



Forim
Azienda Speciale



Camera di Commercio Potenza

**IL PERCORSO DI SVILUPPO DI UNA IMPRESA
SPIN-OFF DA RICERCA**

Indice

Aspetti metodologici.....	3
<i>Definizioni preliminari.....</i>	<i>3</i>
<i>Peculiarità dello spin off accademico</i>	<i>4</i>
Esperienze significative nelle principali università italiane.....	8
<i>Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa</i>	<i>8</i>
<i>Politecnico di Torino</i>	<i>9</i>
Il percorso di sviluppo di una spin off.....	11
<i>Condizioni per il successo degli spin off dalla ricerca.....</i>	<i>11</i>
<i>Fasi del processo di spin off accademico</i>	<i>11</i>
Fase 1: IDEA.....	12
Fase 2: OPPORTUNITÀ DI BUSINESS.....	13
Fase 3: BUSINESS PLAN.....	14
Fase 4: FINANZIAMENTO	14
Fase 5: START UP.....	16
<i>Il ciclo di vita finanziario di una start up</i>	<i>17</i>
Caratteristiche ideali del futuro imprenditore.....	19
Il finanziamento degli spin off: i fondi rotativi di seed capital	20
<i>I fondi camerali di seed capital</i>	<i>20</i>
<i>Modalità di funzionamento</i>	<i>20</i>

Aspetti metodologici

Definizioni preliminari

Lo spin off da ricerca può essere definito come un meccanismo di trasferimento che muove dalla ricerca pre-competitiva verso le applicazioni industriali.

Esso è realizzato attraverso un insieme di meccanismi e percorsi che conducono allo start up di una nuova impresa in cui un'organizzazione madre diventa incubatore per lo sviluppo di nuova imprenditorialità.

Le aziende "spin off" possono "gemmare" da altre aziende ovvero da enti di ricerca o d'altra natura.

Lo spin off, pertanto, rappresenta un ponte tra ricerca e impresa, un efficace strumento per il trasferimento di tecnologie e competenze al fine della creazione di imprese ad alto valore aggiunto.

Gli spin-off sono una nuova unità economica nata dal distaccamento, da una preesistente organizzazione, di alcune risorse umane ovvero un'impresa nata a opera di soggetti, impegnati in contesti industriali, accademici o istituzionali, che danno origine a un'iniziativa imprenditoriale, valorizzando le esperienze professionali e il know how maturato.

Nel caso specifico degli spin-off accademici la peculiarità consiste nel fatto che le imprese sono promosse da personale dell'Università o di altri centri di ricerca pubblici e hanno come scopo l'utilizzazione imprenditoriale, in contesti innovativi, dei risultati della ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi.

La promozione di programmi di incentivazione di questa tipologia di imprese è fortemente legata al tema dell'autonomia finanziaria delle Università.

Il trasferimento della ricerca, infatti, rappresenta un sistema di autofinanziamento, già sperimentato con successo in altri paesi, che riesce a conciliare senza traumi né compromessi la funzione propria degli enti di ricerca con il mercato. Qualora, infatti, si affiancasse alla tipica attività di "ricerca di base", o "libera", la ricerca applicata, si potrebbero reperire, come oggi accade in misura insoddisfacente, canali di finanziamento alternativi, complementari ai tradizionali trasferimenti pubblici, derivanti dalle attività che tipicamente rappresentano il lavoro del ricercatore.

Peculiarità dello spin off accademico

In letteratura è possibile rintracciare una suddivisione in tre categorie delle imprese spin – off della ricerca, in base alla provenienza dei neo – imprenditori:

1. imprese formate da personale accademico (professori, ricercatori ecc.)
2. imprese costituite da studenti e/o neo – laureati
3. imprese formate da esterni per lo sfruttamento commerciale della ricerca universitaria.

Le imprese spin – off da ricerca hanno, rispetto alle altre, un'elevata propensione all'innovazione e al mantenimento dei rapporti con il mondo accademico.

L'attuazione di interventi di promozione dello spin off accademico deve partire da cinque aspetti fondamentali che caratterizzano lo specifico contesto:

- Natura del contesto di riferimento

Per la promozione di imprese spin-off della ricerca (o accademiche) sono necessarie almeno quattro condizioni di base:

- (a) la presenza di laboratori di ricerca qualificati, dove si svolga ricerca allo stato dell'arte a livello internazionale;
- (b) un "clima" favorevole e incoraggiante nei confronti della nuova imprenditorialità high-tech all'interno dell'organizzazione madre, tanto da presentare ai giovani ricercatori l'avventura imprenditoriale non come un'opzione second best rispetto alla carriera accademica;
- (c) la presenza di specifiche politiche, a livello regionale, tali da fare sì che le spin-off possano essere inserite nei piani di sviluppo economico territoriale;
- (d) la predisposizione, presso i centri di ricerca, di specifici regolamenti amministrativi, servizi, risorse finanziarie, infrastrutture, ecc., tali da fare in modo che le nuove iniziative imprenditoriali siano sì caratterizzate da una certa dose di rischio, ma nel complesso inserite in un contesto "positivo" nei loro confronti;

- Natura dei soggetti a cui si rivolgono gli interventi per il sostegno allo spin off

I soggetti beneficiari degli interventi devono:

- (a) essere in possesso di uno specifico know how di ricerca;
 - (b) essere dotati di spirito imprenditoriale;
 - (c) essere interessati ad esplorare l'ipotesi dello spin off;
 - (d) avere le capacità di lettura dei bisogni necessarie per individuare le possibili applicazioni del know how detenuto.
- Natura dei legami tra spin off e università/centro di ricerca

Gli scambi costanti tra imprese spin-off e Università, in una strategia di cooperazione e di crescita, portano a una serie di vantaggi per entrambe le parti, difficilmente raggiungibili per altre vie:

- la start up avrà vita più facile se "protetta" dall'ambiente universitario in cui è nata; per contro, crescendo, nel momento in cui avrà bisogno di servizi specifici si rivolgerà all'Università;
 - l'Università assumerà il ruolo di fornitore di conoscenza e di ricerca non solo vincolata, cioè legata alla soluzione di uno specifico problema, ma soprattutto di ricerca di base, che diventerà il terreno sul quale germoglieranno le nuove idee.
- Natura del percorso che conduce allo spin off

Il percorso passa attraverso tre momenti fondamentali:

- Protezione del know how dei partecipanti;
 - Valorizzazione delle applicazioni attraverso la creazione di un'organizzazione imprenditoriale;
 - Trasferimento al mondo produttivo.
- Natura dell'impresa prodotta dal percorso di spin off

Le imprese da spin off devono ricercare un vantaggio competitivo basato sull'innovazione e presidiare la core competence relativa alla ricerca e sviluppo, con un occhio all'efficacia nell'applicazione industriale e nel trasferimento tecnologico.

Con riferimento a tali aspetti, a ciascuna fase del percorso di spin off possono essere attivati una pluralità di servizi (tutoring, business planning, team building, assistenza allo start-up) che rappresentano il sistema abilitante al percorso stesso.

Attraverso tali servizi si facilita in altri termini il superamento da parte del gruppo dei tre passaggi critici aumentando al contempo le probabilità di sopravvivenza dell'impresa a regime.

In questo contesto, l'intervento dei centri di ricerca pubblici e degli enti territoriali può essere quello, per i primi, di continuare a fare ottima ricerca scientifica, dando il giusto peso ai progetti applicativi, mentre le università, con il sostegno degli enti territoriali, potrebbero fungere da incubatori di nuove iniziative.

Si devono inoltre predisporre gli strumenti amministrativi e gestionali più adatti per accompagnarli, non certo con un'ottica assistenzialistica, ma sicuramente mettendoli nelle migliori condizioni per competere e per mantenere stretti legami con l'organizzazione madre.

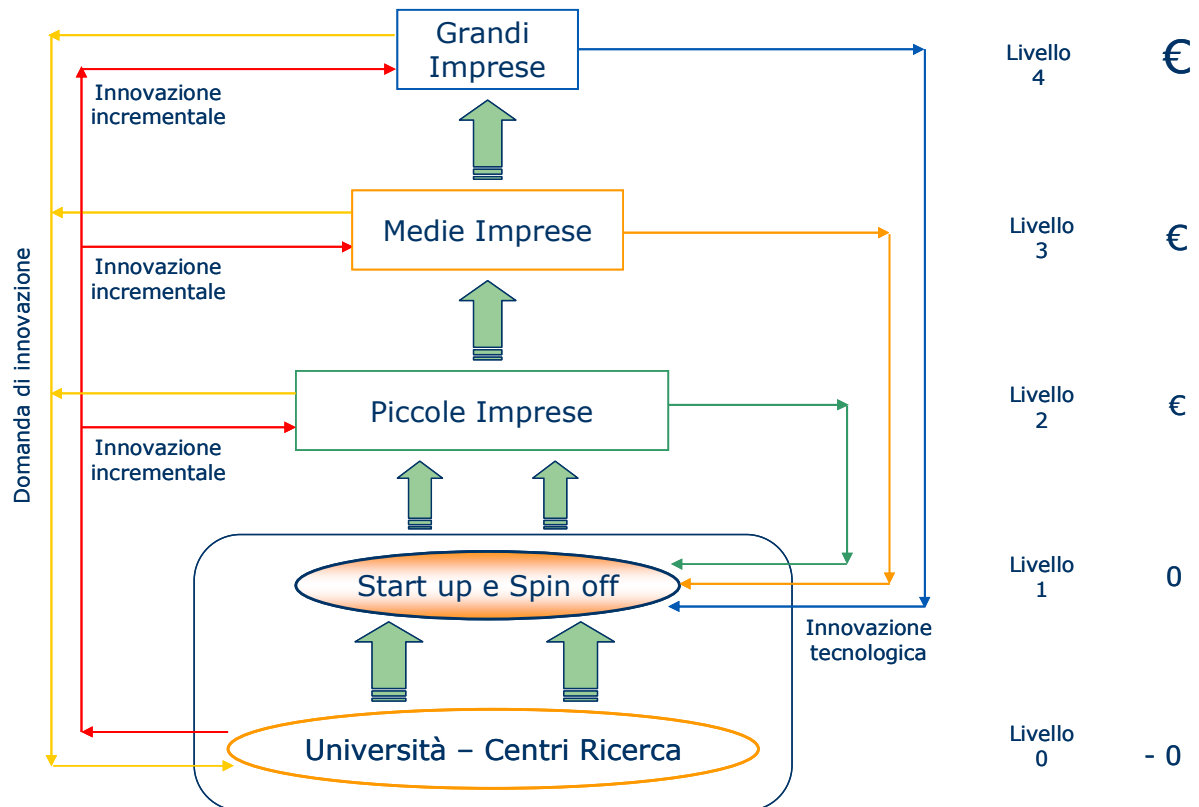
Queste imprese hanno in alcuni casi bisogno di strutture fisiche, spazi attrezzati, ma soprattutto possono essere incentivate dagli enti territoriali ad entrare a fare parte più intensamente di network di soggetti di varia natura, nell'ambito dei quali trovino nuovi stimoli, opportunità commerciali, fonti di conoscenza tecnologica.

E' opportuno inoltre notare che il processo di supporto, ossia la sequenza delle attività da svolgere per agevolare il percorso di trasformazione da laboratorio di ricerca ad impresa di mercato, non sempre assume la stessa configurazione, richiedendo una flessibilità nelle singole attività.

Le ragioni alla base della predisposizione di programmi ad hoc per incentivare la crescita e lo sviluppo di nuove imprese sono molteplici e variabili da contesto a contesto. Tra le più importanti abbiamo:

- impedire la fuga dei neo – laureati più brillanti
- incentivare forme di auto – impiego soprattutto in realtà caratterizzate da elevati tassi di disoccupazione e bassa cultura imprenditoriale
- sviluppare nuove forme di occupazione nei settori ad alto contenuto tecnologico

- favorire il trasferimento tecnologico verso l'esterno



Esperienze significative nelle principali università italiane

Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa

La Scuola Superiore Sant'anna di Pisa accoglie spin off la cui attività si collega direttamente ai risultati dell'attività di ricerca della Scuola. Dal 1990 sono state attivate 15 imprese.

I destinatari sono:

- Docenti della Scuola;
- Studenti della Scuola;
- Personale tecnico-amministrativo della Scuola;
- Collaboratori della Scuola.

L'accreditamento avviene:

- direttamente per le imprese al cui capitale partecipa direttamente la Scuola;
- a seguito di apposita domanda per le imprese al cui capitale non partecipa direttamente la Scuola.

I servizi offerti dall'Università sono accessibili dalle imprese spin off attraverso apposite convenzioni.

Tali servizi riguardano:

- Iniziative di awareness, finalizzate a costituire le precondizioni per la partecipazione e la motivazione dei soggetti coinvolti attraverso:
 - animazione e sensibilizzazione, con l'obiettivo di motivare i ricercatori, informare e sviluppare casi di opportunità da realizzare nel contesto tecnologico e territoriale di appartenenza;
 - informazione, attraverso incontri con esperti di settore e imprenditori per apprendere le reali problematiche legate alla creazione e alla gestione di impresa;
- Scouting, attraverso incontri individuali di orientamento e la compilazione e valutazione di schede di sintesi e focalizzazione dell'idea imprenditoriale;

- Formazione imprenditoriale di base, che consenta ai destinatari interessati di approfondire le tematiche relative alla progettazione di impresa ed alla finalizzazione imprenditoriale di progetti di ricerca.
- Servizi di supporto, quali ad esempio:
 - Tutoring;
 - Assistenza alla redazione del business plan;
 - Accompagnamento nella ricerca dei finanziatori;
 - Ingresso negli spazi di incubazione disponibili (Pontedera e Peccioli);
 - Consulenza nel campo della comunicazione esterna;
 - Formazione specialistica.

Politecnico di Torino

Il Politecnico di Torino è impegnato nel sostenere i processi di trasferimento tecnologico dei risultati della ricerca verso il mondo dell'industria e dei servizi, attraverso la creazione di iniziative imprenditoriali di alto profilo.

Al 2003 erano stati realizzati 4 spin off.

I destinatari sono:

- docenti, ricercatori universitari;
- dipendenti del Politecnico appartenenti al personale tecnico amministrativo;
- titolari di assegni di ricerca;
- studenti dei corsi di dottorato.

La valutazione relativa all'ammissione dell'impresa al percorso di spin off è effettuata dalla Commissione Spin off appositamente costituita, approvata successivamente dal Consiglio di Amministrazione.

In tale ambito, viene presa l'eventuale delibera di partecipazione dell'Ateneo al capitale sociale dello spin off (c.d. spin off del Politecnico).

Le aziende spin off sono obbligate a fornire alla Commissione comunicazioni sulle proprie attività con cadenza semestrale per il I anno ed annuale per i successivi.

A tali imprese è garantita accoglienza presso l'incubatore, limitatamente alla disponibilità di spazi, e comunque diritto alle facilities.

I servizi offerti sono:

- Servizi essenziali centralizzati;
- Consulenza gestionale;
- Consulenza nel campo della comunicazione esterna;
- Preincubazione (periodo di formazione per gli aspiranti imprenditori).

Merita un cenno anche l'esperienza condotta, per quanto fuori dall'Italia, dall'Università di Kaiserslautern (Germania) con il programma ExTra che dedica particolare attenzione alla formazione del potenziale imprenditore. Il programma mira infatti a fornire a neo – laureati e personale accademico che hanno intenzione di sviluppare un'idea di business una base di conoscenze sugli aspetti di gestione d'azienda attraverso un corso che si conclude con la redazione del business plan e l'attribuzione di premi di 10.000,00 €, da parte di una giuria, ai piani di impresa migliori.

Fino al 1998, delle 300 persone che hanno partecipato al corso di formazione, oltre 40 hanno avviato una propria impresa.

Il percorso di sviluppo di una spin off

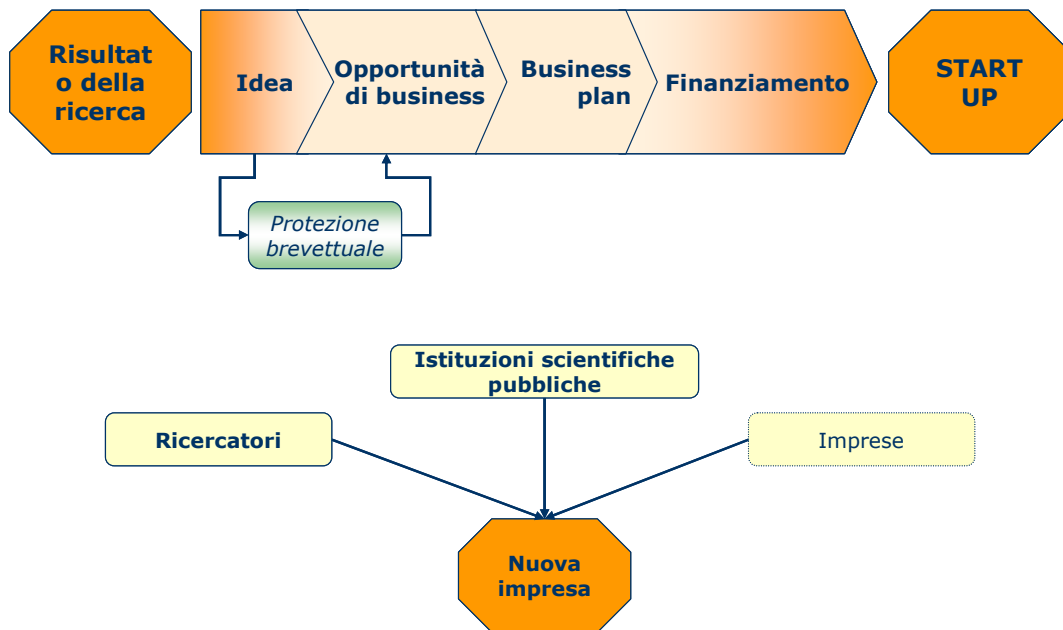
Condizioni per il successo degli spin off dalla ricerca

Il trasferimento tecnologico fra il mondo scientifico ed una nuova impresa è un percorso disseminato di difficoltà. Affinché il passaggio di idee sia favorito dovrebbero essere presenti alcune condizioni di contorno:

- la presenza di laboratori di ricerca qualificati, dove si svolga ricerca allo stato dell'arte a livello internazionale;
- un "clima" favorevole e incoraggiante nei confronti della nuova imprenditorialità high-tech all'interno dell'organizzazione madre, tanto da presentare ai giovani ricercatori l'avventura imprenditoriale non come un'opzione second best rispetto alla carriera accademica
- la presenza di specifiche politiche a livello regionale, tali da permettere l'inserimento degli spin off nei piani di sviluppo economico territoriale
- la predisposizione, presso i centri di ricerca, di specifici regolamenti amministrativi, servizi, risorse finanziarie, infrastrutture, ecc., in modo da diminuire il rischio delle nuove iniziative imprenditoriali ed inserirle in un contesto ottimale per lo sviluppo

Fasi del processo di spin off accademico

Il processo di implementazione di uno spin off è sintetizzato nella figura seguente.



Fase 1: IDEA

L'idea di business matura nel corso della conduzione di attività di ricerca dalla quale scaturiscono invenzioni e intuizioni di potenziali attività economiche che possono essere utilizzate per la produzione di beni e servizi innovativi.

I punti fondamentali sono:

- avere un'idea, una soluzione tecnica innovativa
- dimostrare motivazione ed entusiasmo
- verificare la disponibilità di brevetti e/o il loro potenziale applicativo per avere un vantaggio competitivo esclusivo sul mercato

In tale fase dovrebbe anche essere individuata la possibilità di tutela dell'idea sulla base dei requisiti di brevettabilità:

- Novità
- Originalità
- Applicazione industriale

Per favorire la "coltivazione" e l'emersione di idee è necessario aumentare il grado di consapevolezza di ricercatori, neo - laureati e studenti circa le opportunità derivanti dallo sfruttamento commerciale dell'attività di ricerca, attraverso la realizzazione di

seminari e giornate informative che analizzano le opportunità di mercato e accrescono l'interesse e la fiducia nelle proprie idee dei potenziali imprenditori.

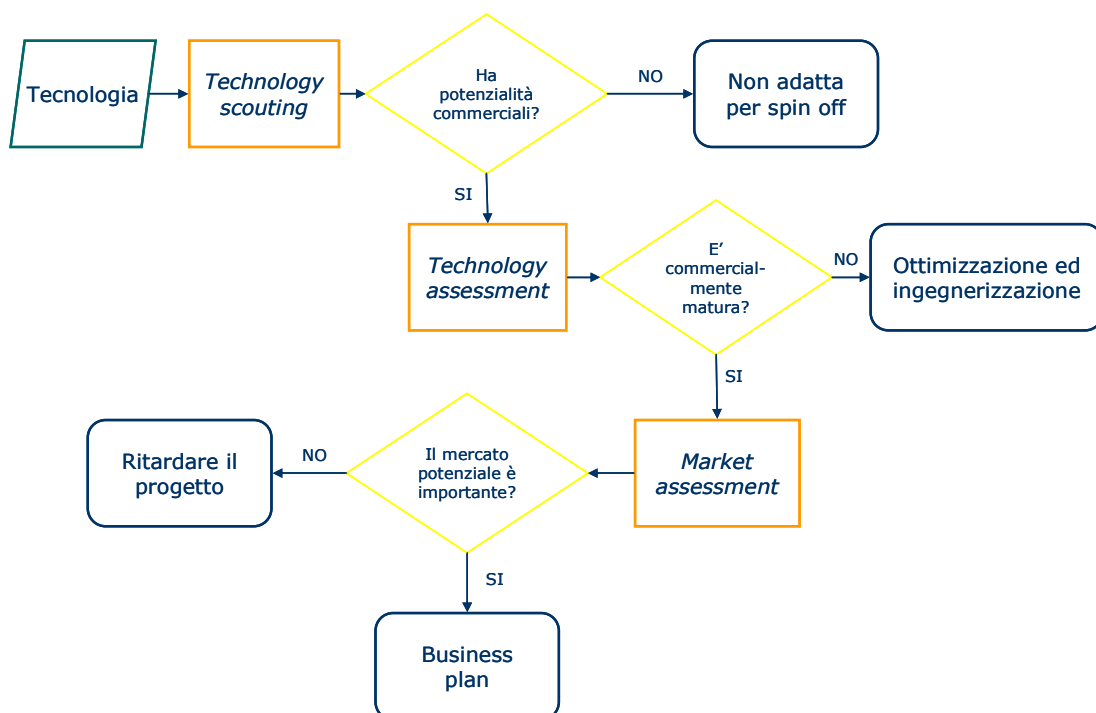
E' bene ricordare che è proprio nelle politiche di gestione e più in generale nelle questioni prettamente economiche che emergono le carenze del detentore dell'idea, prevalentemente di estrazione tecnico – scientifica.

Fase 2: OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

Tale fase, definita anche attività di scouting, è finalizzata alla verifica che l'iniziativa abbia potenzialità commerciali significative.

Essa passa per tre distinti processi di valutazione:

- Technology scouting, finalizzato a verificare le potenzialità commerciali dell'innovazione tecnologica;
- Technology assessment, finalizzato ad una verifica della maturità commerciale dell'applicazione industriale oggetto della innovazione;
- Market assessment, finalizzato a verificare la consistenza del mercato potenziale.



Fonte: adattato da Università degli Studi di Palermo

Fase 3: BUSINESS PLAN.

Il business plan è un documento che deve contenere indicazioni specifiche sulle strategie e gli obiettivi dell'azienda, nonché sulle caratteristiche del prodotto o servizio che s'intende immettere sul mercato.

Esso deve permettere di:

- valutare il potenziale commerciale
- posizionarsi rispetto alla concorrenza
- trovare i necessari partner
- verificare la fattibilità operativa
- quantificare il fabbisogno finanziario

In una prima sezione dovrebbero essere descritte le fasi che hanno portato all'identificazione del prodotto o servizio (ricerche, test, studi di mercato, registrazione brevetti ecc.), le fasi del processo produttivo e le risorse necessarie.

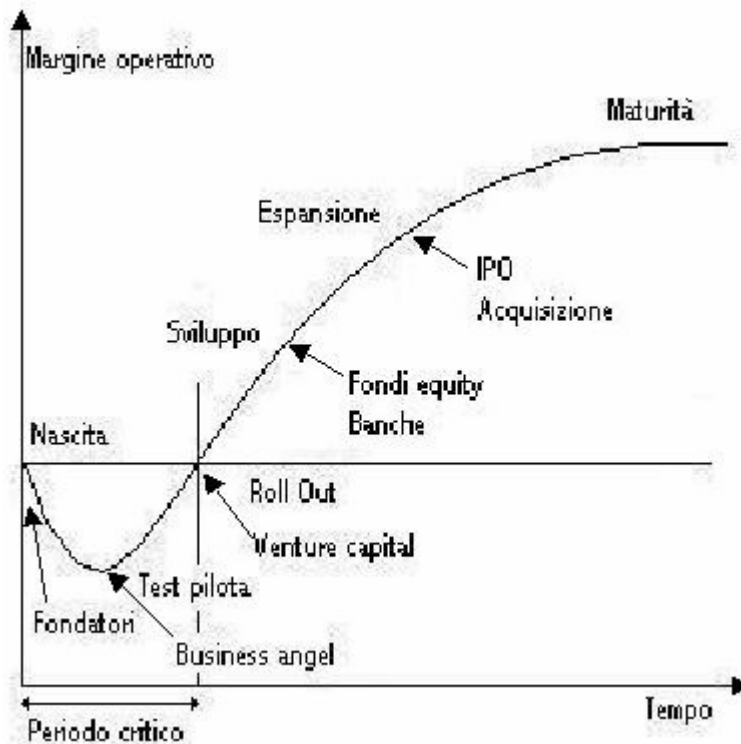
In una seconda sezione si dovrebbe riportare un'approfondita analisi di mercato, in cui si analizza il mercato potenziale, le caratteristiche dei potenziali acquirenti e l'identificazione dei concorrenti. In breve tutte le analisi necessarie per la predisposizione della strategia di marketing: posizionamento del prodotto o servizio sul mercato, prezzo di collocamento, distribuzione, previsioni di vendita, etc.

Fase 4: FINANZIAMENTO

I finanziamenti degli Spin-Off possono venire da varie fonti.

Ciò che è appropriato in ogni caso specifico dipende da vari fattori:

- Lo stadio
- La grandezza
- L'ammontare richiesto



Le fonti di finanziamento possono essere:

- Pubbliche: Alcune leggi permettono finanziamenti o contribuzioni a fondo perduto
- Privati: questi soggetti entrano spesso nel capitale dello spin off, in quanto queste ultime non generano spesso il cash flow necessario al ripianamento del debito nelle fasi di start up.

I soggetti privati maggiormente impegnati nel finanziamento di spin off sono:

- Business Angels (Imprenditori o individui con ampie liquidità, Associazioni di medi investitori (o di enti pubblici/privati))
- Venture Capitalist (Società finanziarie specializzate nell'investimento in capitale di rischio in start-up tecnologiche)

Non meraviglia l'assenza del sistema creditizio "classico" che trova le imprese spin-off da ricerca particolarmente rischiose, anche a causa dei tempi piuttosto lunghi associati allo sviluppo di imprese hi-tech e dei bassi rendimenti a breve termine

Fase 5: START UP.

Dopo aver affrontato e risolto le problematiche concernenti la protezione della proprietà intellettuale e delle fonti di finanziamento si giunge alla fase di start-up, ossia quella della costituzione dell'impresa.

In tale fase s'incominciano a sviluppare le relazioni con i mercati e quindi con i clienti che coincidono con l'inizio della gestione dell'azienda e l'avvio delle pratiche manageriali. In questo stadio è ancora indispensabile la supervisione da parte di soggetti esperti che devono aiutare l'imprenditore nella gestione della neo-impresa.

Il percorso evolutivo che conduce alla creazione di uno spin-off da ricerca va ricostruito attraverso l'identificazione delle principali fasi critiche che il team di ricercatori/potenziali imprenditori si trova ad attraversare. Nella seguente figura sono rappresentati i quattro momenti critici nello sviluppo di una impresa ad alto contenuto tecnologico, visti in un'ottica di relazione ricerca - impresa - mercato.

Laboratorio di ricerca	Impresa laboratorio	Impresa sperimentale	Impresa di nicchia	Impresa di mercato
	I passaggio	II passaggio	III passaggio	IV passaggio
	Sviluppo di dimostrazioni della tecnologia Test sulle customer utility functions Attività sperimentale	Sviluppo di un'offerta sperimentale di segmento Acquisizione di una vision del mercato Sviluppo di partnership Prima verifica tra investimenti e fatturati potenziali	Sviluppo di un'offerta strutturata di segmento Definizione di una strategia di marketing Capitalizzazione delle attività di impresa e sviluppo del fatturato	Ampliamento dell'offerta a più segmenti Definizione di una strategia multi target Ampliamento del raggio d'azione e delle dimensioni aziendali

Fonte: Met srl – Monitoraggio Economia Territorio, 2003

Ad ogni passaggio critico da affrontare nel percorso di sviluppo imprenditoriale sono associati alcuni bisogni specifici del team.

Laboratorio di ricerca	Impresa laboratorio	Impresa sperimentale		Impresa di nicchia	Impresa di mercato
	I passaggio	II passaggio	III passaggio	IV passaggio	
	Costruire un'identità formale del team Operare senza la pressione della necessità economica Sviluppare il know how in un ambiente adeguato Dimostrare le potenzialità delle applicazioni Proteggere il know how attraverso strumenti giuridici	Disporre di dati per effettuare scelte di mercato Strutturarsi dal punto di vista giuridico Ridurre la complessità della produzione e/o distribuzione dei prodotti/servizi offerti Gestire alcuni aspetti economici	Avere risorse finanziarie per sostenere il salto strutturale Ingegnerizzare i processi e strutturare l'organizzazione Gestire gli aspetti economico/finanziari	Gestire la complessità organizzativa Risolvere problemi specifici di tipo tecnico gestionale	

Fonte: Met srl – Monitoraggio Economia Territorio, 2003

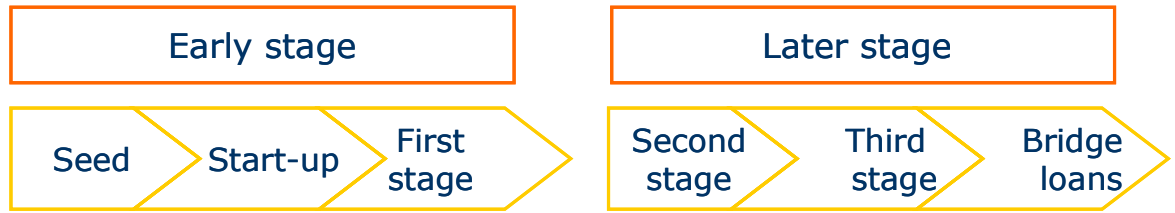
In risposta ai bisogni peculiari di ciascuna fase sono attivati una pluralità di servizi che, erogati da soggetti diversi, rappresentano il sistema abilitante al percorso stesso.

Attraverso tali servizi si facilita in altri termini il superamento da parte del soggetto promotore (singolarmente o in gruppo) dei quattro passaggi critici, aumentando al contempo le probabilità di sopravvivenza dell'impresa a regime.

Un'offerta differenziata in funzione dello stadio di sviluppo della nuova impresa, della composizione del gruppo di ricercatori/imprenditori, del tipo di know-how o del settore tecnologico, un'offerta che viene "personalizzata" in ragione della specificità di ogni singolo percorso imprenditoriale, e delle condizioni di contesto (iniziative e strumenti poco integrati, mercato dei capitali da sollecitare).

Il ciclo di vita finanziario di una start up

La figura seguente identifica le sei fasi del ciclo di vita di una start up con l'individuazione degli scopi e degli investitori prevalenti.



Scopo	Ricerca e/o prototipo	Sviluppo prodotto e approccio al mercato	Prime vendite e produzione	Capitale circolante	Crescita	Fabbisogno specifico
Stadio	Pre-business plan	Non ancora sul mercato	Fatturato ma non profitti	Fatturato ma non profitti	Breakeven o profitti	Prima di una IPO
Investitore	Angel	Angel/VC	VC	VC	VC/Finanziarie	Finanziarie

Caratteristiche ideali del futuro imprenditore

Il neo imprenditore deve possedere, sviluppare ed affinare una serie di caratteristiche che risultano fondamentali per la buona riuscita dell'iniziativa. Alcune delle "doti" di una persona che si accinge a creare nuove imprese dovrebbero essere:

- spiccate abilità ed attitudini;
- consapevolezza delle proprie capacità e limiti;
- aspettative elevate;
- integrità morale e capacità d'ispirare fiducia;
- doti di leadership;
- impegno, forza di volontà e perseveranza nel raggiungimento degli obiettivi;
- comprovata esperienza nel campo in cui intende avviare l'attività imprenditoriale;
- senso per gli affari;
- capacità di riconoscere ciò che può essere di valore per il consumatore.

Ne consegue che l'imprenditore tipo dovrebbe:

- essere in grado di intraprendere progetti di sua spontanea iniziativa;
- possedere le motivazioni necessarie per condurre a termine l'iniziativa;
- essere in grado di perseguire l'idea e metterla meglio a fuoco quando essa non è ancora ben definita;
- comprendere la complessità dei problemi da affrontare e dimostrare intelligenza nel saper riconoscere quando necessita di assistenza.

Il finanziamento degli spin off: i fondi rotativi di seed capital

I fondi camerali di seed capital

Il Fondo rotativo di seed capital è una iniziativa attraverso la quale alcune Camere di Commercio (es. Reggio Calabria, Pisa) si sono proposte di incentivare la creazione di imprese innovative, sottoscrivendo quote di capitale di nuove imprese/ start up (costituende o operanti da non più di tre anni) con l'obiettivo di rivenderle allo stesso imprenditore dopo un periodo di tempo predefinito.

Si intendono innovative le imprese che presentino i seguenti requisiti:

- possesso documentato di una nuova tecnologia di prodotto, processo o servizio;
- provenienza del nucleo imprenditoriale dall'Università e dal mondo della ricerca pubblica e privata (impresa spin-off);
- collaborazioni con Università e mondo della ricerca pubblica e privata sul trasferimento di ricerche ed innovazioni tecnologiche e loro applicazioni ai processi aziendali
- identificazione di una business idea innovativa (non coperta da altre imprese già esistenti sul mercato nazionale)

La Camera sottoscrive quote di minoranza accompagnate da un patto di riacquisto, mediante il quale il nuovo imprenditore si impegna ad acquistare le quote della propria impresa ad una data stabilita.

In linea di massima il piano di rientro prevederà un riacquisto alla scadenza dei tre anni, con una eventuale rateazione di una parte del capitale nei successivi due anni. Il riacquisto complessivo deve in ogni caso avvenire entro cinque anni dalla sottoscrizione da parte della Camera di Commercio con una eventuale rateazione per di una parte del capitale nei successivi due anni; in questo modo si dà all'imprenditore il tempo di realizzare il business plan iniziale ed il Fondo viene continuamente alimentato.

Modalità di funzionamento

L'accesso al Fondo avviene attraverso la risposta ad un bando.

Le domande di partecipazione al Bando devono essere corredate da un piano di impresa e devono essere integrate da documentazione comprovante la sostenibilità finanziaria dell'iniziativa e il carattere di impresa innovativa.

La valutazione dei piani di impresa è affidata ad un apposito Comitato Tecnico, composto da esperti di alto livello attivi nel settore della creazione di impresa e dell'alta tecnologia.

Solo per i progetti che avranno superato tutte le fasi della valutazione si condurrà la negoziazione finanziaria con l'impresa e si sottoscriveranno le quote del capitale ed il patto di riacquisto.

Un ulteriore elemento significativo è dato dalla possibilità da parte della Camera di richiedere ad altri soggetti di compartecipare alle quote di capitale delle imprese valutate, attivando rapporti convenzionali e alleanze strategiche con soggetti operanti nel mercato del capitale di rischio e nello sviluppo locale.