

QUESTO SITO UTILIZZA COOKIE, ANCHE DI TERZE PARTI, PER INVIARTI PUBBLICITÀ E SERVIZI IN LINEA CON LE TUE PREFERENZE. CHIUDENDO QUESTO BANNER, SCORRENDO QUESTA PAGINA O CLICCANDO UN QUALUNQUE SUO ELEMENTO ACCONSENTE ALL'USO DEI COOKIE. PER SAPERNE DI PIÙ O NEGARE IL CONSENSO A TUTTI O AD ALCUNI COOKIE [CLICCA QUI](#) X



iPhone/iPad app Android app Altro

Entra Account creato

5 giugno 2015

L'HUFFINGTON POST

IN COLLABORAZIONE CON IL Gruppo Espresso

Edizione: IT

Mi piace <365mila

Newsletter

Ricerca su Huffington Post

HOME POLITICA ECONOMIA CRONACA ESTERI CULTURE DIRITTI LA VITA COM'È TERZA METRICA FUNZIONA! STILE VIDEO

Gay voices • Good News • Salute • Alimentazione • Ambiente • Fotografia • Arte • Televisione • People • Viaggi • Animali • Viral news • Scienza • Tech



Che gaffe per Ilaria D'Amico!



Jovanotti: "Sì al lavoro gratis se serve per fare esperienza"



Renzi svela la nuova livrea Alitalia: "Allacciate le cinture, l'Italia decolla"

BLOG

I commenti originali e le analisi in tempo reale a cura delle firme dell'HuffPost



Matteo Achilli Diventa fan
 Imprenditore. Fondatore di Egomnia

Quanto vale una startup digitale?

Publicato: 05/06/2015 09:39 CEST | Aggiornato: 27 minuti fa



0 0 0 0 0
 Mi piace Condividi Tweet Condividi Commento

Tra metodi diretti e indiretti di valutazione societaria ci sono decine di modalità e tutte portano a risultati diversi tra loro. A mio avviso il metodo migliore per una realtà digitale, spesso caratterizzata da un piccolo storico e un business non consolidato, è il *Discounted Cash Flow*, basato sull'attualizzazione dei flussi futuri attesi dalla startup.

Molti dei lettori di questo articolo (che hanno startup digitali o che stanno per aprirne), con i metodi tradizionali di valutazione dell'azienda, e anche con il metodo del DCF, si vedranno valere la propria realtà molto poco, sicuramente al di sotto delle aspettative. Il motivo? Fare soldi non è facile, anzi è veramente difficile! La maggior parte delle startup digitali ha bassi introiti o alcune addirittura nulla.

Ed ecco che il modello del DCF, come tutti gli altri modelli tradizionali, spesso passa in secondo piano. Deve passare per forza in secondo piano, altrimenti l'economia digitale

PUBBLICITÀ

SEGUI HUFFPOST

Indirizzo e-mail

Iscrivimi.

Newsletter

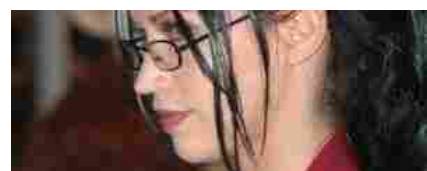
Ricevi un'e-mail quotidiana con gli articoli e i post in primo piano.

I PIÙ CLICCATI SU HUFFPOST

"Peso 72 Kg Ma Posso Fare Sesso Ogni Volta Che Voglio"



Occhiali Protettivi Per Gli Attori Porno. La California Studia Nuove Regole Per I Set



non si muoverebbe. I principali attori di questo mercato cercano di aumentare il valore della loro idea e della loro startup con diversi elementi e spesso molta fantasia. Questo fenomeno è diventato tendenza col boom della new economy e sta ritornando a fare tendenza da due anni a questa parte.

Oggi quando si parla di startup si inizia a parlare di potenziale, della bontà dell'idea e dell'innovazione che la startup apporta sul mercato. Meno competitor ci sono e più la realtà acquisisce valore. Personalmente penso che se non ci sono competitor sul mercato e la vostra startup non è ancora esplosa, allora è un fallimento! E nessuno dovrebbe perdere soldi su di un fallimento. Se avete inventato la ruota, a quel punto non avrete problemi nel cercare un acquirente o un investitore che vi aumenti il capitale. Fidatevi. A mio avviso avere dei competitor è un bene. Anche se il competitor è un colosso mondiale. Alla gente piace la storia di "Davide contro Golia", e le persone si schierano sempre con il più debole, soprattutto se è sinonimo di innovazione e novità.

Oltre ai metodi tradizionali di valutazione societaria, la seconda cosa che a mio avviso attribuisce, seppur in maniera meno veritiera, alla vostra startup digitale o alla vostra idea un valore è il mercato. Se riuscite a trovare un investitore disposto a darvi centomila euro per il dieci per cento della vostra azienda che fattura poco o niente, la vostra azienda varrebbe comunque un milione di euro. Il prezzo della vostra azienda, ovvero il valore del mercato, è dato dall'incontro tra quanto sei disposto tu proprietario a vendere una quota della tua azienda e quanto un acquirente è disposto a pagare per averla. Attenzione però, nonostante molti dicano "il mercato è sovrano" per me non lo è, e bisogna stare attenti perché spesso l'investitore può essere dannoso. Infatti, se avete una realtà informatica nell'ambito biomedicale che gli analisti valutano 500 mila euro, e trovate il primo investitore in una società edile che acquista il dieci per cento della vostra azienda a centomila euro, dovete sperare che tale somma sia sufficiente a fare il salto di qualità che vi prefiggete. Se tale somma non è sufficiente a farvi raggiungere i risultati sperati allora avete fatto un danno enorme. Prima di tutto perché avete valutato la vostra azienda un milione di euro, più di quanto altri investitori sarebbero stati disposti a investire, inoltre a valutarvela è stato un investitore non del settore, che quindi non è per nulla credibile agli occhi di altri investitori. Ed ecco che la vostra azienda vale tanto solo sulla carta e allontana tutti gli altri investitori.

Una dimostrazione tangibile che il mercato ha la sua importanza nella valutazione di una società e che questa sia influenzata da altri risultati, oltre che a quelli economici, negli ultimi anni è stata data da alcune valutazioni esorbitanti di società digitali con fatturati irrilevanti, attribuite da colossi dello stesso settore. I primi esempi che mi vengono in mente sono Instagram, Whatsapp e Snapchat. In tutte e tre le occasioni c'è dietro il nome di Mark Zuckerberg, Co-founder e Ceo di Facebook Inc.

Instagram è stata acquistata da Facebook il 9 aprile del 2012 per un miliardo di dollari. Cifra esorbitante se si pensa che l'applicazione non aveva introiti e aveva solo 13 dipendenti. Le ragioni sono diverse, una mia idea personale è quella che Zuckerberg in quel momento doveva giustificare al mercato la capitalizzazione di Facebook, che si stava quotando a Wall Street per una cifra impressionante. La sola IPO (initial public offering) della società di Mark, considerata al tempo la più alta per una società in Internet, è stata di centoquattro miliardi di dollari. Immaginiamo che Instagram sia il garage e Facebook il palazzo, se il garage vale un miliardo, figuriamoci quanto vale tutto il palazzo! Ad ogni modo, col senno di poi, vedendo i risultati che sta ottenendo Instagram tutti siamo d'accordo che Zuckerberg ha fatto un ottimo affare.

Il 19 febbraio 2014, la Facebook Inc. ufficializza l'acquisizione di WhatsApp Inc. per la cifra record di diciannove miliardi di dollari. Non serve un matematico per capire che i proventi di WhatsApp non giustificavano una tale somma. Infine Snapchat, l'applicazione di messaggistica istantanea fondata da Evan Spiegel, che ha ricevuto diverse offerte di acquisizione, tra cui una dalla stessa Facebook Inc. per sei miliardi di

"C'era Un Uomo Calvo Con La Barba Quella Notte"



Ecco Un Modo Intelligente Per Tagliare Una Mela



LETTA PREVEDE LA FINE DELLA FESTA RENZIANA



L'auto Di Cofferati È Arrivata A Destinazione



Un Pasticcio Dopo L'altro, La Scuola Di Domenico Cancella Di Nascosto La Frase-Choc Del Professore



"L'Italia La Vedo Male: È Diventato Un Paese Sgradevole"



La Debacle Alle Comunali Degli Ex Grillini

dollari. Nonostante l'applicazione non generasse introiti, tutte le offerte sono state rifiutate dallo stesso Spiegel.

Ecco perché a mio avviso è stato proprio Mark Zuckerberg uno dei protagonisti della scena tech mondiale che hanno iniziato questo fenomeno bizzarro di valutazioni folli per startup hi-tech.

Io non posso che ringraziarlo, perché con il modello del *DCF Egomnia* varrebbe qualche milione di euro. Invece oggi, fortunatamente, anche io posso inventarmi delle storie per aumentare il valore della mia azienda. E sapete qual è la cosa bella? Le mie storie sono affascinanti. Proviamo a fare un gioco. Proviamo a dare un valore ad *Egomnia Srl*. Questo gioco è molto difficile in questo momento. *Egomnia* non è una startup come le altre, non ha seguito nessun passaggio ordinario.

Egomnia è stata costituita il 17 febbraio 2012 a Roma, il portale *egomnia.com* è stato lanciato sul mercato il 7 di marzo dello stesso anno. L'investimento iniziale complessivo è stato di dieci mila euro e autofinanziato dalla mia famiglia, la ragione sociale dell'azienda è una società a responsabilità limitata con socio unico con capitale sociale di dieci mila euro interamente versato. *Egomnia* è proprietaria di tre server e di un load balancer, del copyright del sito, di due domande di brevetto, di diversi domini in internet tra cui *www.egomnia.com*, del marchio *Egomnia®*, dei canali sociali aziendali Instagram, Facebook, Google+ e Twitter e non ha dipendenti a tempo determinato o indeterminato ma collaboratori a progetto, partner tecnologici, partite iva e collaboratori occasionali. *Egomnia* sembra non considerare un valore il proprio team, ma sembra prediligere come valore la flessibilità della struttura. Il database di sua proprietà conta più di 450.000 profili di candidati e 980 direttori delle risorse umane in continuo aumento giornaliero. Il fatturato di *Egomnia* dal lancio della piattaforma fino al 18 di marzo è stato un modello di business provvisorio, studiato per tamponare il deficit strutturale della piattaforma in beta. I due bilanci disponibili mostrano i seguenti risultati:

31/12/2012:

Fatturato: 11.950,00 €

Utile: -31€

31/12/2013:

Fatturato: 284.809,00 €

Utile: 27.695,00 €

Arrivati a questo punto avremmo il materiale sufficiente per dare la giusta valutazione ad *Egomnia*, eppure il risultato soddisferà gli investitori ma non me. Perché il mercato attualmente è disposto a pagare di più una quota della mia azienda, rispetto a quello che mostrano questi numeri. Infatti ad aumentare il valore dell'azienda ci sono molti altri fattori da prendere in considerazione.

Il primo è l'interesse mediatico. *Egomnia* ha da sempre goduto di un fortissimo interesse da parte dei media tradizionali. Giornali, radio e televisioni sono da sempre interessati a seguire i passaggi di crescita di *Egomnia* e sono molti i media che continuano a raccontarli. Questo porta il sito ad aumentare il traffico e gli utenti diversi da quello che è il target, ovvero i giovani talenti, con ripercussioni sui trend di crescita e di utilizzo della piattaforma, soprattutto sotto il periodo di interesse mediatico. D'altro lato però permette al sito di acquisire traffico e utenti.

Solitamente per acquisire utenti si deve pagare e la bontà di un investimento si calcola anche analizzando quant'è il costo di acquisizione di un utente e quant'è il tempo che si deve attendere affinché questo investimento ripaghi. Un sito è buono se l'investimento per acquisire utenti è basso e il guadagno che l'utente produce è alto. Sicuramente *Egomnia* ha un prezzo di acquisizione di utenti più basso di molte altre startup, perché può godere del "marketing" portato dagli articoli di giornale e le comparsate in TV e radio di *Egomnia* stessa o del suo fondatore. Quanto vale quindi *Egomnia*? Be', staremo a vedere!

Questo articolo riprende libro da me redatto "L'Innovazione che non ti aspetti - Contesti e Visioni per l'Impresa" curato da Emil Abirascid per la Franco Angeli Editore, che ringrazio per avermi permesso di pubblicarlo online.

• [Segui gli aggiornamenti sulla nostra pagina Facebook](#)



Queste Sono Le Domande Sessiste Che Le Donne Subiscono Al Colloquio Di Lavoro



ANNUNCI PREMIUM PUBLISHER NETWORK



Modem+attivazione gratis!

Tiscali ADSL+telefonate a 0 cent/min
24,95€/mese per sempre!
abbonati.tiscali.it



Premi e Sconti

Arriva Carta PAYBACK Amex - piu premi
piu sconti
[Carta PAYBACK Amex](http://Carta.PAYBACK.Amex)



Domini da soli 0,99€/anno

Registra un dominio su Aruba a partire da
0,99€/anno
hosting.aruba.it