



CONTADINI DIGITALI

In Italia mancano finanziamenti per le start up? H-Farm raccoglie la sfida: sostiene le nuove imprese tecnologiche fino a che non siano mature per essere vendute a un partner industriale o finanziario.

Coltivando il sogno di una piccola Silicon Valley nella campagna trevigiana

testo di Enrico Marro foto di Simona Ghizzoni



I FONDATORI DI H-FARM: RICCARDO DONADON, 42 ANNI, IN PIEDI, E MAURIZIO ROSSI, 45 ANNI, A TERRA I MODELLINI DEL TRATTORE ROSSO, SIMBOLO DELL'INCUBATORE VENE



SOPRA,
I MONITOR TOUCH
DI H-UMUS,
LA SOCIETÀ
CHE SVILUPPA
APPLICAZIONI
DIGITALI
PER IL MONDO
RETAIL.
NELLA FOTO
GRANDE,
FRANCESCO
FRAIOLI, 25 ANNI,
IDEATORE
DI THOUNDS,
SOCIAL NETWORK
MUSICALE.





Lambizione è quella di una minuscola Silicon Valley veneta. Silos e cascine incastonati tra l'acqua color piombo del fiume Sile e la tavolozza di spazi e colori della pianura trevigiana, con decine di giovani nerd che lavorano a start up dai nomi fantascientifici: Shado, Log607, H-Care, Thounds. L'incubatore di imprese hi-tech H-Farm è soprattutto questo: un inedito impasto di laborioso passato contadino e visionario futuro digitale che aspira ad aggregare, attorno alle zolle di terra e alle cascine di Ca' Tron, un piccolo parco tecnologico made in Italy. Non è

un caso che sulle brochure campeggi lo slogan *Big shoes and beautiful mind*: scarpe grosse e cervello fino, ora come allora.

Fondato quattro anni fa da Riccardo Donadon, uno dei pionieri dell'It italiano, assieme a Maurizio Rossi (figlio del Luigino di Rossimoda), H-Farm è una fabbrica di idee, un "venture incubator" con ramificazioni a Seattle, Mumbai e Londra, che gioca le sue carte su uno scacchiere globale. I numeri sono ancora piccoli (otto milioni di fatturato nel 2008, circa 160 dipendenti, 16 aziende incubate) ma gli orizzonti ampi. «È semplice - spiega

Donadon, 42 anni - cerchiamo idee, le valorizziamo facendole crescere e le rivendiamo». Il ciclo di incubazione è di tre anni. Dopo i quali l'azienda viene ceduta a un partner industriale o finanziario per completare il percorso di crescita. Con un'indicazione di massima: la sede della società dopo la vendita deve restare a Ca' Tron.

Per ora la fattoria di Donadon non ha sbagliato un colpo. H-Care, società nata nel 2005 per produrre avatar, ossia gli assistenti virtuali usati dai grandi portali aziendali per "parlare" ai clienti, è stata acquisita nel 2008 dal Gruppo

160 DIPENDENTI,
UNA DECINA
DI AZIENDE INCUBATE.
TRA QUESTE ZOOOPA,
PIATTAFORMA
PREMIATISSIMA
CHE SOSTITUISCE
LE AGENZIE
PUBBLICITARIE
CON SOLUZIONI
«USER GENERATED»

Comdata per poi passare a Pat. H-Art, che fornisce strategie di e-business e design di interfacce nel settore dei media interattivi, è stata acquistata all'inizio di quest'anno dal gigante mondiale della comunicazione Wpp.

Anche Rcs ha pescato dal mazzo del Farm. A Tomas Barazza, 41 anni, ex consulente di Arthur Andersen e Benetton, brillano gli occhi quando parla di Log607, la sua start up di guide turistiche non convenzionali appena venduta a Marsilio (gruppo Rcs), dopo aver ricevuto il Premio per l'innovazione nei servizi turistici dalle mani del presidente della Repubblica Giorgio Napolitano. Le sue guide - la collana si chiama Whaiwhai, cioè "cercare" in antico maori - sono una vera e propria caccia al tesoro, organizzata con il proprio telefonino e un quaderno di gioco redatto *ad hoc* da uno scrittore. Il turista-lettore scopre le città immergendosi in un'avventura, ricca di indizi e sorprese, teleguidata dal cellulare. I luoghi simbolo di Venezia, per dire, verranno visitati alla ricerca del Ruyi, il mitico scettro imperiale cinese portato da Marco Polo nella città dei Dogi.

Nella ragnatela di coraggio e intelligenza delle start up esiste un denominatore comune:

disintermediare i processi tradizionali attraverso il pubblico attivo. Zooppa, l'esempio più calzante, scavalca le agenzie pubblicitarie permettendo alle aziende di avere campagne "user generated" di qualità (selezionate dai 50mila utenti della community) e a costi stracciati, intorno ai 35-40mila euro. I grandi brand non hanno disdegnato: tra i clienti ci sono Fiat, Enel, Telecom, Citroën, Bmw, Nike, persino Google per il browser Chrome.

Il vero azzardo di Donadon è tentare questo percorso di innovazione non da Palo Alto ma dall'Italia, il paese del *digital divide* con l'Europa, tra l'altro in debito d'ossigeno quanto a finanziamenti. Il paragone con gli Stati Uniti è impietoso: nel 2008, da loro sono stati investiti quasi 11 miliardi di dollari in 1.482 start up internet, stando alla National Venture Capital Association. Da noi, secondo l'Aifi, le aziende hi-tech finanziate sono state appena 58.

In patria trovare soldi per le start up digitali è un dramma. «Zooppa ha vinto diversi premi (ultimo il Pact 2009, assegnato proprio nella Silicon Valley, ndr) senza ottenere nemmeno un centesimo di finanziamento in Italia», spiega Donadon, che ha deciso di spostare

ANNALISA MENEGATTI, 28 ANNI, È PROJECT MANAGER DI H-ART, LA START UP ACQUISITA QUEST'ANNO DAL COLOSSO DELLA COMUNICAZIONE E DELLA PUBBLICITÀ WPP.



L'ULTIMA CREATURA
DEL GRUPPO
TREVIGIANO
SI CHIAMA THOUNDS:
È UN SOCIAL
NETWORK MUSICALE
CHE CONSENTE
DI COMPORRE BRANI
COLLETTIVAMENTE
DA OGNI PARTE
DEL MONDO

la sua piattaforma di social advertising negli Stati Uniti. Oltreoceano si prepara un lancio in grande stile: Zooppa.com ha acquisito un ceo di prim'ordine, Will Merritt, già dirigente di Time Warner e senior vice president di Corbis. E la "YouTube della pubblicità" sta conquistando anche l'India, dove H-Farm ha creato Brandpotion, una versione modificata di Zooppa. A richiederla - tenendosi bene stretta l'opzione di acquisto - è stato Times Group, il colosso dell'editoria indiana che possiede tra l'altro cinque quotidiani per complessive 4,3 milioni di copie al giorno e 31 periodici, ma che inizia a mettere il naso anche nel futuro.

I contadini digitali, insomma, da tempo hanno capito che si può anche partire da Treviso, ma poi bisogna guardare all'estero. «I nostri tre *epicenter* - spiega il fondatore di H-Farm - idealmente rappresentano una specie di catena di montaggio: il quartier generale di Ca' Tron è capace di generare start up promettenti grazie alla creatività italiana; Mumbai si affaccia sul gigantesco mercato indiano, dove si trovano ottimi sviluppatori; gli Stati Uniti rappresentano il miglior marketplace mondiale dove piazzare le start up più innovative».

C'è un po' di tutto, tra le cascine di Ca' Tron. Una web tv che progetta canali e format, un portale fatto di videocurricula, una piattaforma per inventare grafiche da maglietta. La creatura che sta per nascere, però, è così promettente da essere già destinata agli States: è il social network musicale Thounds, una specie di Facebook delle sette note che permette di registrare basi in modo estemporaneo, componendo musica assieme ad altri navigatori connessi a migliaia di chilometri di distanza. Gigi inserisce una base di chitarra da Treviso, Aiko aggiunge il canto da Osaka, Bruce la batteria da New Orleans, Nadia le tastiere da Kiev: ne esce un brainstorming musicale su cui tutto si potrà dire, ma non che non sia global.

Thounds è la tesi di laurea di Francesco Fraioli, un ragazzo di 25 anni con una disordinata passione per programmazione, suono e web. Forse è proprio vero quel che si legge nel manifesto dei contadini digitali: «La creatività è entrata nell'era delle reti sociali, della rielaborazione infinita, dove internet non è un luogo a sé, è dovunque». Tra le zolle di Ca' Tron e nel resto del mondo, dove avere *Big shoes and beautiful mind* pagherà sempre. ●

DAVIDE BARTOLUCCI, 35 ANNI, CEO DELLA WEB TV SHADO. IN PASSATO HA LAVORATO NEL BRAND DESIGN, NELLE WEB RADIO E NELLA MUSICA. ERA UN CANTAUTORE.



GENERALISTI O SPECIALIZZATI? INCUBATORI PER TUTTI I GUSTI

H-Farm si occupa in prevalenza delle prime due fasi di incubazione: le cosiddette *seed* ed *early stage*, lasciando spesso le fasi successive (*growth*) alle società che acquistano la start up. Individuate le aree considerate più appetibili per il mercato (per esempio le applicazioni per l'iPhone) viene definito un *seed program*, in base al quale vengono selezionati i concept più promettenti. L'*early stage*, la seconda fase di incubazione, in H-Farm dura 12-18 mesi con un investimento fino a 400mila euro a progetto.

Negli Stati Uniti ci sono venture capitalist "generalisti", che si occupano di tutte le fasi di incubazione, e specializzati. Nella prima categoria spicca Sequoia Capital, fondata nel 1972, che ha contribuito a lanciare i brand più leggendari dell'it, da Apple a Cisco, da Yahoo a Oracle, da Google a YouTube. All'inizio di quest'anno ha investito due milioni di dollari nel capitale di Y Combinator, specializzato nella fase sperimentale dell'investimento (*seed*).

Un altro celebre venture capitalist, ma che copre le fasi *growth* della start up, è Kleiner Perkins, "padre" tra l'altro di Amazon, Netscape e Sun Microsystems.

Matrix Partner, con sede a Sand Hill Road, la "strada del venture capital" tra Stanford e la Silicon Valley, si concentra invece sull'*early stage* dell'incubazione. Ha contribuito allo sviluppo di Apple e del motore di ricerca di lavoro theladders.com.

Ormai sono le stesse aziende a finanziare le idee innovative. Nell'aprile di quest'anno è nato Google Ventures, primo fondo di venture capital del colosso di Mountain View, con una dote da 100 milioni di dollari. Mentre due anni fa Facebook ha dato vita a fbFund, fondo per start up in grado di sviluppare le applicazioni del celebre social network.

H-FARM GUARDA AGLI STATI UNITI, DOVE IL VENTURE CAPITAL TECNOLOGICO HA UNA STORIA LUNGA E GLORIOSA. INIZIATA CON SEQUOIA, CHE HA LANCIATO CENTINAIA DI IMPRESE, DA APPLE A GOOGLE E YOUTUBE

