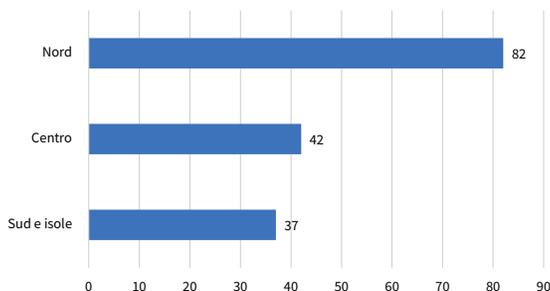
Figura 1 Distribuzione delle startup in rete per tipologia di contratto



Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

Per quanto riguarda la distribuzione geografica, il 51% delle startup in rete risiede al nord (82 imprese), il 26% al Centro (42 imprese) e il 23% si concentra al Sud e nelle Isole (37 imprese).

Figura 2 Distribuzione delle startup in rete per macro-aree geografiche

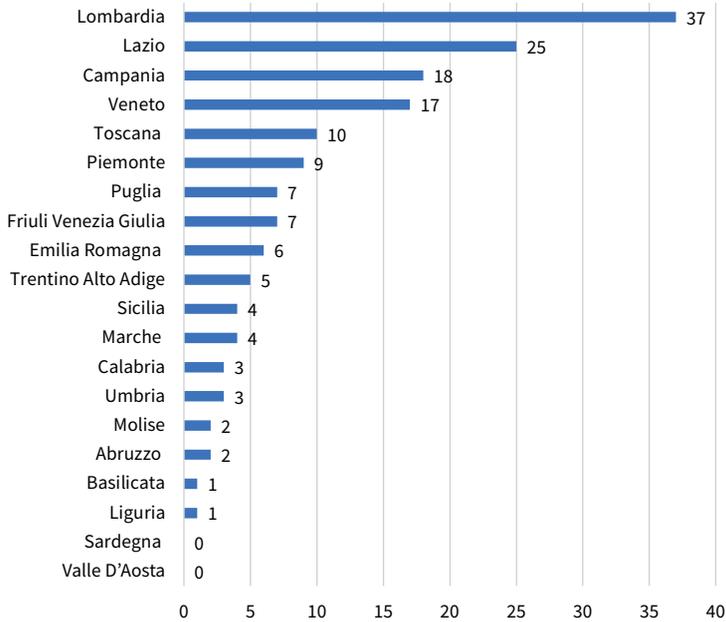


Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

In linea con il dato nazionale, la regione con il maggior numero di startup in rete è la Lombardia (37), seguita da Lazio (25), Campania (18), Veneto (17) e Toscana (10). Le startup sono presenti anche in tutte le altre regioni italiane con una incidenza minore (meno di 10 unità per regione), ad eccezione della Valle D'Aosta e della Sardegna, in cui non si rileva la presenza all'interno dei contratti di rete di tale tipologia di imprese.

zioni si rinvia alla consultazione di RED-Reti e Dati, piattaforma di *open data* sui contratti di rete in Italia. Sul punto si veda anche RetImpresa 2021.

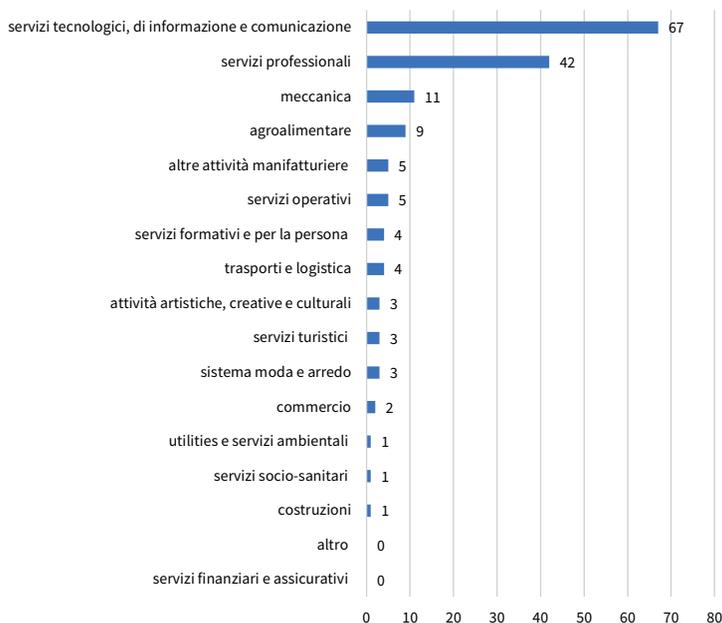
Figura 3 Distribuzione delle startup in rete per regione



Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

In relazione alla distribuzione settoriale, la prevalenza delle startup in rete opera nell'ambito dei servizi tecnologici, di informazione e comunicazione (67 imprese, ovvero il 42% del campione esaminato), coerentemente con quanto emerge su scala nazionale. Seguono le startup che prestano servizi professionali (42 imprese, il 26% del campione), quelle della meccanica (11 imprese, il 7% del campione) e dell'agroalimentare (9 imprese, il 6% del campione). Il grafico che segue include anche i restanti macro-ambiti di attività, che incidono in maniera ridotta sul totale del campione osservato [fig. 4].

Figura 4 Distribuzione settoriale delle startup in rete



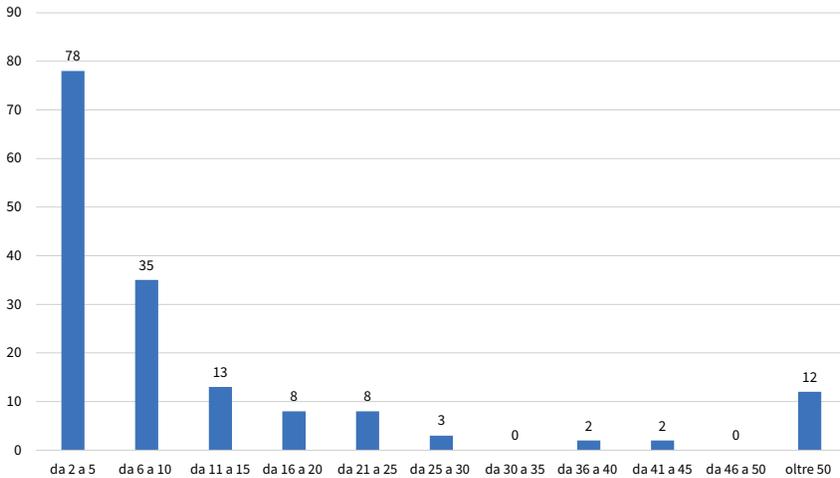
Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

Con riguardo al ruolo ricoperto nella compagine aggregativa, una startup su cinque risulta essere capofila o referente del contratto di rete cui aderisce (31), mentre in oltre la metà delle situazioni (82) assume una posizione di partecipante.⁶

In termini di numerosità dei network collaborativi, le startup esaminate partecipano prevalentemente a reti che coinvolgono da 2 a 5 imprese (78 casi) e da 6 a 10 imprese (35 casi). Più rari i casi in cui le startup partecipano a programmi di rete con un numero più elevato di imprese [fig. 5].

6 Nel 30% dei casi delle startup in rete (48), il dato riguardante il ruolo capofila / non capofila non è disponibile.

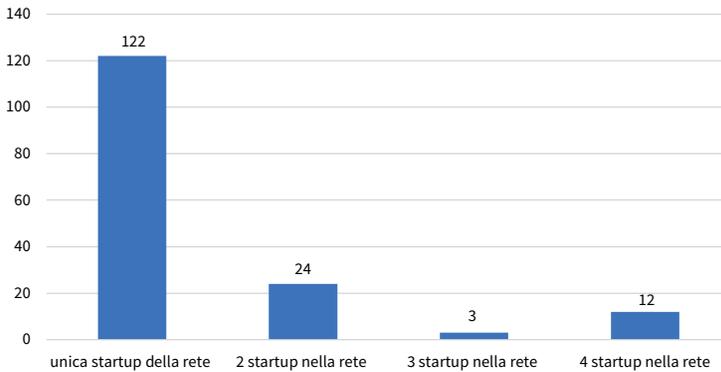
Figura 5 Numerosità delle imprese partecipanti ai contratti di rete esaminati



Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

Inoltre, sono diffusi i casi in cui le imprese esaminate rappresentano l'unica startup della rete (122, vale a dire 76%); in 39 casi invece la rete include più di una startup che partecipa allo stesso progetto [fig. 6]. Il dato evidenzia l'attitudine delle nuove imprese a collaborare prevalentemente con realtà con maggiore *seniority*, più strutturate e organizzate. Queste ultime possono aiutare le startup ad avvicinarsi al mercato e a trovare risposte concrete ai propri bisogni in termini di capacità di accedere ai finanziamenti, di acquisire know-how e competenze, soprattutto manageriali, di condividere asset logistici, risorse strumentali (mezzi, macchinari, apparecchiature tecnologiche complesse), supporto consulenziale o la rete di relazioni e *partnership* delle PMI (utenti finali, fornitori qualificati, distributori commerciali).

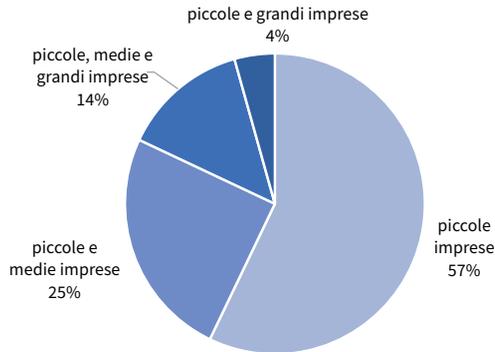
Figura 6 Numerosità delle startup partecipanti a ciascun contratto di rete



Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

Inoltre, le reti a cui partecipano le startup comprendono nella maggior parte dei casi esclusivamente imprese di piccole dimensioni (57%); nel 25% dei casi la rete è composta da piccole e medie imprese. Le grandi imprese sono presenti nelle reti a cui partecipano le startup nel 18% dei casi (nel 14% si tratta di reti che coinvolgono piccole, medie e grandi imprese e nel 4% di reti che coinvolgono piccole e grandi imprese). È interessante notare come questa tendenza si discosti dal classico modello di interrelazione delle startup con il mercato, che vede nelle medie aziende e nelle *corporate* le destinatarie preferenziali delle richieste di sostegno e di collaborazione da parte delle nuove realtà protagoniste dell'innovazione. Questo dato fa pensare ad una crescente fiducia e propensione delle startup a condividere obiettivi strategici e linee di attività, in maniera formalizzata e con un orizzonte stabile di medio periodo, con imprese di dimensioni e caratteristiche più affini al proprio modello.

Figura 7 Dimensione delle imprese partecipanti alle reti esaminate

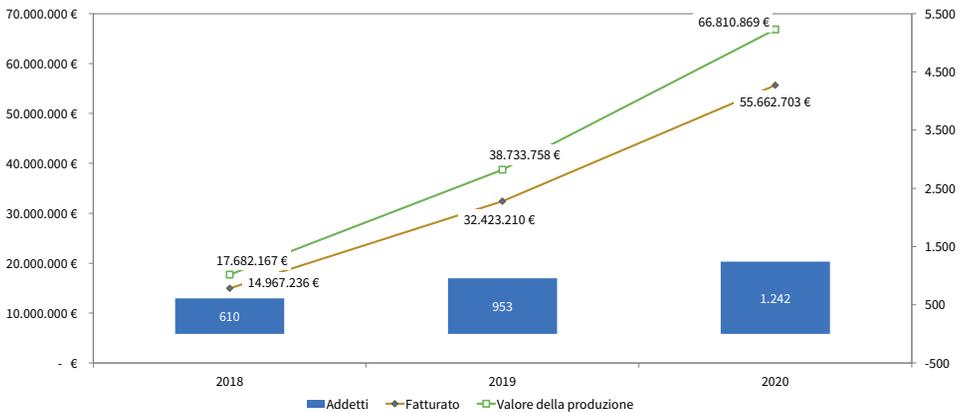


Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

Infine, osservando i principali indicatori economici e occupazionali delle startup, emerge un trend positivo. Nel corso degli ultimi tre anni il fatturato totale e il valore della produzione totale delle startup retiste risulta più che triplicato (la somma del fatturato delle imprese esaminate è passata da 14.967.236 € nel 2018 a 55.662.703 € nel 2020, il valore della produzione da 17.682.167 € a 66.810.869 €). La somma degli addetti risulta duplicata, passando da 610 addetti in totale nel 2018 a 1.242 nel 2020, che corrispondono all'8% del totale dipendenti dell'universo delle startup innovative.⁷

⁷ InfoCamere, MISE, Unioncamere 2021a. In particolare, i dati del totale dipendenti delle startup innovative - pari a 15.586 - sono frutto dell'elaborazione dati INPS su imprese del Registro al 31 dicembre 2020.

Figura 8 Trend del fatturato totale e del valore della produzione totale delle startup retiste (asse sx), trend del totale addetti delle startup retiste (asse dx)



Fonte: Banca dati InfoCamere, maggio 2021

4 Case study

La Survey 2021 ha previsto una sezione dedicata alle startup, con l'obiettivo di indagare le caratteristiche, i comportamenti e i benefici che la partecipazione ai contratti di rete può generare per questa tipologia di imprese nuove e ad alto potenziale.

Sono state raggiunte 4 startup, che rappresentano i *case study* analizzati nel corso del presente paragrafo.⁸ Nel dettaglio, l'analisi si sviluppa su tre diversi profili: 1) gli aspetti attinenti all'ingresso della startup in rete; 2) i profili organizzativi, ovvero il ruolo e le modalità di partecipazione e coinvolgimento della startup nella rete; 3) gli aspetti qualitativi, quali le motivazioni che hanno indotto le startup a fare rete, gli obiettivi prefissati e i risultati, in termini di efficacia, derivanti dall'ingresso in rete.

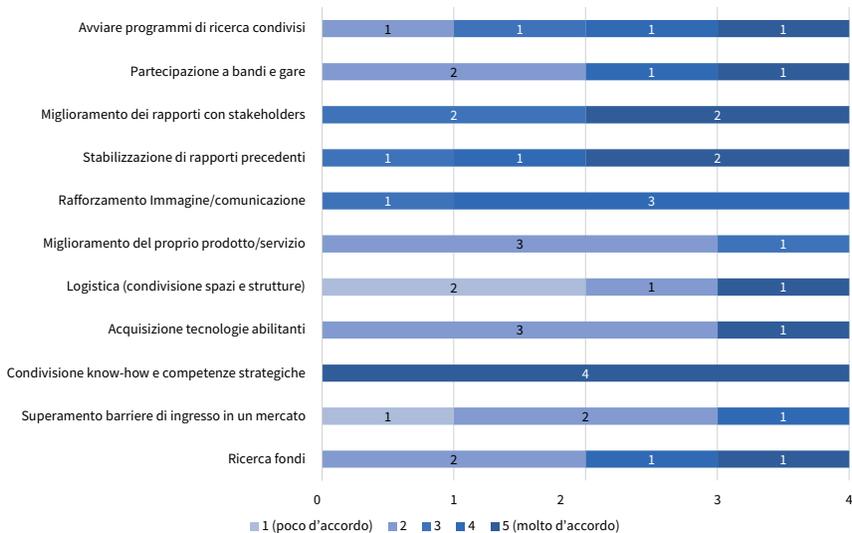
4.1 L'ingresso delle startup in rete

Dalle risposte alla Survey emerge che l'opportunità di partecipare a un programma di collaborazione interaziendale è stata favorita, in prevalenza, da un'altra impresa o da un consulente.

⁸ I riferimenti delle startup rispondenti alla Survey, che hanno prestato il consenso al trattamento (pubblicazione) dei loro dati personali, e dei rispettivi contratti di rete sono disponibili al § 4.3.

La principale motivazione che ha spinto le startup esaminate a collaborare con altre imprese tramite un contratto di rete è da attribuire, in maniera unanime, alla condivisione di know-how e di competenze strategiche. A seguire, hanno inciso positivamente fattori quali la stabilizzazione di rapporti precedenti, il miglioramento dei rapporti con gli stakeholder, il rafforzamento dell'immagine/comunicazione, l'avvio di programmi di ricerca condivisa e, con pari punteggio, la ricerca fondi e la partecipazione a bandi e gare [fig. 9].

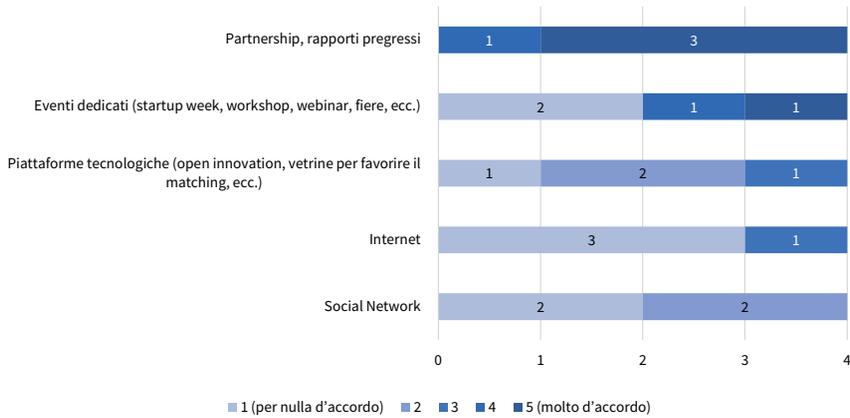
Figura 9 Distribuzione delle risposte a «Quali sono le principali motivazioni che vi hanno spinto a collaborare tramite un contratto di rete?»



Fonte: Indagine Osservatorio Nazionale sulle Reti d'Impresa 2021

In relazione agli strumenti che hanno favorito l'avvio della collaborazione, emerge chiara la rilevanza dei rapporti pregressi e di *partnership* curati dalle singole startup esaminate, oltreché la partecipazione a eventi dedicati, quali workshop, startup week, webinar e fiere (2 casi) e l'utilizzo di piattaforme tecnologiche di *open innovation* e di *matching*. Meno incisivi a fini collaborativi i social network e i siti Internet.

Figura 10 Distribuzione delle risposte a «Quali strumenti hanno favorito l'inizio della collaborazione in rete?»



Fonte: Indagine Osservatorio Nazionale sulle Reti d'Impresa 2021

Rispetto al ciclo di vita delle startup, l'esperienza di rete si manifesta in diversi momenti: in due casi è stata avviata in fase *pre-seed*, e nei restanti, rispettivamente, in fase iniziale (*early stage*) e di crescita (*growth*).

Con riguardo al ciclo di vita della rete, invece, tutte le realtà esaminate hanno partecipato alle attività sin dalla fase di costituzione della rete.

Tabella 1 Tabella di sintesi delle altre risposte alla Survey 2021 inserite nella sezione «l'ingresso delle startup in rete»

Chi ha promosso/favorito il coinvolgimento in un contratto di rete? (max 2 risposte)	Innova Srl Startup	Carbon Mind Srl	Case study 3	Cyclando Srl
Incubatore/Università				
Acceleratore				
Investitore istituzionale/finanziario				
Associazione di imprese				
Altra impresa	x	x	x	
Consulente	x	x		
Altra startup				
Altro			x	x
In quale fase della startup è iniziata la collaborazione in rete?				
Pre-seed	x			x
Fase di seminazione (seed)				
Fase iniziale (early stage)		x		
Fase di crescita (growth)			x	
Fase di espansione (expansion)				
Fase di uscita (exit)				
In quale fase del ciclo di vita di una rete d'impresa vi siete aggregati?				
Costituzione	x	x	x	x
Apertura a nuovi retisti per sviluppo del programma comune				
Apertura a nuovi retisti per cambio strategia/obiettivi				
Sostituzione/subentro di un retista				
Altro				

4.2 Struttura organizzativa: rapporti e ruolo delle startup in rete

Dai casi studio esaminati emerge che nessuna delle startup ricopre un ruolo di *leadership* nella rete; in due casi, tuttavia, si dichiara la presenza di un rappresentante della startup nell'Organo di gestione.

In relazione alla tipologia di rete cui partecipa la startup, in un caso si tratta di rete orizzontale, tra imprese dello stesso settore o di settori complementari, in un altro di rete verticale, tra imprese che operano in diverse fasi della filiera, e nei restanti casi di reti miste.

In due casi le imprese intervistate rappresentano l'unica startup della rete, in uno vi è la presenza di una seconda startup e nell'ultimo le startup partecipanti alla stessa rete sono più di due. Inoltre, si rileva che in tre circostanze su quattro la startup è impegnata in un solo contratto di rete.

Tabella 2 Tabella di sintesi delle risposte alla Survey 2021 inserite nella sezione «Struttura organizzativa: rapporti e ruolo delle startup in rete»

La startup ricopre un ruolo di leadership nella rete?	Innova Srl Startup	Carbon Mind Srl	Case study 3	Cyclando Srl
Sì				
No	x	x	x	x
Qual è il contributo della startup al contratto di rete? (max 2 risposte)				
Innovazione di prodotto	sì	sì	sì	sì
Innovazione di processo	no	sì	no	no
Innovazione di servizio	no	no	sì	sì
Marketing e commercializzazione	sì	no	no	no
Comunicazione	no	no	no	no
Altro	no	no	no	no
È presente un rappresentante della startup nell'organo di gestione della rete?				
Sì	x	x		
No			x	x
Nei rapporti interni, l'ingresso in rete ha comportato per la startup:				
Acquisizione di partecipazione da parte di altri retisti	5	1	1	1
Licenza/cessione di IPR (Intellectual Property Rights)	5	1	1	1
Acquisizione di risorse umane (distacco o codatorialità)	5	1	1	1
Messa a disposizione di proprie risorse umane (distacco o codatorialità)	3	1	1	1
Acquisizione di beni e/o servizi da altre imprese retiste	4	1	3	4
Prestazione di servizi e/o fornitura di beni ad altre imprese retiste	5	2	3	4
A quante reti partecipa la startup?				
	2	1	1	1
Ci sono altre startup in rete?				
No		x		x
Sì, 1			x	
Sì, più di 1	x			
La rete è partecipata da:				
Imprese dello stesso settore o di settori complementari (rete orizzontale)				x
Imprese della filiera (rete verticale)		x		
Imprese appartenenti alle due categorie precedenti (rete mista)	x		x	

In tutte le situazioni esaminate, il contributo della startup al contratto di rete riguarda innovazioni di prodotto, inoltre la partecipazione è orientata a generare innovazioni di servizio (due risposte), innovazioni di processo (una risposta) e attività di *marketing* e commercializzazione (una risposta).

Sul piano dei rapporti interni, tra le opportunità che la startup ha ottenuto dall'ingresso in rete ricorrono prevalentemente la prestazione e l'acquisizione di servizi e/o forniture di beni nei confronti delle altre imprese retiste.

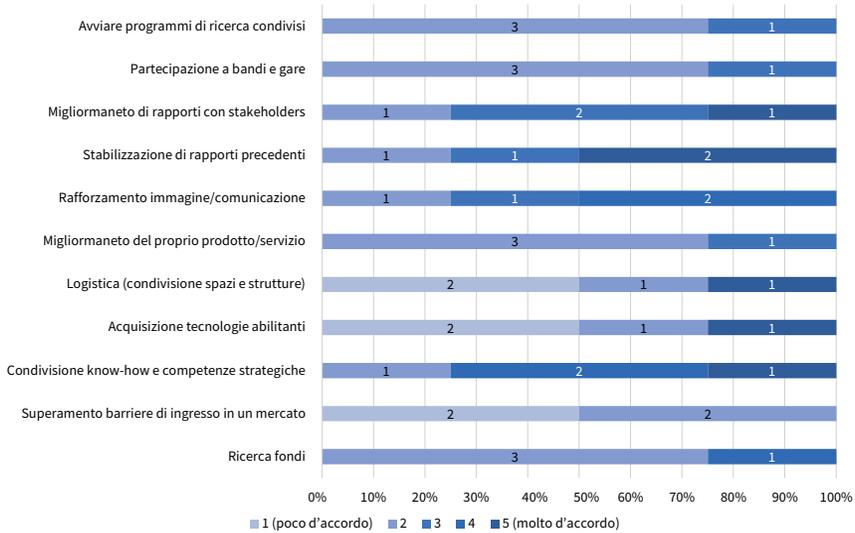
4.3 Aspetti qualitativi della collaborazione

Analizzando i feedback delle startup esaminate, si riscontra una certa coerenza tra le motivazioni iniziali che hanno spinto tali imprese ad avviare programmi di rete (§ 4.1) e i vantaggi che effettivamente hanno ottenuto, indice di un buon livello di efficacia del processo di collaborazione interaziendale. Le difficoltà che le startup hanno superato maggiormente tramite il loro ingresso in rete, infatti, coincidono con le motivazioni iniziali: condivisione del know-how e delle competenze strategiche, stabilizzazione dei rapporti precedenti, miglioramento dei rapporti con gli stakeholder e rafforzamento dell'immagine/comunicazione.

Ciò ha portato le imprese innovative esaminate a migliorare le prestazioni in termini di acquisizione di competenze tecniche e professionali, al potenziamento delle relazioni e della reputazione, all'ampliamento delle attività di formazione e delle skill manageriali, nonché all'ottimizzazione dei costi di gestione (disponibilità di attrezzature, locali e macchinari).

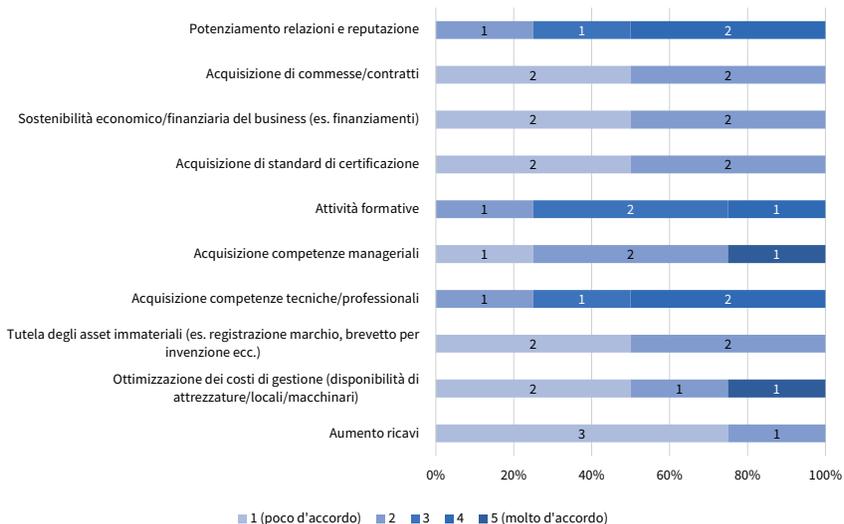
Si deduce che l'ingresso in rete è funzionale a rafforzare il profilo organizzativo e operativo, le competenze e l'aspetto relazionale e reputazionale delle startup, consentendo loro di accelerare i meccanismi di avvicinamento al mercato.

Figura 11 Distribuzione delle risposte a «La rete ti ha aiutato a superare alcune difficoltà che hanno motivato il tuo ingresso in rete?»



Fonte: Indagine Osservatorio Nazionale sulle Reti d'Impresa 2021

Figura 12 Distribuzione delle risposte a «In che modo la rete ha migliorato le tue prestazioni?»



Fonte: Indagine Osservatorio Nazionale sulle Reti d'Impresa 2021

Tabella 3 Elenco startup intervistate e reti d'impresa di riferimento

Startup intervistata	Contratto di rete di riferimento
Innova Srl Startup	Gruppo nova Quadri
Carbon Mind Srl	Polo dei materiali compositi
Case study 3	n.d.
Cyclando Srl	Rete di imprese Active Italy

5 Conclusioni

Le startup italiane rappresentano un fenomeno dinamico e in crescita nel nostro Paese, che presenta finalità e caratteristiche coerenti con il modello delle reti d'impresa.

Le startup aderenti a contratti di rete in Italia sono 161, con una preferenza per la forma della rete senza soggettività giuridica (70%), più leggera e flessibile, al pari di quanto avviene a livello nazionale, e con margini di crescita rilevanti, considerato l'andamento positivo in termini di formazione di nuove imprese innovative in Italia (13.582 nel 2° trimestre 2021, +8,1% rispetto al precedente). Nel 20% circa dei casi esse rivestono anche un ruolo di capofila della compagine aggregativa.

Il contratto di rete rappresenta uno strumento adatto a supportare le startup, che si configurano in prevalenza come micro imprese, per affrontare le sfide del mercato attraverso la collaborazione con imprese dotate di maggiore *seniority*, più strutturate e organizzate (nel 76% dei casi nella compagine aggregata è presente una sola startup). Questa evidenza appare una risposta concreta al bisogno delle startup di ricercare *partnership* non solo orientate a finanziamenti e al supporto economico, ma anche a rafforzare la propria struttura organizzativa e l'assetto operativo e relazionale, condividendo in maniera stabile e formalizzata obiettivi strategici e programmi di attività prevalentemente con realtà di dimensioni e caratteristiche più affini al proprio modello (nel 57% dei casi le startup fanno rete con imprese di piccole dimensioni).

Rispetto alla distribuzione geografica e settoriale, i dati nazionali e quelli relativi alle sole startup in rete sono coerenti: si registra una diffusione prevalente al Nord (il 51% delle startup retiste, in particolare nelle regioni Lombardia e Veneto, contro il 54% delle startup nazionali), e a seguire al Centro (26%, soprattutto nel Lazio, a fronte del 23% del totale startup italiane) e al Sud e nelle Isole (23%, in particolare in Campania, con identica distribuzione percentuale rispetto al campione nazionale di startup), e una concentrazione nel settore dei servizi ICT (75% della popolazione nazionale di startup innovative, 42% delle startup in rete).

Dai case study esaminati emergono aspetti interessanti legati all'ingresso in rete da parte delle startup, al loro ruolo e coinvolgimento all'interno del network e agli obiettivi che hanno spinto le stesse a stringere collaborazioni interaziendali.

È chiara l'esigenza e la capacità, da parte delle startup, di costruire relazioni e assimilare *best practice*. A dimostrazione di ciò, l'ingresso in rete è favorito nella prevalenza dei casi da un'altra impresa grazie a *partnership* pregresse. Inoltre, tra le principali motivazioni a fare rete vi è la condivisione di know-how e di competenze strategiche.

Sul piano organizzativo, seppure senza rivestire un ruolo di leadership, le startup intervistate hanno contribuito allo sviluppo della rete favorendo principalmente, da un lato, i processi di innovazione di prodotto e di servizio, dall'altro, le relazioni commerciali con le altre imprese del network in chiave di scambio di servizi e forniture.

Anche in termini di performance l'esperienza di rete è risultata positiva, avendo consentito alle startup intervistate di migliorare le prestazioni in termini di acquisizione di competenze tecniche e professionali, di potenziamento delle relazioni e della reputazione, di ampliamento delle attività di formazione e delle skill manageriali, nonché di ottimizzazione dei costi di gestione (disponibilità di attrezzature, locali e macchinari).

La rete risulta uno strumento efficace nella misura in cui le difficoltà che le startup hanno superato maggiormente tramite il loro ingresso in rete coincidono con le motivazioni iniziali.

Tale forma di aggregazione è risultata infatti funzionale a rafforzare il profilo organizzativo e operativo, le competenze e l'aspetto relazionale e reputazionale delle startup, consentendo loro di accelerare i meccanismi di avvicinamento e scalabilità del mercato.

In conclusione, dall'analisi dei dati disponibili e dalle risposte alla Survey emerge che le reti d'impresa, in quanto modello organizzativo flessibile che supporta lo sviluppo e la trasformazione delle imprese per la crescita (cf. CSC, ISTAT, RetImpresa 2017), possono rappresentare la dimensione naturale nella quale le startup diventano più strutturate e competitive.

Bibliografia

- CSC, Confindustria Centro Studi; ISTAT; RetImpresa (2017). *Reti d'Impresa. Gli effetti del contratto di Rete sulla performance delle imprese*. Novembre 2017. https://www.istat.it/it/files/2017/11/Rapporto_Istat_Confindustria.pdf.
- InfoCamere; MISE, Ministero dello Sviluppo Economico; Unioncamere (2021a). *Cruscotto di Indicatori Statistici – Dati nazionali. Report con dati strutturali Startup innovative – 1° trimestre 2021*. Elaborazioni al 1° aprile 2021. https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/Startup_1_trimestre_2021.pdf.
- InfoCamere; MISE; Unioncamere (2021b). *Cruscotto di Indicatori Statistici – Dati nazionali. Report con dati strutturali Startup innovative – 2° trimestre 2021*. Elaborazioni al 1° luglio 2021. https://www.mise.gov.it/images/stories/documenti/2_trimestre_2021_1.pdf.
- RetImpresa (2018). *Guida alle Reti d'Impresa. Manuale operativo sul Contratto di Rete per Imprenditori, Professionisti ed Esperti*. Febbraio 2018.
- RetImpresa (2021). «Indagine RetImpresa “Il 2020 in Rete”». Marzo 2021. <https://www.retimpresa.it/indagine-retimpresa-il-2020-in-rete/>.

