

Le startup che innovano per i big

di **Luca De Biase**

Nei settori ad alto tasso di innovazione, le acquisizioni possono essere viste come una sorta di outsourcing della ricerca e sviluppo. Le startup esplorano le possibilità offerte dalla tecnologia o dalla logica della rete e definiscono una visione che si trasforma in un'ipotesi da verificare sul mercato, visto in quel caso come un vero e proprio laboratorio: quando riescono a far crescere un'idea fino a farla diventare una realtà adottata da un pubblico, si può dire che hanno condotto a termine un esperimento riuscito e possono vendere il risultato a una grande azienda che lo può valorizzare.

Questo è ovviamente soltanto uno dei modi per interpretare il rapporto tra aziende consolidate e startup. Ma è un modo che spesso funzio-

na. La Cisco, gigante delle tecnologie di rete, ha mantenuto un fortissimo ritmo innovativo negli ultimi vent'anni senza particolari investimenti in laboratori ma puntando quasi tutto sull'acquisizione di startup che avevano sviluppato soluzioni che si integravano perfettamente con quelle che l'azienda californiana portava già al mercato. Questa strategia sta diventando normale anche per le piattaforme internet più orientate al consumo. Google, Apple, Microsoft, Amazon e Facebook - ma anche Wpp entrata per esempio nell'italiana H-Art - la adottano sistematicamente, anche se non sempre riescono davvero a moltiplicare il valore delle aziende acquisite. Yahoo! ha una storia analoga alle spalle con Delicious, Flickr e molti altri esempi - e la rinnova con l'acquisizione di Tumblr: rinnovando tra gli osservatori il

dubbio sulla sua capacità reale di valorizzare l'oggetto dell'operazione.

Più in generale, mentre i giganti si stanno abituando a innovare acquisendo startup, queste ultime si stanno abituando a strutturare il loro modello di business intorno all'ipotesi di essere acquisite. Stanno nascendo imprese innovative che non si pongono altro obiettivo economico se non quello di farsi comprare a caro prezzo da un'azienda consolidata. Naturalmente, le più interessanti tra loro hanno anche altre opzioni: possono tentare di mantenersi sul mercato autonomamente, possono andare in borsa, oppure possono rimandare la decisione aspettando l'occasione più propizia. Questo spiega forse perché nei casi migliori il costo delle acquisizioni appare relativamente elevato.

C'è qualcuno nel mirino? I

giganti hanno manifestato qualche interesse per Twitter, anche se la piattaforma è troppo grande per non considerare l'idea di andare avanti da sola. Altre imprese sono forse più orientate a farsi acquisire, anche se in qualche caso hanno già a loro volta acquisito startup e rifiutato di vendersi: tra queste Pinterest, Flipboard, Audioboo, Tout, SocialCam e l'italiana Paperlit.

Probabile che questa logica si allarghi a tutti i settori fortemente innovativi: le aziende che vi operano devono imparare a comprimere soprattutto il costo di innovare e questa strada delle acquisizioni è una possibilità per riuscirci. Sempre che sia perseguita con una strategia coraggiosa: in questa dimensione dell'economia non si acquisisce tanto un mercato quanto un'accelerazione dell'innovazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

