

Altis-Cattolica guida laureati italiani a Berkeley

L'ateneo organizza l'italian round della Global social venture competition, la gara che vede coinvolte business school di tutto il mondo con con progetti d'impresе sociali. In gara anche Napoli2, Chieti e Udine

di Chiara Cantoni, redazione.campus@class.it

L'Italian round della **Global social venture competition 2009**, la competizione internazionale tra giovani imprese o idee di impresa ad alto impatto economico e sociale, ha abbassato la bandierina del via. Nata dalla **Hass business school** della **Berkeley University**, per favorire l'incontro fra venture capitalist e start up capaci di sviluppare valore sociale e/o ambientale, la competizione ha trovato nell'**Alta scuola impresa e società (Altis)** della Cattolica di Milano il partner ideale per le selezioni italiane. La prima fase, dunque, si gioca in casa. I team imprenditoriali finalisti, poi, voleranno in California per disputare la finale con i concorrenti di altri Paesi. Nel pieno della raccolta di adesioni 2009, ne parla a *CampusPro* **Mario Molteni**, ordinario di Economia e direttore scientifico di Altis.

Come giudica la partecipazione rispetto allo scorso anno?

È ancora presto per fare un paragone, ma ci aspettiamo un numero più elevato di concorrenti come effetto del successo riscontrato lo scorso anno e del passaparola. Ci fa ben sperare anche il coinvolgimento diretto per l'edizione 2009 di altri importanti atenei. Penso all'Università di Udine, che ha presentato la Gsvc in occasione di un evento dedicato all'innovazione. Penso alla Seconda Università degli Studi di Napoli, facoltà di Architettura e, in parti-

colare, agli studenti e agli imprenditori impegnati nel settore del design biomedico per l'innovazione sostenibile. All'Università degli studi D'Annunzio di Chieti e Pescara, dove studenti e docenti della facoltà di Economia hanno coinvolto gli imprenditori locali per presentare business plan innovativi nel settore alimentazione sana e sostenibile. Un'altra importante novità per il 2009 è l'estensione dell'invito ai nostri laureati esteri dell'Mba New markets & Europe e della Scuola EuroMediterranea. Si tratta di giovani che, al termine dei corsi, vogliono lanciarsi in un progetto imprenditoriale affascinante per sé e utile per il proprio Paese. Molti di loro arrivano dall'Africa, dal Medio oriente, dall'America latina e dall'India.

Quanti progetti hanno partecipato alla Gsvc 2008?

Abbiamo ricevuto una trentina di executive summary e sono stati invitati a presentare il business plan 18 team tra i quali la giuria ha selezionato sette finalisti. Questi hanno, poi, partecipato al round europeo, e uno di loro ha preso parte, non vincendo, alla finale continentale presso la London Business School. Per quest'anno puntiamo su un team italiano alla finalissima di Berkeley, in California.

Chi sono finora i candidati?

Per ora abbiamo contatto con una ventina di team imprenditoriali. Non



è sempre facile indurli a sbottonarsi sui piani di business. È più che comprensibile, ma a loro siamo in grado di assicurare due cose: l'assoluta riservatezza e la possibilità di entrare in contatto, ove sia desiderato, con possibili finanziatori e con i media. I progetti imprenditoriali afferiscono a settori molto vari: dall'agribusiness all'immobiliare; dall'estetica a domicilio all'energia rinnovabile.

Quali sono i tempi per farsi avanti?

La consegna di poche pagine che descrivono l'idea per sommi capi (il business summary) è prevista per fine ottobre. Chi passerà la prima selezione, dovrà sviluppare un documento più corposo e analitico (il cosiddetto business plan) entro il 10 dicembre.

Come si giudica una buona idea d'impresa?

Per la Gsvc deve innanzitutto prospettare sia la sostenibilità finanziaria (e possibilmente il profitto) sia la generazione di benefici sociali e/o ambientali rilevanti e misurabili. Due caratteristiche che per altro dovrebbero essere già evidenziate nella mission dell'impresa. Infine assume grande importanza la «scalability», ossia la replicabilità della business idea in altri contesti e in altri Paesi. Nella valutazione, a parità di qualità, assumeranno peso la chiarezza della presentazione e la capacità dimostrata dal team di rispondere ai problemi che emergono nel proprio contesto socio-economico.

Gli ambiti applicativi ritenuti più interessanti?

Una delle cose belle del premio è che non ci sono restrizioni di sorta. Sta al concorrente dimostrare, con dati realistici, le prospettive di risultato economico e socio-ambientale. Nel mondo in dieci anni se ne sono viste

di tutti i colori. Ma negli ultimi tre, un settore l'ha spuntata su tutti: l'energia rinnovabile con particolare attenzione ai mercati emergenti. A seguito della crisi, inoltre, mi sembra di leggere un'attenzione crescente verso progetti d'impresa socialmente utili. Non tanto nel cambiamento delle priorità a vantaggio di un settore specifico, quanto nella sottolineatura del fenomeno. È significativo che nel più importante convegno annuale degli studiosi di management a livello mondiale (oltre 10mila partecipanti), svoltosi a Chicago nel mese di agosto, il tema della cosiddetta social entrepreneurship è stato a dir poco pervasivo.

Quali prospettive apre la competizione ai giovani partecipanti?

Questo è il tema cruciale. Alla luce dell'esperienza dello scorso anno, insistiamo sul valore della possibilità data ai concorrenti, di far conoscere sé e le proprie idee d'impresa a venture capitalist e imprenditori affermati, come pure alla stampa e al mondo accademico. I team del 2008, inoltre, hanno potuto sperimentare come l'obbligo di formulare un vero e proprio business plan costringa a riordinare le idee, a porsi domande su cui è facile soprassedere in fase puramente teorica. È l'occasione, infine, di confrontarsi con imprenditori affermati, con consulenti e, perché no, con banchieri e uomini di finanza decisamente più aperti della media nazionale.

Altis che cosa ci guadagna in tutto ciò?

Altis si è data l'obiettivo di promuovere una cultura d'impresa innovativa, attenta al sociale e non per questo meno combattiva sotto il profilo competitivo. Quindi per Altis questa competizione internazionale è parte integrante del proprio core business.

In finale

Impresa: ecco le idee vincenti

Una raffineria d'acqua anziché di petrolio, per estrarre idrogeno e riscaldare case in modo «verde». Un'impresa artigiana che forma e occupa giovani a rischio. E un progetto di telemedicina. Sono queste le idee che a gennaio 2009 hanno vinto la finale italiana della Gsvc, guadagnandosi la partecipazione alle semifinali europee (dove si sono fermate battute da team di altri Paesi), un premio di 10mila euro messo a disposizione da A2A e una borsa di studio per l'Executive master Pmi e competitività di Altis. A conquistare il gradino più alto del podio di Berkeley e 25mila dollari di premio, invece, è stato il progetto dell'indonesiana Prasetya Mulya Business School. Fra gli progetti vincitori, anche l'azienda EcoFaeBbrick, nata per produrre mattoni dallo sterco di vacca.