

RECHERCHE D'INVESTISSEURS

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Sommario

Avant de chercher un investisseur, il est bon de se poser quelques questions	1
Qui sont les investisseurs?	4
Les phases de financement des start-ups et qui les finance.....	8
Se présenter à un investisseur	10
Qu'est-ce que la DUE DILIGENCE ?	14
ANNEXE 1 - Modèle de plan d'entreprise	16
ANNEXE 2 – Calendrier des spécimens	33
ANNEXE 3- PITCH DECK	34
ANNEXE 4 - NDA.....	42
ANNEXE 5 – Due Diligence EBAN.....	46
Liste des financeurs possibles avec indication des sites.....	62
Plateformes de crowdfunding EQUITY BASED en Italie.....	65

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Avant de chercher un investisseur, il est bon de se poser quelques questions

- ❖ Quelle part de l'entreprise êtes-vous psychologiquement prêt à abandonner ?
- ❖ Quels sont les avantages et les inconvénients apportés par les investisseurs à votre entreprise dans la situation actuelle ?
- ❖ Combien de fonds avez-vous besoin et pour quoi?
- ❖ Savez-vous quels sont les principes selon lesquels les investisseurs décident de financer ou non une entreprise ?

Après avoir trouvé les réponses aux questions ci-dessus, il est facile de déterminer le profil idéal :

- ✓ Quel type d'investisseur voulez-vous pour votre entreprise ?
- ✓ Quelles connaissances et réseaux sont nécessaires ?
- ✓ Combien de temps l'investisseur devra-t-il consacrer à votre entreprise ?
- ✓ Demande, évaluation et pitch

.... Après avoir évaluer ces éléments, vous pouvez prendre le premier contact avec les investisseurs.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Qui sont les investisseurs?

1) BANQUES

Ils constituent la principale source de financement pour les nouvelles entreprises. Leur volonté de financer le projet se fonde sur l'analyse du bien-fondé de l'idée d'entreprise, du business plan présenté et surtout des éventuelles garanties dont dispose le demandeur. Les établissements de crédit cherchent en effet à minimiser le risque entrepreneurial vis-à-vis des startups.

À cette fin, une méthode d'évaluation de la notation est utilisée, ce qui signifie que le prix du crédit bancaire devient directement proportionnel au risque de défaut. La banque attribue une notation de crédit au demandeur allant de AAA (sécurité élevée) à C (risque très élevé).

2) BUSINESS ANGEL

Le Business Angel peut être défini comme une entité privée (prêteur, investisseur, ancien dirigeant), disposant de compétences de gestion managériales élevées et d'une disponibilité de capitaux, qui décide de participer à la réalisation d'un projet d'entreprise considéré comme intéressant et profitable pour son propre capital.

Les principales caractéristiques d'un Business Angel sont :

- Un passé managérial ou entrepreneurial ;
- Une tendance à investir moins de 20 % de ses actifs ;
- La volonté de maintenir un investissement pour une durée maximale de 5 ans;
- Un investissement moyen de l'ordre de 200 000 euros;
- La tendance à miser sur le marché local pour jouer un rôle actif et surveiller l'investissement.

En plus de l'apport de capital, les Business Angels consacrent leur temps au développement des affaires.

En 2020, les investissements des Business Angels en Italie ont atteint environ 51 millions d'euros (source Network Digital 360).

Exemple de processus d'investissement providentiel :

1. Deal sourcing (recherche de contacts)

Le deal sourcing peut être proactif ou réactif. La majeure partie du deal sourcing passe par les membres, leurs réseaux et leurs interactions avec d'autres acteurs de l'écosystème.

2. Deal screening (selection des offres)

Les demandes sont normalement centralisées et gérées avec un progiciel. Le dépistage initial peut être informel (réalisé par certains membres) ou formel (effectué par un gestionnaire de groupe ou de réseau).

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



3. Feedback initial/coaching

Les entreprises qui réussissent le dépistage initial sont contactées et peuvent recevoir un coaching sur les attentes des investisseurs et sur la meilleure façon de présenter l'entreprise.

4. Présentations d'entreprises

Les entreprises sélectionnées peuvent être invitées à présenter aux membres lors d'un événement, normalement tenu toutes les 4-6 semaines. Habituellement entre 2 et 4 entreprises présentent.

Les investisseurs discutent ensuite des aspects de l'entreprise et des affaires potentielles dans une session "fermée".

5. Due diligence

La due diligence est normalement effectuée sur une base formelle et comprend : une analyse concurrentielle, la validation du produit et de la propriété intellectuelle, une évaluation de la structure de l'entreprise, des finances et des contrats, un examen des questions de conformité et des contrôles de référence sur l'équipe.

6. Conditions d'investissement et de négociation

Si les membres sont intéressés, des term sheet doivent être préparées à l'évaluation de la société négociée. De plus en plus, les groupes et les réseaux d'anges utilisent des modèles de term sheet standardisés. L'entreprise peut se présenter aux membres une dernière fois.

7. Investissement

Les membres concernés peuvent ensuite investir de façon individuelle ou former un syndicat pour investir dans l'entreprise. Les documents finaux sont rédigés et un avocat est généralement impliqué dans le procès. Il y a une signature formelle des documents et le financement convenu est recueilli.

8. Accompagnement post-investissement

Après l'investissement, les investisseurs surveillent souvent, encadrent et aident les entreprises expérimentées et connectées. De plus, les investisseurs travaillent souvent en étroite collaboration avec l'entreprise pour faciliter une sortie en temps opportun.

3) CAPITAL-RISQUE

Le capital-risque est une forme d'investissement à moyen et long terme dans des entreprises non cotées à fort potentiel de développement et de croissance (high grow companies), qui sont en phase de démarrage, effectuée principalement par des investisseurs institutionnels dans le but d'obtenir une plus-value substantielle la vente de la participation acquise ou de la cotation en bourse (définition de la Bourse Italienne).

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Contrairement à un Business Angel, qui investit des capitaux personnels, un fonds de capital-risque a à son tour des investisseurs (appelés Limited Partners ou LP) qui sont habituellement des sujets professionnels (fonds de pension, fondations, banques, etc.) auxquels il doit garantir des rendements avec des multiplicateurs élevés, dus au risque important qu'ils assument.

Les investisseurs en capital-risque appliquent généralement les critères suivants pour décider d'investir ou non dans une entreprise :

- L'équipe de gestion est-elle expérimentée, compétente et prête à mettre en œuvre la planification et à prendre des risques personnels ?
- Le marché est-il attractif et capable de se développer ?
- Le produit fournit-il une plate-forme pour un développement ultérieur ?
- Existe-t-il un avantage concurrentiel durable susceptible de se développer davantage
- La stratégie et la planification opérationnelles sont-elles convaincantes ?
- A quel stade en est la mise en œuvre et quels sont les premiers résultats (par exemple, brevets ou clients)?
- Le rendement attendu est-il réaliste et une sortie ultérieure est-elle possible?

4) FINANCEMENTS PUBLICS BONIFIÉS

Il s'agit de sources de financement alternatives, car elles permettent de récupérer une partie des ressources financières pour lancer la nouvelle entreprise.

Celui qui a l'intention de recourir aux facilités ne peut le faire qu'après avoir mis à disposition une partie du capital qui est exigée par l'avis lui-même. En fait, il n'existe pas de loi prévoyant la couverture intégrale des frais de démarrage d'une nouvelle entreprise.

Il est donc nécessaire d'anticiper les dépenses initiales et il n'y a pas non plus de certitude sur les délais de distribution, habituellement autour de 3 mois.

Les formes financières à la disposition d'un startupper sont multiples et avec des modalités d'accès variées, c'est pourquoi il sera très important d'identifier celles qui conviennent le mieux à votre idée d'entreprise.

Les principaux modes d'accès sont les suivants :

- taille de l'entreprise ;
- localisation de l'entreprise ;
- domaine d'activité ;
- structure sociale ;
- plan d'affaires ;
- mesure de facilitation;

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



- dépenses éligibles

4) CROWDFUNDING

Il représente une forme de financement qui repose sur l'obtention de petites sommes d'argent d'un grand groupe de personnes afin de réaliser un projet ou une idée d'entreprise.

La différence cruciale entre le financement participatif et le financement traditionnel est que la collecte de fonds classique repose sur la demande d'une grande somme d'argent à une source unique, tandis que le financement participatif consiste à demander de petites sommes à de nombreuses personnes.

Les "bailleurs de fonds" du projet peuvent recevoir des incitations très intéressantes en échange de leur soutien, telles que :

- Être les premiers à adopter un produit innovant (early adopter) ;
- la possibilité de précommander un produit ;
- la possibilité d'obtenir un rabais anticipé ou un produit gratuit au lancement ;
- les actions dans la phase initiale ou avancée d'une entreprise à fort potentiel (equity crowdfunding).

Les demandes de financement en mode crowdfunding reposent sur des plateformes spécialisées. Chaque plateforme de financement participatif a ses propres spécificités, avec des taux et des bassins d'utilisateurs différents. Cependant, les modalités opérationnelles qu'une start-up doit suivre sont les mêmes pour toutes : elle envoie le projet à la plateforme avec un objectif de collecte de fonds et un délai, et après un dépistage et des entretiens positifs avec les responsables de la plateforme, lance la campagne de soutien en ligne.

Les plateformes de financement participatif sont des solutions de financement attrayantes pour les start-ups pour deux raisons principales : la possibilité de définir et d'atteindre son objectif de financement dans un laps de temps bien défini (généralement de c.à 60-90 jours) mais surtout la possibilité de transformer l'effet de chaîne d'un public de petits investisseurs qui se transforment en supporter et ambassadeur de la Marque, en diffusant un message de confiance et d'intérêt qui augmente la valeur de la société.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Les phases de financement des start-ups et qui les finance

• Pré-Seed/ Pré-amorçage

Les fondateurs développent l'idée innovante, il n'y a pas encore de prototype. Risque très élevé. Les bailleurs de fonds de cette étape sont habituellement les membres de la famille/amis.

• Seed/Amorçage

L'entreprise existe. Le produit a été prototypé et nous sommes au début de l'activité de production, mais le marché est encore une hypothèse sur le plan d'affaires, on ne connaît pas encore la validité commerciale du produit/service. Phase dans laquelle le risque commercial est encore très élevé. Le financement d'une start-up à ce stade provient de pépinières d'entreprises, d'investisseurs providentiels et/ou d'initiatives publiques de financement subventionné.

• Start-up

L'activité productive existe mais il reste à vérifier la réceptivité du marché. Il faut introduire la gestion commerciale et marketing et lancer le produit/service. Les fonds de capital-risque sont les investisseurs idéaux pour cette phase de la vie d'une start-up.

• Second-round/expansion

Le produit existe et le marché existe. Il faut faire un saut dimensionnel soit par de nouveaux investissements dans des canaux de marketing, soit par une croissance pour des lignes externes (acquisitions) sans oublier que la jeune entreprise doit être réorganisée en fonction de sa taille croissante. Le capital-risque et les fonds de capital-investissement sont toujours les entités qui financent la phase de second tour, pour amener la start-up vers la cotation en Bourse où le projet d'expansion pourra trouver les investisseurs les plus appropriés. C'est à ce moment-là que les banques financent les start-ups en finançant les fonds de roulement.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Types de financement possibles:

Funding Round	Pre-seed	Seed	Series A	Series B	Series C, D, E, etc.
Stage	Formation, business plan development	Founding to launch	Post launch	Growth	Growth and expansion to harvest event
Median Deal Size (2017)	<\$1 million	\$1 million	\$6 million	\$14.5 million	Series C: \$25 million Series D: \$40 million
Common Investors	<ul style="list-style-type: none"> • Founders • Family & friends • Angels • Accelerators • IIA 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Angels • IIA 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Strategic investors 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Strategic investors 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Strategic investors • Private equity firms

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

ACCELERATE YOUR FUTURE!
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Se présenter à un investisseur

Pour vous présenter à un investisseur, il est nécessaire d'avoir :

- Un bon plan d'affaires. Un plan d'affaires précis et ponctuel est toujours une bonne carte de visite. (Annexe 1)
- Un calendrier des activités bien défini. Le plan d'affaires est inutile s'il n'est pas suivi d'une feuille de route précise d'exécution du projet. (Voir annexe 2)
- Une équipe disciplinée. Tout investisseur évaluera l'équipe sur la base de la compacité, de la motivation et de l'interdisciplinarité.
- Un Pitch deck (Voir Annexe 3)
- NDA - Accord de non-divulgation (voir annexe 4)

Si vous avez un prototype, montrez-le ! Si vous avez déjà testé votre produit, dites-le !

Vous devez convaincre les personnes intéressées que votre startup est un "investissement gagnant" bien que risqué et qu'elle est en mesure de garantir, grâce à vos qualités personnelles et professionnelles, la réalisation concrète du projet d'entreprise.

C'est pourquoi il est important que vous accordiez de l'attention à certains aspects (bien sûr, ils ne sont que quelques-uns et pas tous) qui peuvent contribuer à accroître l'efficacité de notre proposition.

Clarté maximale

Mentir à un investisseur probable est l'une des erreurs les plus graves que l'on puisse commettre : et cela s'applique à tout type de mensonge, qu'il s'agisse de données inexactes ou de déclarations (par exemple sur le niveau de mise en œuvre du projet) qui ne correspondent pas à la réalité ou sur les compétences et la fiabilité des membres.

Un prêteur n'est pas un bienfaiteur : avant d'investir dans une start-up, il est très probable qu'il effectue toute une série de vérifications, en particulier sur les données qui ont été fournies par le demandeur de financement. Cela signifie qu'il est très probable que toute tentative de tromperie comporte un risque élevé d'être dévoilée et qu'il deviendra évidemment très difficile, voire impossible, pour un investisseur de faire confiance à un startupper qui a tenté de le tromper.

Il faut être honnête et loyal dans la relation avec les bailleurs de fonds : montrer son propre projet avec ses forces et ses faiblesses éventuelles, permettre aux investisseurs de procéder à une évaluation complète des risques et des avantages liés à l'investissement afin d'attirer des entrepreneurs professionnels et fiables.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2

Se montrer confiant mais pas arrogant

Une autre erreur grave, qui risque de nuire au rapport avec les éventuels bailleurs de fonds, est l'attitude avec laquelle nous nous posons à leur égard : il est juste de se montrer sûr, mais si nous empiétons sur l'arrogance et la présomption, nous risquons de susciter une aversion immédiate, non seulement personnelle, mais aussi professionnelle.

Les américains appellent les startuppers qui se posent de cette façon "nerdy founder", qui indique une attitude débordante et peu respectueuse. C'est typique de ceux qui croient avoir le succès entrepreneurial du siècle et qui font une véritable faveur en offrant à certains individus la possibilité d'investir leur argent dans cette entreprise définitivement gagnante.

Au-delà de ça, il est nécessaire de montrer du respect envers les bailleurs de fonds, puisqu'ils veulent "risquer" leur capital en misant sur la startup, sans prétendre qu'ils décident d'un éventuel financement dès la première rencontre.

Il faut faire preuve de confiance et être capable d'écouter et de répondre de manière claire et exhaustive à toutes les questions que les bailleurs de fonds peuvent poser : il est très important de faire comprendre que l'intention est de travailler avec eux, pour les inciter à investir dans votre startup. Il ne faut cependant pas aller trop loin en sens inverse, c'est-à-dire se montrer dans le besoin de l'argent des investisseurs au point de prolonger les rencontres au-delà du troisième (ou du quatrième) et tergiverser en répondant à quelque chose que vous ne partagez pas simplement pour éviter de dire non.

Avoir un accord de confidentialité

Après avoir passé la phase du pitch élévateur, où aucun détail technique n'est fourni par rapport au projet de la startup, à chaque étape ultérieure, en particulier lorsque vous commencez à examiner un business plan vous devez (quand c'est nécessaire mais dans la plupart des cas ce n'est pas le cas) faire signer aux investisseurs potentiels un accord de confidentialité : ainsi on atteint deux objectifs différents et importants.

Tout d'abord, protéger le projet d'entreprise contre les personnes qui ont des intentions frauduleuses et qui pourraient profiter des données contenues dans un plan d'affaires pour copier et mettre en œuvre de manière autonome l'idée d'entreprise : le fait d'avoir prévu un accord de confidentialité offre un instrument pour protéger les droits de l'idée de projet.

Ensuite, prévoir ce type d'accord donne une image professionnelle : les investisseurs seront amenés à considérer que nous montrons que nous croyons en l'idée et que nous faisons tout ce qui est nécessaire pour la protéger.

Justifier les chiffres

Ce qui est demandé aux investisseurs de fonds est une certaine somme d'argent, nécessaire pour réaliser un projet entrepreneurial, qu'il s'agisse de la création d'une startup ou de l'extension d'une activité existante.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Et ce qui intéresse le plus les bailleurs de fonds, ce sont précisément les chiffres : aussi bien du montant demandé que des documents présentés pour prouver la validité de l'investissement.

La plus grave erreur que vous pouvez commettre dans ce domaine est d'inclure dans le business plan des chiffres que vous ne pouvez pas justifier : cela vaut évidemment pour les documents comptables et les projections de croissance qui doivent être incluses dans un business plan, qui doivent se fonder sur des études de marché et des prévisions vérifiables et réalistes, mais aussi sur les sommes qui seront demandées pour les financements demandés.

En effet, vous pourriez être tenté de demander une somme plus importante que ce qui est vraiment nécessaire pour notre start-up : nous pourrions repenser de cette façon pour "impressionner" les prêteurs potentiels, alors que le seul résultat que nous pouvons obtenir est de les éloigner de notre projet. Il faut seulement demander ce dont nous avons réellement besoin, pas un centime de plus.

Comment et quand l'argent sera investi

Il ne suffit pas que les chiffres soient corrects : une autre grave erreur que nous ne devons pas risquer de commettre dans la relation avec les bailleurs de fonds est de ne pas avoir parfaitement compris ce que sera l'utilisation et la destination des fonds demandés.

Soumettre une demande de financement qui n'est pas justifiée, c'est-à-dire qu'il n'explique pas comment l'argent nécessaire sera utilisé dans le cadre de la startup et quel sera le rôle effectif du financement dans le processus de croissance et de développement de l'entreprise équivaut à demander un prêt "à l'aveugle". Nous voulons convaincre les investisseurs que notre start-up mérite une certaine somme, même si nous ne savons pas encore quelle utilisation nous en ferons.

Ce type d'indécision et d'imprécision dénote un manque de professionnalisme et effraiera probablement les prêteurs éventuels, qui ne se feront pas confiance pour prêter de l'argent dans le noir, sans savoir exactement quelle sera leur destination.

L'importance de l'équipe

La composition et la qualité d'une équipe sont un autre des facteurs qui affectent le plus un éventuel financeur d'une start-up : bien qu'une bonne idée d'entreprise soit le cœur de chaque startup, en l'absence d'une équipe capable de mettre en œuvre le projet dans la pratique, on ne va nulle part, en restant ferme sur un plan théorique.

Ainsi, bien que la composition optimale d'une équipe (aux yeux de n'importe quel financier, même public) doive prévoir la présence parmi les fondateurs d'une ou plusieurs figures ayant des compétences techniques et productives (cohérentes avec le développement du projet) d'une ou de plusieurs personnes ayant des compétences en marketing, commercial et social, d'une ou de plusieurs personnes ayant des compétences financières. Il est toujours opportun de mettre en évidence les compétences actuelles et les écarts éventuels, avec un programme d'achèvement pouvant prévoir l'ouverture à de nouveaux membres "porteurs de compétences" ou l'insertion de collaborateurs internes ayant des compétences spécifiques (en mettant en évidence les coûts et les modalités de rémunération) ou, au moins dans un premier temps, le soutien de personnes ou d'entreprises capables de combler l'écart (encore une fois, en mettant en évidence les coûts et les

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



modalités de rémunération). Ce que les bailleurs de fonds recherchent est un cadre où tous les professionnels nécessaires à la réalisation du projet sont présents, qui a la bonne dose d'expérience et qui est bien mélangé et capable de travailler de manière productive et, Surtout, une clarté maximale est nécessaire dès le départ.

Si nous nous présentons aux investisseurs avec une équipe dans laquelle il manque de professionnalisme, ou complètement dépourvue de sujets ayant une bonne expérience dans le domaine, nous risquons de ne pas réussir à donner une image suffisamment professionnelle.

Et si les bailleurs de fonds ne font pas confiance, notre enthousiasme et notre passion ne suffiront pas à les convaincre.

Technologie utilisée

Indiquez dans quelle mesure votre technologie est défendable et différenciable de celle de vos concurrents. Vous devez approfondir en examinant :

- analyse du produit en se concentrant sur la présence de brevets/IP
- validation du marché cible
- facteur distinctif par rapport aux concurrents
- évolutivité de l'entreprise
- avantage concurrentiel
- définition des clients cibles
- stratégie de go to market

Bravo, vous avez convaincu l'investisseur que votre projet est viable et mérite d'être approfondi !

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



À ce stade, vous devez faire face à la diligence raisonnable (littéralement "due diligence").

Qu'est-ce que la DUE DILIGENCE ?

La diligence raisonnable est une activité d'investigation qui est toujours effectuée dans tout type de négociation et se produit généralement dans le cadre d'acquisitions/transferts de sociétés ou d'entreprises et, dans l'environnement des start-ups, prend des caractéristiques particulières et différentes selon le type d'investissement (seed plutôt que round series A ou B). En particulier dans le cadre d'un tour de table d'amorçage ou de démarrage, lorsqu'il n'y a souvent pas de données importantes sur l'entreprise à examiner, la diligence raisonnable permet de passer en revue les aspects de la start-up qui concernent principalement l'équipe, l'innovation, le marché, l'évolutivité et les aspects techniques.

Quels sont les aspects d'une start-up que l'investisseur vérifie le plus ?

1.L'équipe

Ce n'est pas un secret que les plus grands investisseurs du monde ont tendance à investir plus fréquemment, ou en plus grand nombre, dans des équipes de personnes ayant une expérience du monde des startups.

L'équipe de la start-up doit initialement être composée d'au moins deux personnes, généralement un PDG et un directeur technique, qui sont respectivement des experts en affaires et en technologie.

Les fondateurs de startups doivent prouver qu'il n'y a rien d'autre en dehors de leur startup, pas de startupper à temps partiel !

2.Le produit / service

Le produit ou le service a-t-il le potentiel de s'étendre à l'échelle mondiale et d'être adopté dans d'autres marchés et zones géographiques? Est-il facilement reproductible? Est-il vraiment innovant, ou n'y a-t-il pas de barrières à l'entrée? Est-il breveté ou brevetable?

3. 3. Traction

Les mesures de croissance que la startup a développées. Le taux de croissance mensuel est certainement un indicateur fiable. Il peut s'agir de diverses mesures, notamment le nombre de clients acquis, le coût d'acquisition des clients, le taux de conversion des clients, le taux de remboursement, les revenus générés, le pipeline de clients, etc.

4.Le marché

Lorsque nous parlons d'entreprises à forte croissance, nous devons nous rappeler que pour être attractif et pour qu'il y ait un potentiel de sortie, le marché doit être suffisamment grand pour générer un retour sur investissement.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



5.Stratégie de sortie

Il est très important de comprendre si les fondateurs ont des idées claires et si les conditions préalables à une sortie potentielle existent.

La sortie est, à toutes fins utiles, le seul moyen de rémunérer son investissement dans les start-ups et les entreprises à fort potentiel de croissance. Nous ne pensons pas aux dividendes lorsque nous abordons des investissements de ce type, car il est raisonnable de penser que ces sociétés réinvestissent la majorité de leurs revenus dans le développement et l'expansion de l'entreprise, d'autant plus si les investisseurs qui participent (ou participeront) à ces sociétés sont des investisseurs institutionnels (qui, de par les règlements et statuts des fonds, ont une période de détention suivie d'un désinvestissement).

+1 Diversification Les investisseurs souhaitent diversifier leurs placements.

Vous aussi, vous pouvez faire votre devoir d'investisseur.

Mais que signifie faire preuve de diligence raisonnable à l'égard des investisseurs ?

Cela signifie qu'il faut étudier en détail les activités, la portée et le réseau de l'investisseur, rédiger un rapport de diligence raisonnable dans lequel vous vérifiez les start-ups de son portefeuille, les échecs et les sorties de ses investissements précédents et le principal secteur dans lequel la start-up investit.

J'ajouterai un dernier conseil N.B. : n'oubliez jamais d'interroger et de demander l'avis de jeunes entreprises qui ont déjà reçu de l'argent de cet investisseur.

La meilleure façon de recueillir des informations utiles sur les personnes avec lesquelles vous vous associez est de parler à ceux qui l'ont déjà fait avant vous.

Vous devez comprendre quelle est leur expérience et leurs compétences, pour savoir ce qu'ils peuvent offrir à la start-up en plus du capital. Il est utile de savoir s'ils sont expérimentés et connus dans votre secteur, s'ils peuvent apporter une valeur stratégique et vous ouvrir des portes intéressantes, ce que vous aimez vraiment chez eux.

Ces aspects doivent être soigneusement étudiés, car une fois le financement obtenu, vous serez lié à l'investisseur pour une longue période : c'est pourquoi vous devez trouver des investisseurs qui peuvent apporter de la valeur et offrir un réel soutien dans les inévitables moments difficiles. Il est toujours préférable d'accepter un montant inférieur ou un accord économiquement moins avantageux, mais assurez-vous d'avoir établi une relation avec le bon partenaire.

Voir L'ANNEXE

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



ANNEXE 1 - Modèle de plan d'entreprise

NOM DE L'ENTREPRISE :

SECTEUR DE RÉFÉRENCE :

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Remplissez le plan d'affaires dans son intégralité en suivant ce schéma. Plus précisément, le projet d'entreprise doit être décrit de manière analytique et claire, sur la base d'une analyse précise et de données concrètes, fiables et vérifiables. Il est important de clarifier les caractéristiques fondamentales de l'entreprise et de faire en sorte que chaque aspect du plan soit conséquent.

A.1 Caractéristiques de l'entreprise" (20 lignes maximum)

Décrire l'activité et le modèle économique de l'entreprise

A.2 Caractéristiques des principaux produits/services (brève description, 40 lignes maximum)

Indiquez les domaines d'activité

A.3 Le marché et son potentiel : (max 90 lignes)

Pour chacun des types de clients (marchés) identifiés, décrivez les aspects les plus importants, en précisant

- ✓ la taille du marché potentiel (demande actuelle et clients potentiels)
- ✓ la dimension territoriale
- ✓ les perspectives du marché et son évolution actuelle et attendue
- ✓ le type d'activités en amont et en aval
- ✓ les principaux facteurs concurrentiels du marché
- ✓ les clients déjà acquis par l'entreprise ou intéressés à les acquérir

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



A.4 Types de clients - l'entreprise opère avec des clients dans les secteurs suivants.

Indiquez le type de secteur (par exemple, logiciels et composants) et indiquez si les clients sont des organismes publics ou des entreprises privées.

COMPARTIMENT	P.A.	Privé
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A.5 Étendue du marché cible (précisez le pourcentage)

MARCHÉ SERVI	<u>Actuel</u> %	<u>Potentiel</u> %
Marché local (municipalité/province de résidence)		
Marché régional		
Marché national		
Marché international		

A.6 Matrice produit/marché

indiquer, pour chaque ligne de production dérivable du projet, le type de client concerné (indiquer le type de client et marquer d'un X)

Produits \ Marchés	Type Client 1:	Type Client 2:	Type Client 3:	Type Client 4:	Type Client 5:
Produit 1:					
Produit 2:					
Produit 3 :					
....					

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



A.7 Concours (50 lignes maximum)

Décrire la concurrence sur le marché de référence, en précisant

- ✓ l'indication et la description des principales entreprises concurrentes
- ✓ les éléments différenciateurs de son offre

A.8 Avantage concurrentiel : degré de différenciation/innovation du produit/service (20 lignes maximum)

décrire l'avantage concurrentiel sur lequel vous comptez fonder votre entreprise, en décrivant les éléments de différenciation et d'innovation par rapport à l'offre actuelle sur le marché

A. 9 Plan commercial (20 lignes maximum)

décrire la politique commerciale entreprise ou à mettre en œuvre pour développer le marché actuel/potentiel

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



A.10 Certifications et brevets :

- Certification du système de gestion de la qualité : OUI NON

- Certification environnementale: OUI NON

- Certification du produit: OUI NON

Si la réponse est OUI, pour quels produits/processus ?

1:

2:

- Marques déposées et brevets

SI NO

B.1 Structure de l'entreprise

Nom et prénom	% de participation	Fonctions dans l'entreprise	Rôle opérationnel	Compétences spécialisées
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



B.2 Nombre d'employés, y compris les collaborateurs externes, travaillant en permanence dans l'entreprise

Partenaires opérationnels (travaillant de façon permanente dans l'entreprise)

Employés

Collaborateurs externes

B. 3 Plan d'organisation (max 40 lignes)

décrire le modèle organisationnel, en indiquant le plan de ressources de l'entreprise et les rôles respectifs de l'entreprise décrire l'expansion organisationnelle possible en ce qui concerne le développement commercial prévu

(indiquer la participation à des formules de partenariat de type stable ou activé pour des projets spécifiques)

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



C.1 Partenariats techniques, commerciaux, financiers (banques - business angels - capital-risque)

Société/entité partenaire	Forme de partenariat ¹	Description des activités/objectif	Status ²
1.			
2.			
3.			

D.1 Équipements technologiques et non technologiques

(veuillez indiquer les installations, équipements, matériels et logiciels dont dispose l'entreprise)

Nom	P/NP ³	Description	Utilisation actuelle et/ou application spécifique

¹ = Indiquer si : Réseau, consortium, accord-cadre, coentreprise, accord commercial, partenariat financier, partenariat industriel, partenariat de recherche, accord de projet (plus d'une indication autorisée).

² = "Activé depuis le (mm, aaaa)" ou "A activer (avec indication de l'état des entretiens)".

³ = Propriétaire / Non-propriétaire

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



D.2 Détail des investissements

(indiquer les investissements)

Type et objet de l'investissement	Valeur (€)	Réalisé	Prévu
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

D.3 Autres activités de recherche et développement (20 lignes maximum)

(décrivez brièvement les projets innovants, en soulignant les partenariats éventuels et leur portée)

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



E.1 Chiffre d'affaires potentiel

Indiquez pour chaque produit/service le chiffre d'affaires potentiel au cours des 2 premières années et de l'année du régime.

	Produit 1			Produit 2			Produit 3			Produit 4		
Années	1°	2°	régime									
Quantité vendable												
Prix unitaire												
Revenus												

E.2 Coûts d'exploitation

(Indiquez les coûts à engager pour la mise en production et la vente)

TYPE	1ère année de marché	2ème année	3ème année	4ème année

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



E.3 Plan d'investissement

PLAN D'INVESTISSEMENT			
	1er fy	2ème fy	3ème fy
IMMOBILISATIONS CORPORELLES			
1. Terrains et bâtiments			
2. Installations et machines			
(a) Usine			
(b) Machines			
3. Équipement industriel et/ou commercial			
4. Autres actifs			
a) Véhicules à moteur			
b) Mobilier et agencements			
c) Machines de bureau			

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



	1er F/Yr	2ème F/Yr	3ème F/Yr
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES			
1. Frais de formation			
2. Frais de recherche, de développement et de publicité			
3. Brevets			
4. Concessions, licences, marques et droits similaires			
5. Goodwill			
6. Autres (coûts des logiciels, etc.)			
IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES			
1. Participations financières			
2. Autre			
TOTAL DES INVESTISSEMENTS			

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



E.4 Plan d'affaires

COMPTE DE PROFITS ET PERTES PRÉVISIONNEL			
	1er F/Yr	2ème F/Yr	3ème F/Yr
A) LA VALEUR DE LA PRODUCTION			
1) Revenus des ventes et des services			
2) Variation des stocks de travaux en cours, de produits semi-finis et de produits finis			
3) Variation des travaux contractuels en cours			
4) Augmentation des immobilisations pour travaux internes			
5) Autres produits et revenus			
TOTAL A) VALEUR DE LA PRODUCTION			
B) LE COÛT DE PRODUCTION			
6) Matières premières et auxiliaires, consommables et marchandise			
7) Pour les services			
8) Pour l'utilisation de biens de tiers			
9) Pour le personnel			
a) les salaires et traitements			
b) les charges sociales			
c) les indemnités de licenciement			
d) autres coûts			
10) Amortissements et dépréciations			
a) l'amortissement des immobilisations incorporelles			
b) l'amortissement des immobilisations corporelles			
c) autres dépréciations d'actifs immobilisés			
d) la réduction de valeur des créanciers			
11) Variation des stocks de matières premières, auxiliaires et consommables			
12) Provisions pour risques			
13) Autres provisions			
14) Frais divers de fonctionnement			

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



TOTAL B) COÛTS DE PRODUCTION			
DIFFÉRENCE DE VALEUR DES COÛTS DE PRODUCTION A-B			
C) LES PRODUITS ET CHARGES FINANCIERS			
15) Produits des participations			
16) Autres produits financiers			
17) Intérêts et autres charges financières			
TOTAL C) PRODUITS ET CHARGES FINANCIERS			

D) LES AJUSTEMENTS DE VALEUR DES ACTIFS FINANCIERS			
18) Réévaluations			
19) Réductions de valeur			
TOTAL D) AJUSTEMENTS DE LA VALEUR DES ACTIFS FINANCIERS			
E) PRODUITS ET CHARGES EXCEPTIONNELS			
20) Produits extraordinaires			
21) Charges extraordinaires			
TOTAL E) ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS			
BÉNÉFICE AVANT IMPÔTS			
IMPÔT SUR LE REVENU DE L'ANNÉE			
GAINS (PERTE) POUR L'ANNÉE			

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



PLAN FINANCIER			
ENGAGEMENTS	1er F/Yr	2ème F/Yr	3ème F/Yr
Investissements			
Stocks			
Créances			
Liquidité			
TVA sur les investissements			
Retraits détenteur/remboursement de capital-risque			
Autre			
TOTAL DES UTILISATIONS			
SOURCES	1er F/Yr	2ème F/Yr	3ème F/Yr
Fonds propres ou capital social			
Prêts des actionnaires			
Dettes envers les fournisseurs			
Dettes bancaires à court terme			
Dette bancaire à moyen/long terme			
Cash flow			
Autre			
TOTAL DES SOURCES			

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



E.5 Contribution des actionnaires

POSTE	ACTUEL OU FUTUR (€)	ATTENDU À COURT TERME (€)	Source des données (Année budgétaire, année budgétaire)*
CAPITAL SOCIAL			
REVENU DU CAPITAL (Réserves)			
PRÊT DES ACTIONNAIRES			

E.6 Contribution d'un tiers

POSTE	ACTUEL OU FUTUR (€)	ATTENDU À COURT TERME (€)	Source des données (année budgétaire, année budgétaire)*
FINANCEMENT SUBVENTIONNÉ			
BANQUES À COURT TERME			
BANQUES À MOYEN/LONG TERME			
LEASING			
FOURNISSEURS DE BIENS D'INVESTISSEMENT			
FOURNISSEURS DE REPORT MOYENS DE MAT. MATIÈRES PREMIÈRES ET CONSOMMABLES (EN JOURS)			
AUTRE (PRÉCISER)			

I = descrivere eventualmente se il finanziamento è legato a specifici investimenti e/o progetti, nonché la durata in anni.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



EXECUTIVE SUMMARY

Description des principaux objectifs à atteindre pour la mise en œuvre et/ou le développement du projet d'entreprise et des corrélations entre eux (répétez le tableau ci-dessous pour chaque objectif).

Description de l'objectif	
Début (mm/aaaa)	
Fin (mm/aaaa)	
Responsable	
Output/ résultat escompté	

De manière synthétique, reprendre les éléments déjà décrits dans le business plan en mettant en évidence les points forts et les innovations introduites.

De manière synthétique, reprendre les éléments déjà décrits dans le business plan en mettant en évidence la capacité de développement et la création éventuelle d'activités "en aval" et/ou le complément de chaînes de production locale.

Résumez brièvement les éléments déjà décrits dans le business plan qui mettent en évidence les perspectives du marché et du secteur auxquels l'initiative se réfère.

Résumez brièvement les éléments déjà décrits dans le business plan qui mettent en évidence les caractéristiques, le potentiel, la crédibilité, l'expérience, la fiabilité et les compétences de l'équipe entrepreneuriale.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Résumez brièvement les éléments déjà décrits dans le business plan qui mettent en évidence la capacité du projet d'entreprise à créer des emplois, y compris des emplois induits.

Fournissez un résumé des éléments déjà décrits dans le business plan qui mettent en évidence la faisabilité du projet.

Répétez brièvement les éléments déjà décrits dans le business plan qui mettent en évidence l'évolutivité du projet.

Indiquez brièvement les résultats obtenus à ce jour, ainsi que tout autre parcours de pré-incubation et/ou d'incubation (Business Review).

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



ANNEXE 2 – Calendrier des spécimens

Jalons			
<i>N.</i>	<i>Titre</i>	<i>Description et objectifs</i>	<i>Date de réalisation</i>
<i>M1</i>			x/x/x
<i>M2</i>			
<i>Mn</i>			

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



ANNEXE 3- PITCH DECK

Résumé de toutes les diapositives qui composent le PITCH DECK :

1. Glissière de couverture
2. l'idée
3. Problème
4. Solution
5. Marché : taille
6. Concurrence
7. Avantage concurrentiel
8. Produit
9. Clients
10. Traction
11. Modèle d'entreprise
12. Finances
13. Autres investisseurs
14. Équipe
15. Conseillers
16. Utilisation des fonds

La couverture

La première impression est primordiale. C'est particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de pitch desk aux investisseurs.

Si elle n'est pas excellente, la première impression ne sera pas suffisante pour prendre le meilleur départ : soignez le graphisme, ajoutez des images, faites-vous aider par un graphiste professionnel. Faites-le correctement et vous aurez un avantage de 90 % sur vos concurrents.

Il est certainement utile de disposer d'une belle image en haute résolution pour la couverture d'un pitch deck. Vous pouvez utiliser un simple logo ou même inclure une image en arrière-plan. Notez que les gens ont tendance à associer des souvenirs avec des images et pour cette raison, vous voulez que l'investisseur se souvienne facilement de votre pitch deck en incluant une image puissante qui lie votre projet ou votre startup à celui-ci.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2

L'idée

En quoi consiste votre idée de startup?

Le problème

Quel est le problème que votre entreprise tente de résoudre? Que doivent-ils croire pour acheter vos produits, votre solution, vos services?

Le conseil est de préparer une narration qui expose le problème de manière très claire et précise. C'est votre chance d'entrer en contact avec l'investisseur et de l'intéresser à ce que vous proposez.

En fait, un investisseur s'implique dans votre entreprise lorsque:

- a. ils ont connu le même problème dans le passé
- b. il existe un sens clair du retour sur investissement (potentiel d'activité et de marginalité)
- c. compte tenu de leur expérience professionnelle, ils la comprennent (par exemple, les médecins avec les soins de santé)

Si un investisseur appartient en même temps aux trois groupes d'intérêt mentionnés ci-dessus, cela signifie que vous avez votre investisseur principal.

La solution

Comment votre start-up résout-elle le problème ? Quelle est votre vision et votre stratégie ? Les tactiques peuvent changer, mais l'idée doit être aussi sensée.

N'oubliez pas qu'il ne doit y avoir qu'une seule solution. Pas trois ou quatre, surtout si vous êtes une start-up en phase de démarrage. La dernière chose à faire est que l'investisseur pense que vous êtes un peu perdu.

Sur cette diapositive, vous devez être aussi clair et concis que possible. Soit une image du produit/service ou de l'action liée à la résolution du problème (exemple : pour une nouvelle technologie de lavage de voiture, nous pouvons montrer une image ou une vidéo sur la diapositive où l'utilisateur lave la voiture avec la nouvelle technologie).

Évitez les déclarations faisant référence au fait que vous êtes le seul à faire cela, que vous êtes le leader incontesté, etc. Presque toujours (à moins que vous n'ayez effectué une analyse approfondie au niveau mondial), d'autres personnes ont eu cette idée avant vous et d'autres entreprises pourraient s'attaquer au même problème avec une approche différente.

Si vous avez l'occasion de faire une démonstration en direct, arrangez-vous pour le faire.

Le marché

Quelle est la taille de votre marché cible? Quelle taille devrait-elle atteindre? Quelle est votre part potentielle de ce marché? Si vous vous adressez à un capital-risque, vos chiffres doivent

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



être très élevés car leur stratégie de développement et de sortie est presque toujours réalisable avec des chiffres élevés et non avec de petites niches de marché.

Comme pour le plan d'affaires, une analyse approfondie du marché et des segments de clientèle cibles est la clé d'un pitch deck.

La taille du marché est essentielle car elle déterminera également les rendements potentiels pour l'investisseur à terme. Probablement l'une des diapositives les plus importantes dont vous avez besoin dans votre pitch deck.

Si vous avez le meilleur produit et le meilleur moment avec un petit marché, rien ne compte. Trop de risques par rapport au potentiel de développement.

En outre, il est crucial ici de montrer la croissance. La dernière chose que vous voulez est que l'investisseur pense que votre marché a atteint un sommet. Par conséquent, vous voulez prévoir comment le marché va se développer au cours des 5 à 10 prochaines années.

Concurrence

Oui, vous avez des concurrents. Même si vous envisagez de créer un nouveau marché, il existe des concurrents potentiels. Assurez-vous de bien faire vos recherches ici, ou vous vous ridiculiserez face à une personne compétente et bien informée.

Cette diapositive vise à montrer à l'investisseur les concurrents que vous avez, comment vous vous situez par rapport à eux, et quel est votre aspect différenciateur avec votre proposition de valeur.

Alors que dans le plan d'affaires, l'analyse des concurrents est détaillée, dans le pitch deck, vous devez résumer les points essentiels :

1. Quels sont vos avantages par rapport à vos concurrents directs?
2. Quelle stratégie avez-vous pour vous différencier d'eux?

Avantages concurrentiels

Discutez de la manière dont vous pouvez vous distinguer de la concurrence, voire devenir un partenaire ou une perspective d'acquisition attrayante pour eux.

Dans cette diapositive, vous pouvez parler des avantages de votre entreprise et de votre produit. Parmi les éléments que vous pouvez inclure, citons les brevets et autres éléments de propriété intellectuelle défensifs, les canaux de distribution dont vous disposez, les partenaires technologiques et commerciaux, les fournisseurs, etc.

Ce que vous voulez communiquer, c'est la raison pour laquelle vous avez une position unique dans votre secteur d'activité qui vous place parmi les leaders.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Le produit/service

1. s'il s'agit d'un produit, ajoutez des captures d'écran
2. si le produit ou le service comporte des informations numériques ou distinctives (par exemple, poids, vitesse, matériaux, rendement, etc.), mettez les chiffres ou les données connexes (un résumé)

Comme mentionné ci-dessus, vous pouvez également faire une démonstration du produit à toutes les personnes présentes dans la salle si vous le faites en personne.

Clients

Qui sont exactement vos clients?

Sont-ils des entreprises, B2B ou B2C Quel est leur profil?

Quels sont leurs cas d'utilisation?

Quels commentaires avez-vous déjà reçus de la part de clients potentiels et d'utilisateurs payants?

Si vous avez déjà un chiffre d'affaires, mentionnez certains des paramètres et des données que vous avez pu obtenir.

D'autres données importantes que vous pouvez ajouter sont :

- Le coût de l'acquisition de clients

- La valeur à vie de votre client (customer lifetime value)

Traction

Quelle traction avez-vous obtenue jusqu'à présent ? Ce que vous attendez des investisseurs varie en fonction du cycle de financement. Il est préférable de se concentrer sur un nombre plus restreint ou sur une mesure principale pour maintenir un élan simple. Il peut s'agir d'utilisateurs, de ventes ou de bénéfices.

Cette diapositive est probablement la plus importante de tout le Pitch Deck.

En fonction de l'entreprise, la traction peut prendre la forme d'utilisateurs enregistrés, d'une stratégie d'acquisition, de la rétention des utilisateurs ou de la croissance mensuelle du nombre de clients ou d'abonnés.

De mon point de vue, la manière la plus efficace de montrer la traction est de montrer une diapositive qui montre l'excellente performance mensuelle en termes de bénéfices et de revenus.

Si vous pouvez afficher au moins une croissance de plus de 10 % chaque mois, c'est un bon point de données à partager.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Modèle d'entreprise

Quel est votre modèle économique ? Comment allez-vous acquérir des clients ? Comment allez-vous gagner de l'argent ?

Parmi les diapositives dont vous avez besoin dans votre pitch deck, dans le modèle économique, vous voulez expliquer comment vous gagnez de l'argent grâce à votre structure d'exploitation. En fonction du secteur dans lequel vous opérez, vous voudrez peut-être expliquer en détail quelles sont vos marges et combien vous coûte l'acquisition de vos clients.

Finances

Quelle est la structure de vos coûts? (chiffre d'affaires, marge de contribution, coûts fixes d'exploitation, dépréciation et amortissement)

Vous gagnez ou brûlez de l'argent?

Avez-vous déjà effectué des tours de table auprès d'investisseurs?

Quelle est la marge de votre produit ou service? (prix - coûts directs variables)

Projections : normalement, une projection sur 3 ans est donnée.

Autres investisseurs

Quels autres investisseurs ont participé à des tours de financement précédents ou se sont engagés à participer ou à diriger ce tour de table? Parmi les diapositives dont vous avez besoin dans votre pitch deck, voici ce que j'appelle la diapositive de la preuve sociale. Ici, vous voulez ajouter des investisseurs existants qui pourraient servir de preuve sociale pour les nouveaux investisseurs potentiels.

Certaines des personnes qui examinent la présentation peuvent déjà connaître l'un de vos investisseurs actuels. Il est donc bon de les inclure car cela augmente finalement vos chances d'être financé. Vous seriez surpris de voir à quel point le monde est petit, surtout si vous êtes en Italie. **Tout le monde se connaît. Surtout dans le monde de l'entreprise.**

L'équipe

Votre équipe est la première chose que les investisseurs évalueront

Au lieu de mettre toute l'équipe, y compris les plus jeunes, je mettrais sur cette diapositive uniquement les personnes clés de l'entreprise. Il peut s'agir des fondateurs et d'autres personnes qui dirigent l'entreprise avec vous au sein de l'équipe de direction.

Les start-ups évoluent très vite et les jeunes ont tendance à changer d'emploi trop rapidement. Surtout les milléniaux. Ce n'est pas une bonne idée de demander à des investisseurs d'examiner votre présentation, puis, trois mois plus tard, de constater que les gens ont changé dans votre organisation. Les investisseurs pourraient interpréter que les choses ne fonctionnent pas pour l'entreprise parce que les employés partent.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Ne mettez pas non plus le cv complet de l'équipe de direction. Je leur conseillerais de mettre quelques points importants sur chaque membre. Il peut arriver que les investisseurs représentent des entreprises dans lesquelles ils ont travaillé avant la création de votre entreprise.

Conseillers

Assurez-vous d'indiquer clairement l'expertise que les conseillers apportent à la table. Grâce à cette diapositive, vous aurez une preuve sociale claire qu'ils vous fournissent les diapositives dont vous avez besoin.

Les conseillers sont également un excellent moyen de se faire présenter à d'autres investisseurs. Ils servent également de preuve sociale pour montrer aux autres que vous avez des personnes respectées et accomplies qui vous aident à faire avancer les choses. Vous communiquez essentiellement que vous n'êtes pas une personne quelconque avec une idée quelconque.

Utilisation des fonds

Que ferez-vous avec l'argent que vous recevez au cours de ce tour? Pourquoi est-ce nécessaire? Ou s'agit-il plutôt de recruter de grands acteurs pour vous faire passer au niveau supérieur? Parmi les diapositives dont vous avez besoin dans votre présentation, celle-ci montrera aux investisseurs que vous avez bien fait vos devoirs.

Avant de créer cette diapositive, élaborez les grandes lignes de votre plan sur 18 à 24 mois afin de bien comprendre combien d'argent vous devrez avoir pour exécuter la stratégie.

Quelles sont vos prochaines étapes? Comment cet argent vous aidera-t-il à les atteindre? Dans quel délai estimez-vous pouvoir les atteindre? Combien de temps cet argent vous donnera-t-il avant que vous ne vous relanciez ou ne trouviez une issue?

Couverture et informations de contact

Parmi les diapositives dont vous avez besoin dans votre pitch deck, c'est la partie où vous prenez le temps de remercier l'investisseur d'avoir examiné votre présentation.

Répétez vos coordonnées pour qu'ils puissent vous contacter s'ils sont intéressés par un financement ou au moins par un rendez-vous. Faites en sorte que vos coordonnées soient évidentes et faciles à trouver.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



Conseils pratiques:

- **Soyez bref et concis:** le temps dont vous disposez est très court et les choses que vous avez à dire nombreuses. Développez votre capacité à résumer, évitez d'utiliser des termes trop compliqués ou d'entrer dans trop de détails et faites en sorte que les gens se souviennent de vous (quel que soit le résultat de votre présentation). Si vos interlocuteurs sont des investisseurs, ils comprendront à la volée si votre idée a des chances de succès ou non.
- **Les 10 premières secondes sont très importantes,** qu'il s'agisse d'une vidéo, d'un courriel ou d'une émission en direct. Commencez votre émission par un incipit accrocheur, exprimez votre passion pour ce que vous faites et les objectifs que vous voulez atteindre, rendez votre émission virale.
- **Gérez bien votre temps:** créez des pitchs de différentes longueurs (30 secondes, 60 secondes, 120 secondes) afin d'être toujours prêt à faire face à toute situation.
- **Présentez-vous** Les gens doivent vous faire confiance lorsque vous présentez votre idée et ils doivent comprendre que vous êtes prêt à poursuivre une idée d'entreprise, mais vous aurez tout le temps à l'avenir de leur dire qui vous êtes, ce que vous faites et quels sont vos succès passés, le cas échéant. Il faut donc donner le poids nécessaire aux différentes parties qui composent votre discours.
- **Le Pitch change et évolue en même temps que votre startup;** assurez-vous que votre argumentaire évolue également avec le temps, vous ne pouvez pas vraiment parler de votre idée de la même manière que la première fois.
- **S'ils vous posent des questions, assurez-vous de répondre à chacune d'entre elles ;** soyez prêt et attentif à répondre aux nombreuses questions qu'ils posent, ce sont probablement les choses qu'ils veulent entendre. Si, par hasard, vous paniquez et n'avez pas de réponse toute prête, notez tout de suite la question afin de ne pas être pris au dépourvu la prochaine fois.
- **Entraînez-vous avec vos amis Pour préparer votre discours, écrivez-le sur une feuille de papier, répétez-le à haute voix et enregistrez-le.** Dans de nombreux cas, il peut être utile de répéter votre discours aux personnes qui vous entourent (elles vous détesteront probablement au bout d'un moment :), mais c'est le seul moyen de savoir si les gens comprendront votre message ou non.
- **Adaptez votre Pitch à votre interlocuteur** ; selon votre interlocuteur, les points sur lesquels vous devez vous concentrer et le langage que vous devez utiliser changeront bien sûr. À titre d'exercice, essayez d'en créer un pour chacune des catégories de personnes auxquelles vous pourriez parler de votre idée (clients, investisseurs, partenaires, utilisateurs). Le message est toujours le même : ne soyez jamais pris au dépourvu !
- **La structure idéale d'une présentation à un investisseur** consiste à parler d'abord du problème que vous allez résoudre avec votre idée et de la manière dont vous allez le faire. Continuez en expliquant pourquoi vous vous démarquez des autres concurrents éventuels.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



@interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Mentionnez brièvement vos expériences antérieures et celles de votre équipe et terminez par ce dont vous avez besoin pour faire décoller votre start-up.

Quelques liens utiles pour trouver d'autres idées :

[https://www.inc.com/young-entrepreneur-council/raising-money-don't-make-these-7-mistakes.html](https://www.inc.com/young-entrepreneur-council/raising-money-don-t-make-these-7-mistakes.html)

<https://www.raffaelegaito.com/presentazione-perfetta/>

<https://www.raffaelegaito.com/startup/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](https://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



ANNEXE 4 - NDA

FAC SIMILE- ACCORD DE NON-DIVULGATION ENTRE

(si personne morale) _____, n° CF et TVA _____, dont le siège social est à _____, représentée par M./Mme._____, domiciliée à cet effet à _____, code fiscal. _____ en tant que _____(directeur général/président/autre) de _____, (si personne physique) M. _____, CF _____, né à _____, sur _____, résidant à _____

E

(ci-après dénommée la partie divulgatrice) (s'il s'agit d'une personne morale) _____, n° CF et TVA _____, dont le siège social est situé à _____, représentée par M./Dr._____, domiciliée à cet effet à _____, code fiscal. _____ en sa qualité de _____(directeur général/président/autre) de _____, (s'il s'agit d'une personne physique) M. _____, CF _____, né à _____, le _____, résidant à _____ (ci-après dénommé le destinataire)

ATTENDU QUE

- la Partie divulgatrice est en possession d'informations de nature confidentielle (ci-après "Informations confidentielles" telles que définies à l'article 3 ci-dessous)
- ces Informations Confidentielles constituent un actif technique et commercial d'une valeur considérable pour la Partie qui les divulgue ;
- la partie destinataire a demandé à disposer des informations confidentielles à l'adresse _____; l'utilisation de ces informations confidentielles nécessite des formes de protection adéquates pour garantir les résultats à atteindre, leur originalité et leur éventuelle brevetabilité ;
- à cette fin, il est nécessaire de définir les obligations spécifiques de confidentialité qui incombent à la partie réceptrice.

Ceci étant dit, les parties,

CONVIENNENT DE CE QUI SUIT

Article 1 - Locaux

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



1.1 Les locaux font partie intégrante et substantielle du présent contrat.

Art. 2 - Objet

2.1. Le présent Accord régit les obligations de confidentialité auxquelles est tenue la Partie réceptrice à l'égard des Informations confidentielles, telles que définies à l'article suivant, dont elle a connaissance dans le cadre de l'exercice des activités de _____.

Art. 3 - Informations confidentielles

3.1. Par "Informations confidentielles", on entend toutes les informations acquises par la Partie réceptrice, notamment _____ (indiquer le type d'informations confidentielles - dans le cas de logiciels, on pourrait écrire "le code et le savoir-faire") appartenant à la Partie divulgateuse, qui ne sont pas dans le domaine public, à condition que ces informations soient indiquées comme confidentielles au moment de leur divulgation par la Partie divulgateuse.

3.2. Les informations confidentielles peuvent être acquises sous n'importe quelle forme (orale, écrite, graphique, démonstration, dactylographiée ou modèle d'échantillon), sans limitation.

3.3. En aucun cas, ne peuvent être considérées comme des informations confidentielles les informations qui:

(a) est dans le domaine public à la date de la conclusion du présent accord ou le devient à la suite de cette acquisition par un acte ou un comportement non interdit à la partie réceptrice.

(b) était connu et/ou peut être démontré comme ayant été connu par la partie réceptrice au moment de la transmission

c) a été transmis à la partie réceptrice et expressément désigné comme non confidentiel ;

d) ont été développés indépendamment par la partie réceptrice sans utiliser les informations confidentielles;

e) est divulguée à la partie réceptrice par une personne autre que la partie divulgateuse qui n'est pas tenue à une obligation de secret en vertu du présent accord et est autrement connue de la partie réceptrice sans qu'il y ait faute de la partie réceptrice ;

3.4. Les informations confidentielles divulguées à la partie réceptrice par les filiales, consultants, agents ou représentants de la partie divulgateuse sont également soumises aux dispositions du présent accord.

Art. 4 - Obligations de la partie réceptrice.

4.1. La partie réceptrice accepte de maintenir une confidentialité absolue en ce qui concerne les informations confidentielles acquises par la partie divulgateuse et identifiées comme confidentielles en vertu du présent accord ou de tout document qui lui succède.

4.2. En particulier, la partie réceptrice s'engage à respecter les exigences suivantes

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2


PONTECH
Ponteria & Technologia



@interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



 **Filse**
Finanziaria ligure per lo sviluppo economico

 **PETRA**
patrimonio

 **iniziativa**
INNOVATION CORSE - INNOVAZIONE CORSICA

- a) à considérer comme strictement confidentielles et, par conséquent, à ne pas divulguer et/ou en tout cas à ne pas faire connaître à des tiers les Informations Confidentielles, les tiers étant entendus comme toutes les parties autres que celles indiquées à l'article 3.4;
- b) adopter toutes les précautions et mesures de sécurité nécessaires et appropriées, conformément aux meilleures normes professionnelles, afin de préserver la confidentialité des informations confidentielles, ainsi que d'empêcher l'accès non autorisé, le vol et la manipulation de celles-ci
- c) respecter strictement la réglementation en vigueur en matière de confidentialité et de protection des données personnelles.

4.3. La Partie réceptrice n'utilisera pas, ne transférera pas, ne reproduira pas, ne copiera pas même une partie de ces Informations confidentielles sous quelque forme que ce soit, sans le consentement écrit spécifique de la Partie divulgatrice.

4.4. La partie réceptrice conserve le droit de présenter les résultats de _____ (indiquer le type de recherche/travail effectué), sous réserve des obligations de confidentialité auxquelles elle est tenue.

Article 5 - Propriété intellectuelle

5.1. Les informations confidentielles fournies par la partie divulgatrice à la partie réceptrice restent la propriété de la partie concernée et sont accordées à la partie réceptrice uniquement aux fins énoncées à l'article 2 ci-dessus.

5.2. En aucun cas, la partie réceptrice n'aura de droit ou de réclamation à l'égard des informations confidentielles. 5.3. En aucun cas, le présent accord n'offre et/ou n'accorde à la partie réceptrice un droit ou une licence ou un autre droit d'utilisation d'un brevet, d'une marque, d'un modèle ou d'un autre droit de propriété intellectuelle ou industrielle présent ou futur concernant les informations confidentielles.

5.4. Les parties partagent à parts égales les droits de propriété intellectuelle ou industrielle sur les résultats de _____ (indiquer le type de recherche/travail effectué), (toute invention, tout nouveau modèle, toute innovation de procédé ou de produit, tout savoir-faire technique et commercial), sans préjudice des droits moraux dus par la loi à la partie réceptrice en tant qu'auteur et inventeur. ou alternativement 5.4. Les parties s'engagent à régler par un accord séparé l'éventuelle propriété des droits de propriété industrielle et intellectuelle découlant de l'activité de recherche en question. 5.1.

Art. 6- Retour des documents

A l'expiration du présent Accord et/ou en cas de résiliation de celui-ci, la Partie réceptrice s'engage à restituer à la Partie divulgatrice les originaux et toutes les copies des documents, quel que soit le support créé, qui contiennent ou font référence aux Informations confidentielles visées par le présent Accord. 5.2. La Partie réceptrice s'engage également à

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



supprimer ou à détruire tout enregistrement effectué sur tout support des Informations confidentielles. 2

Art. 7 - Durée de validité

7.1. Le présent accord de confidentialité a une durée de _____ ans à compter de la date de signature.

Art. 8 - Interdiction de cession

8.1. Aucune partie ne peut céder le présent accord ou l'un de ses droits ou obligations en vertu des présentes sans le consentement écrit préalable de l'autre partie.

Art. 9 - Modification

9.1. Toute modification du présent accord doit être faite par écrit et signée par les deux parties.

Art. 10 - Droit applicable et compétence juridictionnelle

10.1 Le présent accord est régi par les lois de l'Italie.

10.2 En cas de litige entre les parties concernant l'exécution et/ou l'interprétation du présent accord, à défaut de règlement à l'amiable, la juridiction compétente est celle de Trente.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



ANNEXE 5 – Due Diligence EBAN

Due Diligence Guidelines

Introduction

La Due Diligence est une étape importante dans le processus de décision d'investissement. C'est en réalité la dernière chance de repérer qu'un investissement potentiel a des problèmes majeurs et qu'il ne faut pas continuer. Alternativement, la diligence raisonnable pourrait identifier de graves faiblesses dans l'entreprise et conduire à des conditions sur l'investissement pour y faire face.

Vérification diligente dans le processus d'investissement

Des diligences raisonnables seront effectuées sur les sociétés bénéficiaires cibles qui ont été approuvées par le comité d'investissement. Le comité d'investissement recommandera le degré de diligence raisonnable requis, sur la base de notre connaissance actuelle de la société. Cela relèvera de deux catégories

Une enquête complète sur tous les aspects du fonctionnement de l'entreprise

Mise à jour Pour les entreprises où d'autres parties de confiance (par exemple, les holdings prédecesseurs, les membres de la SBA) ont déjà effectué une diligence raisonnable ou travaillent déjà avec la société, la diligence raisonnable sera limitée aux problèmes liés au plan d'affaires pour le nouveau cycle de financement.

Le comité d'investissement nommera une personne pour diriger la diligence raisonnable (ci-après dénommée "l'enquêteur". Cette personne sera une personne différente du sponsor/introducteur, l'idée étant que la diligence raisonnable est un examen indépendant.

Le résultat de la diligence raisonnable sera un rapport au comité d'investissement avec des recommandations, ainsi que des copies de l'ensemble complet des documents de la société émettrice. Il est possible qu'une expertise complémentaire soit demandée par la personne dirigeant la due diligence ou le comité d'investissement.

Un modèle de rapport est fourni, décrivant les domaines à couvrir.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Due Diligence Objectives

The due diligence exercise is NOT intended to redo the work of the investment committee.
 Rather it is intended to

- Ensure that the information used by the Investment Committee is actually true
- Find out any additional information the Investment Committee should have been told, but were not.
- Probe into the assumptions in the business plan, to check they are valid and realistic
- Identify the principal risks to the business and if there is a plan to address them.
- Conduct a more detailed analysis of the current state of the company – e.g. maturity of technology, strength of the sales pipeline, detail of agreements etc.
- Further analyse the competitive environment and the place of the investee company within it.

In addition to these points, the aim is also to get a subjective “feel” of the company – is there a good impression when you walk in the door, do people seem to be working hard, and focussed, is it a mess etc. I

Due Diligence Conduct.

Due diligence is expected to involve ~1 day's visit to the company's principle site, questioning the Entrepreneur and other senior management s on various aspects of their business, and examining records and documentation. The time required may be more or less depending on the complexity of the business and the length of its trading history.

Prior to the visit, the Investigator must make sure they are familiar with the company, its business plan and the material provided to the Investment Committee when it made its decision.

In addition to the visit, the Investigator may also need to research the company's competitors and customers.

The Investigator must question the Entrepreneurs hard, always seeking as much hard fact and detail as possible. To give some examples:-

If technology is being patented

- what is being patented
- what stage are they at
- What evidence do they have that the patent is applicable

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2


 PONTECH
 Percezione & Tecnologia



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



 **Filse**
 Fondazione Liguria per lo sviluppo economico

 **PETRA**
 patrimonio

 **iniziativa**
 INNOVARE IN CORSE - INNOVATE IN CORSICA

- who are they using to do lodge the patent
- Can we talk to them, contact details?

If they have a “global agreement with Orange”

- What does the agreement cover
- Is it exclusive, or if not how many other companies have similar agreements?
- Can it be cancelled, and if so under what terms
- What money changes hands and when
- What activity has happened under this agreement to date?

Fees

A standard due diligence fee of €1000 will be paid to the investigator, inclusive of expenses. If the company is not local, then additional expenses may be paid, but these must be agreed with the Director General of EBAN in advance.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



EBAN

Due Diligence Template

Investee Company:

Date:

Version:

Status:

Author:

Reviewed by:

Approved by:

File name:

Due Diligence Template

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



1. Management Summary

Key findings of Due Diligence Exercise

The aim of this document is to provide a template for a due diligence report, and some ideas for questions to ask and lines of enquiry to make. The list of questions is not intended to be comprehensive, and many may be inapplicable to certain companies. Clearly with a wide range of business models, stages of development and trading history, this will never be a “checklist” exercise. The template is therefore intended as a guide as to the principal areas to cover and a starting point of questions to ask. Depending on the answers, some areas will certainly need more thorough investigation. A further aim is that we have some consistency in the due diligence exercise, to allow the investment committee to compare different investments.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



2. Corporate Structure and Ownership

Objectives: Identify if there are any issues with the ownership structure that may cause us difficulties/conflicts of interest in the future, or be prejudicial to our shareholder interest.

- What Corporate Structure is used
- Who are the shareholders
- List by shareholding
- Identify who are
 - ✓ Full time active in the company
 - ✓ Non full-time but active investors
 - ✓ Passive Shareholders
 - ✓ Corporate Shareholders

Identify shareholder objectives for all major shareholders

If Corporate shareholders exist, what is objective of shareholding

Depending on split may be necessary to speak with all principal shareholders.

Identify any possible conflicts or difficulties with different shareholder interests.

Are there any subsidiaries

If these exist, how are they managed.

Documents to be provided.

1. Articles of Association and Memorandum, together with a copy of the company's latest annual return to Company's House. Copies of all shareholder agreements still in force
2. Current share register and details of different classes and rights, if applicable
3. Copies of all shareholder agreements still in force
4. List of proposed new investors with likely amounts to be invested and any conditions applicable.
5. Details of all outstanding share options, warrants, conversion rights or other agreements that may result in further shares being issued.
6. List of any subsidiaries with percentage owned, purpose of company, name of director(s), and latest sales turnover, net profit and balance sheet.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



3. Financial

Objective: Ensure we have a true and accurate picture of the financial state of the company, and realistic projections going forward

Examine the accounts that exist. Are there any previously documented business plans with which to compare them? If not, why not?

What are the key revenue items for the business? How reliable are they going forward?

What are the key costs of the business? How are these likely to evolve over the next 3 years. How might they be reduced if circumstances required it?

What are the assets on the balance sheet? If there are any unusual items, how is the value arrived at?

Look at the debtors register. Is this company having difficulty getting paid. If so, why? Has the company filed all necessary tax returns (TVA/VAT, Profit related Tax etc).

Is the company benefiting from any government grants/loans etc and if so on what terms

Required Documents

7. Copies of the last three audited (or provisional) annual accounts.
8. Sales and estimated net profits during the current financial year to date and an estimated balance sheet at the latest available date. Details of any material changes since such balance sheet.
9. Details of any loans, overdrafts or other indebtedness currently outstanding.
10. Documentation relating to any government grant/aid or loans.
11. Projections for the current full financial year and four further years, including sales turnover, gross margin, overhead costs, EBITDA, net cash flow and year end cash balance.
12. Contact details of the company's accountants and authority for us to speak to them about the company's financial affairs.
13. Name and contact details of the company's principle bank and authority for us to contact them to obtain a standard bank reference.
14. Details of any current or anticipated legal action or tax enquiries affecting the company.
Name of legal adviser and permission to speak to them if any legal action pending
15. List of premises occupied, leased or owned by the company with rents payable and dates of lease expiry or break clauses.
16. Summary of principle insurance policies.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



4. Business Plan

Objective: To ensure that the business plan is realistic, based on reasonable assumptions and that the ideas behind it have been tested.

What are the key assumptions behind the business plan? What evidence exists to support these assumptions?

What will be the key challenges in achieving the business plan?

What are the USPs of the business. What is the evidence that they are genuinely unique? How sensitive is the business plan to changes in the price and volume of sales?

How sensitive is the business plan to sales developing more slowly than planned. What is the planned use of funds? Is there a detailed and realistic budget for this?

Are the costings complete – e.g. are there allowances for extra overheads etc as the business grows? Are there any other “holes” in the budget?

What is the competitive position of the business? How are the claims with respect to the competitive position justified.

Who are the main competitors? What are their strengths and weaknesses?

If this is a novel product or service, what evidence exists that there is a demand for it? Has any trial, market research etc been carried out?

What are the main dependencies on third parties? Do they look reasonable? What are the barriers to entry for competitors if the idea is a success?

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



5. Sales and Marketing

Objective: To be confident the company has a plan and the skills to get their product or service into the market and sell it profitably

- What is the go-to-market strategy for the business. What makes them think it will work?
- If there is a significant marketing activity (and spend) planned for this business, what evidence is there that it is well focussed?
- What is the evolution of sales in the last three years?
- Who were the top ten customers in the last three years? Have they changed? Have any major customers stopped doing business with the company. If so why?
- Have there been any significant customer disputes in the last three years, whether taken to court/tribunal or not.
- Has the company had to issue any refunds/credit notes etc for any reason? What is the sales projection for the next three years? What is this based on? What is the forward order book?
- What is the current sales pipeline? How are win % arrived at? What significant customer contracts currently exist?
- If the sales strategy involves third party channels, what arrangements are in place. What contracts/partnerships exist?
- What evidence is there that the pricing model is correct?
- Can they supply a high profile customer reference who would be happy to speak to us

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



6. Assets

Objective: to ensure the assets owned by the company have the value assumed in the business plan, and that such value will be protected.

- What technology or other important assets are owned by the business?
- Is it reliant on any technology provided by third parties to provide its product or service. If so what agreements are these covered under? Can they be cancelled?
- Is the technology patented, or in the process of being patented.
- If the business has developed a product or technology, what documentation exists concerning the product/technology e.g. product plans and roadmaps, specifications, design documentation etc. How easy is it to develop the technology further
- What is the current state of the development
- What Quality Assurance measures have been put in place to ensure the reliability of the product or service?
- How dependent is future development on key individuals?
- If funds are to develop a product, how have the development costs been estimated? What is our confidence level in these?
- Do employment contracts explicitly assign copyright to the company
- Have any of the company's products been developed outside the company i.e. by a third party organisation, or by non-employed independent contractors (even if working on the company's premises). If so what measures are in place to ensure Copyright, Intellectual Property Rights, Patent Rights vest entirely with the company?
- Are any Open Source items used in the company's products
- Details of any contractual obligations requiring payments to be made, eg royalties, license fees.
- List of all intellectual property patents owned or applied for and details of scope and protection and dates of expiry.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



7. Management and Staff

Objective: Ensure that the company has the right people and is able to recruit and keep the necessary staff to execute its plan

- Who are the key people in the management team Identify skills and background, summarise career history Identify which are shareholders
- How will key non-shareholder management be retained/ incentivised?
- Are there any significant gaps in the expertise of the management team, looking forward as the company grows?
- What recruitment is needed over the next few years? Are there any problems anticipated with finding and keeping the necessary staff?
- Have there ever been any significant disputes with staff, whether taken to formal proceedings or not?
- How many staff have left over the last 3 years? Estimate staff turnover
- Are there any profit-share or other performance related schemes in place, and what are the potential costs.
- Documents to be provided:
 - ✓ List of all employees with job title, salary, and details of any unusual contractual terms.
 - ✓ Details of any union agreements if any.
 - ✓ Copy of standard employment agreement(s) used for the different staff categories

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



8. Operations

Objective: Understand how the business is run and controlled, and whether this is “fit for purpose” both now, and under the growth planned for the next few years

- How is the company run? What responsibilities have been defined?
- Are the powers of the Managing Director formally defined?
- Are the power and authority of other Directors or senior managers defined (e.g. spending powers, authority to sign contracts etc).
- Is there a staff handbook or similar document
- What other documents exist defining company processes? What records exist of what decisions have been taken and why
- What management/board meetings take place, and on what frequency? What records exist of these?
- If the company plans to grow significantly, is there a plan to cope with all the implications of this e.g. premises, Infrastructure, new roles in the company etc.
- To what extent does the company rely on suppliers to be able to offer its product or service? What are the contractual arrangements in place? What is the supplier management approach?
- How sensitive is the business to changes in the price of supply

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



9. Legal

Objective: To understand if there are any unusual legal obligations entered into by the business that may affect our view of its value

- Has the company signed any non-competition agreements (or agreements with such clauses in them) with any other party
- Has the company signed any exclusivity agreements (i.e. to not work with competitors of any of its customers) or agreements with such clauses in them
- What NDA's are currently in force
- Has the company ever been subject to legal proceedings, or the threat of them? If so provide details
- Are there any other non-standard legal agreements the company has entered into, which may affect the value of the company?

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



10. Risks

Objective: Identify the key risks that might prevent the business achieving the planned success, and any plans to mitigate them

What are the key risks to the business in the view of the Entrepreneurs? What plans exist to mitigate these risks?

Are there any further key risks identified by the Investigator?

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



11. Other Observations

Anything else of note uncovered.

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



12. Recommendations

Further specific investigations required, (maybe by specialist in finance/technology/law etc) Further references/research required to resolve concerns.

OK to proceed subject to certain conditions (e.g business employs specific skills)

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Liste des financeurs possibles avec indication des sites

Medio Credito Centrale <https://www.mcc.it/>

Intesa San Paolo <https://www.intesasanpaolo.com/it/business/landing/info/startup-innovative.html>

Intesa San Paolo UP2Starts

<https://www.intesasanpaolo.com/it/business/landing/info/programma-up2stars-per-startup-innovative.html>

Banca Sella <https://www.sella.it/banca-on-line/aziende/innovazione/accelerazione-per-startup>

Unicredit <https://www.unicreditstartlab.eu/it/startlab.html>

Fin+Tech dédié aux fintech et insurtech <https://finplustech.eu/>

Magic Spectrum dédié à lot e 5G <https://magicspectrum.digitalmagics.com/>

Terra Next dédié à la bioéconomie <https://www.terrานextaccelerator.com/>

Zero dedicato a Clean tech <https://www.zeroacceleratorcleantech.com/>

Forward Factory dédié à Digital Manufacuring <https://forwardfactory.io/>

Faros dédié ad innovation portuale e Blue economy <https://farosaccelerator.com/>

Futured dédié a Edutech <https://www.futuredaccelerator.com/>

CyberXcelerator dédié a Cyber security e AI <https://cyberxcelerator.com>

Motor Valley Accelerator dédié a molbility <https://www.motorvalleyaccelerator.com/it/>

We Sport dédié a sport e wellness <https://www.sportesalute.eu/we-sport-up-it.html>

Italian Business Angel Network <https://www.iban.it/>

Italian Angels for Growth <https://www.italianangels.net/>

Club degli Investitori <https://www.clubdeglinvestitori.it/it/>

Angels4Impact start up a contenuto innovativo e tecnologico e focus sull'impact

<https://angels4impact.net/>

Club Digitale start up digitali <https://www.clubdigitale.it/>

iStarter <https://www.istarter.it/>

iNSQUARED <https://www.insquared.it/>

Pro.ban <https://proban.it/>

BusinessAngels.Network <https://businessangels.network/>

Business Angels Verona <http://www.baverona.it/>

Angels 4 Women, dédié aux entreprises féminines <https://angels4women.com/>

Italian Angels For Biotech, dédié aux entreprises de biotechnologie <http://www.italianab.it/>

European Innovation Council https://eic.ec.europa.eu/index_en

EIC Pathfinder Support to research teams to research or develop an emerging breakthrough technology

https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-pathfinder_en

EIC Transition Mature a novel technology and develop a business case to bring it to market

https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-transition_en

EIC Accelerator supports individual Small and Medium Enterprises https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en

EIC Business Acceleration Services (BAS) https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/business-acceleration-services_en

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



FI.L.S.E. s.p.a. <https://www.filse.it/servizi/agevolazioni.html>

Invitalia <https://www.invitalia.it/>

AIFI <https://www.aifi.it/it/home>

Ligur capital <https://www.ligurcapital.it/>

360 Capital Partner <https://www.360cap.vc/>

Ad4Ventures <http://www.ad4ventures.com/>

Archangel AdVenture <https://www.archangeladventure.it/>

AVM Gestioni SGR <https://avmgestioni.com/>

Azimut <https://www.azimut.it/it/>

Boost Heroes: <https://boostheroes.com/>

Cdp Venture Capital SGR: <https://www.cdpventurecapital.it/cdp-venture-capital/it/home.page>

Claris Ventures: Torino (privato) spécialisé in biotech <http://www.clarisventures.com>

Como Venture: <http://www.comoventure.it/>

Equiter – Fondo Ricerca e Innovazione: <http://www.equiterspa.com/>

Eureka! Venture Sgr: <https://www.eurekaventure.it/>

Fare Ventures: <http://www.lazioinnova.it/fare-venture-2/>

Finlombarda Gestioni Sgr: <https://www.finlombardasgr.it/>

Five Seasons Ventures: <https://www.fiveseasons.vc/>

Fondo Italiano d'Investimento SGR: <https://www.fondoitaliano.it/it>

Gepafin: <https://www.gepafin.it/>

Hat Orizzonte SGR: <https://www.hat.it/it/home/>

Indaco Venture Partners SGR: <https://www.indacosgr.com/>

Innogest Sgr: <http://www.innogestcapital.com/>

LVenture (privato) <http://www.lventuregroup.com/>

Meta Ventures: <https://www.meta-group.com/Investment/Pages/META%20Ventures.aspx>

Mito Technology: <https://mitotech.eu/technology-transfer/>

Oltre Venture: <https://www.oltreimpact.com/>

P101 Sgr: Milano (privato) <https://www.p101.it/>

Panakès Partners Sgr specializzato in life science con medtech e biotech <http://www.panakes.it/>

Prana Ventures: <https://www.pranaventures.it/>

Principia Sgr: <https://xyence.vc/it/>

Primo Venture con Primo Space (privato) le fonds spécialisé in space-tech <https://www.primo.vc/#III>

Quadrivio Group (Made in Italy Fund): <https://www.quadriviogroup.com/it>

Red Seed Ventures: <http://www.redseed.it/>

Sofinnova Partners: <https://sofinnovapartners.com/>

Sviluppo Imprese Centro Italia Sgr: <https://www.fondisici.it/>

Synergo Capital con Sinergia venture fund <https://www.synergo.capital/>

TechShop <https://techshop.capital/>

Tim Ventures <https://www.timventures.tim.it/>

United Ventures Sgr: <https://unitedventures.com/>

Vertis Sgr: <https://www.vertis.it/>

Consob: <https://www.consob.it/web/investor-education/crowdfunding>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2

Be Crowdly Plateforme de crowdfunding pour les projets culturels et artistique

<https://www.becrowdy.com/>

BookaBook Plateforme dédiée exclusivement aux livres <https://bookabook.it/>

Crowdforlife (ex Eticarim) Une plateforme du groupe bancaire Crédit Agricole Italia conçue comme un lieu d'interaction entre ceux qui cherchent des fonds pour réaliser leur idée et ceux qui veulent contribuer à la soutenir en la finançant.. <https://www.ca-crowdforlife.it/>

Crowdfunding Südtirol – Alto Adige <https://www.openinnovation-suedtirol.it/home/>

De Rev accueille à la fois des collectes de fonds pour des start-ups innovantes et des collectes de signatures pour divers projets et initiatives <https://drev.com/>

Eppela Les projets à financer couvrent différents domaines : de l'art au secteur non lucratif, du cinéma à l'innovation sociale, de la technologie à la musique et aux bandes dessinées.

<https://www.eppela.com/>

Forfunding Plateforme Intesa Sanpaolo

<https://www.forfunding.intesasanpaolo.com/DonationPlatform-ISP/>

Idea Ginger l'objectif est de financer des projets innovants au niveau territorial

<https://www.ideaginger.it/>

Kendoo Plateforme crowdfunding dédié principalement aux projets web, news, social media, mobile, ecommerce <https://www.kendoo.it/>

PlanBee la sphère verte ou civique <https://www.planbee.bz/it/home>

Schoolraising collecter des fonds pour les projets scolaires qui ne peuvent être mis en œuvre en raison des réductions de financement dans les instituts <https://schoolraising.it/>

Sport Supporter Plateforme de crowdfunding dédiée aux projets sportifs.

<https://www.sportsupporter.it/>

Starteed plateforme de collecte de fonds mais aussi de création par la foule : avec le soutien de la communauté, des processus d'innovation ouverte peuvent être lancés pour améliorer le développement d'idées et de projets. <https://www.starteed.com/>

Ulule Il est considéré comme l'un des plus grands reward-based crowdfunding <https://it.ulule.com/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
 #fristart2



@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Plateformes de crowdfunding EQUITY BASED en Italie

Le Registre de la Consob pour les opérateurs de portails pour la collecte de capital à risque par le biais de portails en ligne contient deux sections

- ✓ section ordinaire : dans laquelle sont inscrits les gestionnaires des portails autorisés par la Consob après la vérification positive de l'existence des conditions requises.
- ✓ section spéciale : dans laquelle sont enregistrées les banques et les entreprises d'investissement autorisées à fournir les services d'investissement correspondants et qui ont notifié à la Consob, avant le début de leurs activités, qu'elles exercent l'activité de gestion d'un portail.

Partie ordinaire

BacktoWork24: La plateforme d'equity crowdfunding fait partie de BacktoWork25, un système qui offre des solutions innovantes pour faciliter l'investissement de ressources financières et de compétences professionnelles par des managers et des investisseurs dans des petites entreprises et des start-ups. <https://www.backtowork24.com/>

Build Around <https://buildaround.eu/it/home>

Clubdealonline.com <https://www.clubdealonline.com/>

Concrete Investing <https://www.concreteinvesting.com/>

Crowdfundme <https://www.crowdfundme.it/>

Crowdinvest <https://crowdinvestitalia.it/>

Doorway <https://www.doorwayplatform.com/it>

Ecomill Sostenibilità, innovazione e aggregazione sociale <https://www.ecomill.it/>

Ecrowd Engineering <https://ecrowdengineering.com/>

Extrafounding <https://www.extrafounding.it/>

Forcrowd <https://www.forcrowd.com/>

Fundera Piattaforma dedicata esclusivamente al settore cleantech <https://www.fundera.it/>

Gamga <https://www.thebestequity.com/>

Idea Crowdfunding <https://www.ideacrowdfunding.it/>

Lifeseeder <https://www.lifeseeder.com/>

Mamacrowd <https://mamacrowd.com/it/>

Next Equity Crowdfunding Marche <https://www.mfnextequity.it/>

OpStart <https://www.opstart.it/it/home>

Starsup <https://www.starsup.it/>

StartFunding <https://startfunding.it/>

Two Hundred <https://www.twohundred.it/>

We are starting <https://www.wearestarting.it/>

Partie ordinaria

Tifosy Limited: aide les clubs sportifs à lever des fonds en ligne en les mettant en relation avec des supporters et des investisseurs du monde entier. <https://www.tifosy.com/en>

Unicasim <https://www.unicasim.it/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[@ interreg-maritime.eu/web/fri_start2](https://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



ALLA RICERCA DI INVESTITORI

1

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Sommario

ALLA RICERCA DI INVESTITORI.....	1
Prima di cercare un investitore, è bene porsi alcuni quesiti.....	3
Chi sono gli investitori?	4
Le fasi del finanziamento delle start-up e chi le finanzia	8
Presentarsi ad un investitore.....	10
Cos'è la DUE DILIGENCE.....	14
ALLEGATO 1 – Facsimile di Business Plan.....	16
ALLEGATO 2 – Facsimile cronoprogramma	31
ALLEGATO 3 – PITCH DECK	32
ALLEGATO 4 - NDA	40
ALLEGATO 5 – Due Diligence EBAN	44
Elenco possibili finanziatori con indicazione siti	59
Piattaforme di crowdfunding EQUITY BASED in Italia	62



Prima di cercare un investitore, è bene porsi alcuni quesiti

- ❖ A quale quota dell'azienda siete psicologicamente disposti a rinunciare?
- ❖ Quali sono i vantaggi e gli svantaggi portati dagli investitori alla vostra azienda nella situazione attuale?
- ❖ Quanti finanziamenti vi occorrono e per cosa?
- ❖ Sapete quali sono i principi secondo i quali gli investitori decidono di finanziare o meno un'azienda?

Dopo aver trovato le risposte alle domande di cui sopra, è facile determinare il profilo ideale:

- ✓ Che tipo di investitore volete per la vostra azienda?
- ✓ Quali conoscenze e reti sono necessarie?
- ✓ Quanto tempo l'investitore dovrà dedicare alla vostra azienda?
- ✓ Domanda, valutazione e pitching

.... solo dopo aver valutato quanto sopra, potete prendere il primo contatto con gli investitori.



Chi sono gli investitori?

1) BANCHE

Rappresentano la fonte principale di fondi per le nuove imprese.

La loro disponibilità al finanziamento del progetto avviene in base all'analisi della validità dell'idea imprenditoriale, al business plan presentato e soprattutto dalle possibili garanzie di cui il richiedente può disporre.

Gli istituti di credito cercano infatti di ridurre al minimo il rischio imprenditoriale nei confronti delle startup.

A tal fine viene utilizzato un metodo di valutazione del rating, ciò significa che il prezzo del credito bancario diventa direttamente proporzionale al rischio di insolvenza. La banca attribuisce un merito creditizio al richiedente che va da AAA (sicurezza elevata) fino a C (rischio molto elevato).

2) BUSINESS ANGEL

Il Business Angel si può definire come un soggetto privato (finanziatore, investitore, ex manager), con elevate competenze gestionali e disponibilità di capitali, che decide di partecipare alla realizzazione di un progetto d'impresa ritenuto interessante e profittevole per i propri capitali.

Le caratteristiche principali di un business angel sono:

- Un passato manageriale o imprenditoriale;
- tendenza ad investire meno del 20% del proprio patrimonio;
- la volontà di mantenere un investimento per un massimo di 5 anni;
- un investimento medio che si aggira intorno ai 200.000 euro;
- La tendenza a puntare sul mercato locale per avere un ruolo attivo e per monitorare l'investimento.

Business angel sono Soci sostenitori, oltre al capitale, dedicano il loro tempo allo sviluppo del business.

Nel 2020 gli investimenti dei Business Angel in Italia si sono attestati intorno ai 51 milioni di euro (fonte Network Digital 360).

Esempio di processo di angel investment

1. Deal sourcing

Il deal sourcing può essere proattivo o reattivo. La maggior parte del deal sourcing arriva attraverso i membri, attraverso le loro reti e le interazioni con altri attori dell'ecosistema.

2. Deal screening



Le domande sono normalmente centralizzate e gestite con un pacchetto software. Lo screening iniziale può essere informale (condotto da alcuni membri) o formale (condotto da un manager del gruppo o della rete).

3. Feedback iniziale/coaching

Le aziende che superano lo screening iniziale vengono contattate e possono ricevere un coaching sulle aspettative degli investitori e su come presentare meglio l'azienda.

4. Presentazioni aziendali

Le aziende selezionate possono essere invitate a presentare ai membri in un evento, normalmente tenuto ogni 4-6 settimane. Di solito 2-4 aziende presentano. Gli investitori discutono poi gli aspetti dell'azienda e del potenziale affare in una sessione "chiusa".

5. Due diligence

La due diligence è normalmente fatta su una base formale e include: un'analisi competitiva, la convalida del prodotto e della proprietà intellettuale, una valutazione della struttura dell'azienda, delle finanze e dei contratti, una revisione delle questioni di conformità e controlli di riferimento sul team.

6. Termini di investimento e negoziazioni

Se i membri sono interessati, i term sheet devono essere preparati e la valutazione dell'azienda negoziata. Sempre più spesso, i gruppi e le reti di angeli utilizzano modelli di term sheet standardizzati. L'azienda può presentarsi ai membri un'ultima volta

6. Investimento

I membri interessati possono poi investire come individui o formare un gruppo per investire nell'azienda. I documenti finali sono redatti e un avvocato è solitamente coinvolto nel processo. C'è una firma formale dei documenti e il finanziamento concordato viene raccolto

8. Supporto post-investimento

Dopo l'investimento, gli investitori spesso monitorano, fanno da mentore e assistono le aziende con esperienza e connessioni. Inoltre, gli investitori spesso lavorano a stretto contatto con l'azienda per facilitare un'uscita tempestiva.

3) VENTURE CAPITAL

Il venture capital è una forma di investimento di medio-lungo termine in imprese non quotate ad alto potenziale di sviluppo e crescita (high grow companies) che si trovano nella fase di start up, effettuata prevalentemente da investitori istituzionali con l'obiettivo di ottenere un consistente guadagno in conto capitale dalla vendita della partecipazione acquisita o dalla quotazione in borsa (definizione della Borsa Italiana).

A differenza di un Business Angel, che investe capitali personali, un fondo di Venture Capital ha a sua volta degli investitori (denominati Limited Partners o LP's) che solitamente sono soggetti professionali (Fondi Pensione, Fondazioni, Banche, etc) ai quali deve garantire rendimenti con moltiplicatori elevati, dovuti al rischio rilevante che gli stessi si assumono.

I venture capitalist di solito applicano i seguenti criteri per decidere se investire o meno in un'impresa:

- Il team di gestione è esperto, competente e pronto ad attuare la pianificazione e a correre rischi personali?
- Il mercato è attraente e in grado di espandersi?
- Il prodotto fornisce una piattaforma per un ulteriore sviluppo?
- C'è un vantaggio competitivo sostanzioso, capace di ulteriore sviluppo?
- La strategia e la pianificazione operativa sono convincenti?
- A che punto è l'implementazione e quali sono i primi risultati (ad esempio, brevetti o clienti)?
- Il ritorno previsto è realistico e una exit successiva è possibile?

4) FINAZIAMENTI PUBBLICI AGEVOLATI

Rappresentano fonti di finanziamento alternative dato che permettono di recuperare parte delle risorse finanziarie per avviare la neoimpresa.

Chi intende ricorrere alle agevolazioni può farlo solamente dopo aver messo a disposizione una parte del capitale che viene richiesto dal bando stesso. Non esiste di fatto alcuna legge che preveda la copertura integrale delle spese di avviamento di una nuova impresa.

Dunque è necessario anticipare le spese iniziali e non c'è inoltre certezza sui tempi di erogazione, di solito intorno ai 3 mesi.

Le forme finanziarie a disposizione di uno startupper sono molteplici e con modalità di accesso variegate, per questo motivo sarà molto importante individuare quelle più idonee per la propria idea imprenditoriale.

Tra le modalità di accesso più importanti si possono riportare:

- dimensione dell'impresa;
- ubicazione dell'impresa;
- settore di attività;
- compagine sociale;
- business plan;
- misura di agevolazione;
- spese ammissibili



5) CROWDFUNDING

Rappresenta una forma di finanziamento che si basa sull'ottenimento di piccole somme di denaro da un ampio gruppo di individui al fine di realizzare un progetto o un'idea imprenditoriale.

La differenza cruciale tra crowdfunding e finanziamento tradizionale è che la raccolta fondi classica si basa sulla richiesta di una grande somma di denaro a un'unica fonte, mentre il crowdfunding consiste nella richiesta di piccole somme da molti soggetti.

I "finanziatori" del progetto possono ricevere degli incentivi molto interessanti in cambio del loro sostegno come ad esempio:

- Adottare per primi un prodotto innovativo (early adopter);
- la possibilità di preordinare un prodotto;
- possibilità di avere uno sconto anticipato o un prodotto omaggio al momento del lancio;
- quote societarie nella fase iniziale o avanzata di un'azienda con un alto potenziale (equity crowdfunding).

Le richieste di finanziamento con la modalità del crowdfunding si basano su piattaforme specializzate. Ogni piattaforma di crowdfunding ha le sue specificità, con tariffe e bacini di utenza diversi. Tuttavia le modalità operative che una startup deve seguire sono le stesse per tutte: si invia il progetto alla piattaforma con un obiettivo di raccolta fondi e una scadenza, e dopo screening e colloqui positivi con i responsabili della piattaforma, parte la campagna di supporto online.

Le piattaforme di crowdfunding sono soluzioni di finanziamento interessanti per le startup essenzialmente per due motivi: la possibilità di definire e raggiungere il proprio obiettivo di finanziamento in un arco temporale ben definito (di solito di c.a 60-90 giorni), ma soprattutto la possibilità di trasformare l'effetto a catena di un pubblico di piccoli investitori che si trasformano in supporter e ambassador del Brand, diffondendo un messaggio di fiducia e interesse che aumenta il valore della società.



Le fasi del finanziamento delle start-up e chi le finanzia

- **Pre-Seed**

i fondatori stanno sviluppando l'idea innovativa, non esiste ancora un prototipo. Rischio elevatissimo. I finanziatori di questa fase sono solitamente i familiari/amici/fools.

- **Seed**

esiste l'impresa. Il prodotto è stato prototipato e siamo all'inizio dell'attività produttiva, il mercato però è ancora un'ipotesi sul business plan, non si conosce ancora la validità commerciale del prodotto/servizio. Fase in cui il rischio d'impresa è ancora molto elevato. I finanziamenti ad una start-up in questa fase derivano da **incubatori, business angels e/o iniziative pubbliche di finanziamenti agevolati**.

- **Start-up**

l'attività produttiva esiste ma è ancora da verificare la ricettività del mercato. Occorre introdurre management commerciale e di marketing e lanciare il prodotto/servizio. I **fondi di Venture capital** sono gli investitori ideali per questa fase di vita di una start-up.

- **Second-round/espansione**

il prodotto c'è ed il mercato esiste. Occorre fare un salto dimensionale sia attraverso nuovi investimenti in canali di marketing, sia attraverso una crescita per linee esterne (acquisizioni) senza dimenticare che la giovane impresa è da ri-organizzare in base alle cresciute dimensioni. Sono ancora i **Venture capital** insieme ai **fondi di Private-equity** i soggetti che finanziano la fase di second-round, per portare la start-up verso la quotazione in Borsa dove il progetto di espansione potrà trovare gli investitori più adatti. Sono queste la fasi in cui le banche finanziano le start-up tramite finanziamenti a sostegno del circolante.

Possibili tipologie di finanziamento:

Funding Round	Pre-seed	Seed	Series A	Series B	Series C, D, E, etc.
Stage	Formation, business plan development	Founding to launch	Post launch	Growth	Growth and expansion to harvest event
Median Deal Size (2017)	<\$1 million	\$1 million	\$6 million	\$14.5 million	Series C: \$25 million Series D: \$40 million
Common Investors	<ul style="list-style-type: none"> • Founders • Family & friends • Angels • Accelerators • IIA 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Angels • IIA 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Strategic investors 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Strategic investors 	<ul style="list-style-type: none"> • VCs • Strategic investors • Private equity firms



Presentarsi ad un investitore

Per presentarvi ad un investitore è necessario avere:

- Un buon Business Plan. Un business plan preciso e puntuale è sempre un buon biglietto da visita. (Vedi Allegato 1)
- un cronoprogramma delle attività ben definito. Il business plan risulta inutile se non è seguito da una road map precisa di esecuzione del progetto. (Vedi Allegato 2)
- Un team disciplinato. Qualsiasi investitore valuterà il team sulla base della compattezza, motivazione e interdisciplinarietà.
- Un Pitch deck (Vedi Allegato 3)
- NDA – Accordo di non divulgazione (Vedi Allegato 4)

Se avete un prototipo mostratelo!

Se avete già testato il vostro prodotto comunicatelo!

Dovete convincere le persone interessate che la vostra startup è un “investimento vincente” anche se rischioso e che è in grado di garantire, grazie alle vostre qualità personali e professionali, la realizzazione concreta del progetto di business.

Per questo è importante che poniate l’attenzione ad alcuni aspetti (ovviamente sono soltanto alcuni e non tutti) che possono contribuire ad aumentare l’efficacia della nostra proposta.

Massima chiarezza

Mentire a un probabile investitore è uno degli errori più gravi che si possono commettere: e questo vale per ogni tipologia di menzogna, sia che si tratti di dati non veritieri oppure di affermazioni (per esempio sul livello di attuazione del progetto) che non corrispondono alla realtà o sulle competenze ed affidabilità dei soci. Un finanziatore non è un benefattore: prima di investire in una startup è molto probabile che effettui tutta una serie di verifiche, soprattutto sui dati che sono stati forniti da chi richiede il finanziamento. Ciò significa che è molto probabile che ogni tentativo di inganno corra un alto rischio di essere svelato ed è ovvio che diventerà molto difficile, se non impossibile, per un investitore fidarsi di uno startupper che ha tentato di ingannarlo.

Bisogna essere onesti e leali nel rapporto con i finanziatori: mostrare il proprio progetto con i suoi punti di forza e di eventuale debolezza, permettere agli investitori di effettuare una valutazione completa dei rischi e dei benefici derivanti dall’investimento per apparire imprenditori professionali e affidabili.



Mostrarsi sicuri ma non arroganti

Un altro grave errore, che rischia di danneggiare in partenza il rapporto con gli eventuali finanziatori, è rappresentato dall'atteggiamento con il quale ci poniamo verso di loro: è giusto mostrarsi sicuri, ma se sconfiniamo nella arroganza e nella presunzione, rischiamo di suscitare un'immediata antipatia, non solo personale, ma anche professionale.

Gli americani chiamano gli startupper che si pongono in questo modo “nerdy founder”, che sta a indicare un atteggiamento strafottente e poco rispettoso, tipico di chi è convinto di avere in mano il successo imprenditoriale del secolo e che sta facendo un vero e proprio favore offrendo a determinati soggetti la possibilità di investire i propri soldi in questa impresa sicuramente vincente.

È invece necessario mostrare rispetto verso i finanziatori, visto che intendono “rischiare” il loro capitale puntando sulla startup, non pretendendo che decidano un eventuale finanziamento già dopo il primo incontro.

Bisogna mostrare sicurezza ed essere in grado di ascoltare e rispondere in modo chiaro ed esaustivo a tutte le domande che i finanziatori possono porre: è molto importante riuscire a fare capire che l'intenzione è quella di lavorare insieme a loro, per spingerli a investire nella vostra startup. Non bisogna però eccedere in senso opposto, ovvero mostrarsi bisognosi del denaro degli investitori al punto di prolungare gli incontri oltre il terzo (o al massimo quarto) e rispondendo a quesiti che risultano chiaramente “quali obiezioni insincere” ovvero avanzate per evitare di dire no.

Avere un accordo di riservatezza

Dopo aver superato la fase dell'elevator pitch, in cui non vengono forniti particolari dettagli tecnici rispetto al progetto della startup, in ogni successiva fase, in particolare quando si comincia a esaminare un business plan, è necessario (quando è necessario ma nella maggior parte dei casi non lo è) far firmare ai potenziali investitori un accordo di riservatezza: in questo modo si raggiungono due diversi ed importanti obiettivi.

In primo luogo tutelare il progetto di business da soggetti che abbiano intenzioni fraudolente e che potrebbero approfittare dei dati contenuti in un business plan per copiare e mettere in atto autonomamente l'idea di business: il fatto di aver previsto un accordo di riservatezza offre uno strumento per tutelare i diritti dell'idea progettuale.

Secondariamente, il prevedere questo tipo di accordo dà un'immagine professionale: gli investitori saranno portati a considerare che dimostriamo di credere nell' idea e di fare tutto quello che è necessario per proteggerla.

Spiegare i numeri

Quella che viene richiesta ai finanziatori è una determinata somma di denaro, necessaria per realizzare un progetto imprenditoriale, sia che si tratti della creazione di una startup che dell'ampliamento di un'attività già esistente.

E quello che maggiormente interessa i finanziatori sono proprio i numeri: sia della somma richiesta, che dei documenti presentati per dimostrare la validità dell'investimento.

Il più grave errore che si può commettere in questo ambito è quello di inserire nel business plan dei numeri che non si è in grado di giustificare: questo vale ovviamente per i documenti contabili e le proiezioni di crescita, che devono basarsi su studi di mercato e previsioni veritieri e realistiche, ma anche per le i finanziamenti richiesti. Infatti si potrebbe essere tentati di chiedere una somma maggiore rispetto a quello che è realmente necessario pensando di "impressionare" i possibili finanziatori, mentre invece l'unico risultato che possiamo ottenere è quello di allontanarli dal nostro progetto. Bisogna chiedere solo quello di cui abbiamo effettivamente bisogno, non un centesimo di più.

Come e quando verrà investito il denaro

Non basta che i numeri siano corretti: un altro grave errore che non dobbiamo rischiare di commettere nel rapporto con i finanziatori è quello di non avere perfettamente chiaro quello che sarà l'utilizzo e la destinazione dei fondi che vengono richiesti.

Presentare una richiesta di finanziamento che non sia giustificata, ossia che non spieghi come i soldi richiesti verranno utilizzati nell'ambito della startup e quale sarà il ruolo effettivo dei finanziamenti nel processo di crescita e di sviluppo dell'impresa equivale a richiedere un prestito "al buio": vogliamo convincere i finanziatori che la nostra startup si merita una determinata somma, anche se non sappiamo ancora che uso ne faremo.

Questo tipo di indecisione e imprecisione denota una mancanza di professionalità e probabilmente spaventerà eventuali finanziatori, che non si fideranno di prestare dei soldi al buio, senza sapere in modo preciso quale sarà la loro destinazione.

L'importanza del team

La composizione e la qualità di un team sono un altro dei fattori che maggiormente interessano un eventuale finanziatore di una startup: per quanto una buona idea di business è il core di ogni startup, senza un team che sia in grado di realizzare concretamente il progetto non si va da nessuna parte, restando fermi a livello teorico.



Quindi per quanto la composizione ottimale di un team (agli occhi di qualsivoglia finanziatore, anche pubblico) deve prevedere la presenza tra i founder di una o più figure con competenze tecniche-produttive (coerenti con lo sviluppo del progetto); di una o più figure con competenze di marketing, commerciali e social; di una o più figure con competenze finanziarie. È sempre opportuno mettere in risalto le competenze attuali e gli eventuali gap, con un programma di completamento che può prevedere l'apertura a nuovi soci “apportatori di competenze” o l'inserimento di collaboratori interni con competenze specifiche (evidenziandone costo e modalità di retribuzione) o, almeno inizialmente, il supporto da parte di persone o società in grado di colmare il gap (anche in questo caso evidenziandone costo e modalità di retribuzione). Quello che cercano i finanziatori è un quadro dove siano presenti tutte le professionalità necessarie alla realizzazione del progetto, che abbia la giusta dose di esperienza e che sia ben amalgamato e in grado di lavorare in modo produttivo e, soprattutto, è necessaria massima chiarezza sin da subito.

Se ci presentiamo agli investitori con un team in cui mancano diverse professionalità, oppure completamente privo di soggetti con una buona esperienza nel campo, rischiamo di non riuscire a dare un'immagine sufficientemente professionale.

E se i finanziatori non si fidano, non basteranno tutto il nostro entusiasmo e la nostra passione per convincerli.

Tecnologia utilizzata

Indicare quanto la vostra tecnologia è difendibile e differenziabile rispetto a quella dei competitor approfondendo:

- analisi del prodotto focalizzandosi sulla presenza di brevetti/IP
- validazione di target di mercato
- fattore distintivo rispetto ai competitor
- scalabilità del business
- vantaggio competitivo
- definizione dei clienti target
- strategia di go to market

**Bravo hai convinto l'investitore che il tuo progetto è valido
e merita di essere approfondito!**



A questo punto devi affrontare la DUE DILIGENCE.

Cos'è la DUE DILIGENCE

La due diligence (letteralmente diligenza dovuta) è un'attività di indagine che si svolge sempre in qualunque tipo di trattativa, ricorre tipicamente in occasione di acquisizioni/cessioni societarie o aziendali, e, in ambito startup, assume caratteristiche particolari e diverse in base al tipo di investimento (seed piuttosto che round series A o B). Soprattutto in fase di seed o early stage round, quando non ci sono in realtà grandi dati aziendali da verificare, la due diligence mette sotto osservazione aspetti della startup che riguardano maggiormente il team, l'innovatività, il mercato, la scalabilità, gli aspetti tecnici.

Quali sono gli aspetti di una startup che l'investitore controlla maggiormente?

1. Il Team

Non è un segreto che i più grandi investitori del mondo tendano ad investire con più frequenza, o cifre più corpose, su team di persone con esperienza nel mondo startup.

Il team della startup dev'essere inizialmente composto da almeno due persone, solitamente un CEO e un CTO, rispettivamente esperti lato business e lato tecnologico.

I founder della startup devono dimostrare che non esiste altro al di fuori della loro startup, no startupper part time!

2. Il Prodotto / Servizio

Il prodotto o servizio ha potenziale di scalare a livello globale e di essere adottato anche in altri mercati e geografie? È facilmente replicabile? È davvero innovativo, o le barriere all'ingresso non esistono? E' brevettato o brevettabile?

3. Traction

Le metriche di crescita che la startup ha sviluppato. Il tasso di crescita mese su mese (*monthly growth rate*) è certamente un indicatore attendibile. Questo dato si può riferire a varie metriche tra cui il numero di clienti acquisiti, il costo di acquisizione del cliente, il tasso di conversione cliente, la percentuale di redemption, le revenue generate, la pipeline di clienti, etc

4. Il Mercato

Quando parliamo di società in forte crescita, dobbiamo ricordare che per essere appetibili e che esistano le potenzialità di exit, il mercato dev'essere abbastanza grande da generare un ritorno sull'investimento.

5. Exit strategy

Molto importante capire se i founders hanno le idee chiare ed esistono i presupposti per una potenziale exit.

L'exit è a tutti gli effetti l'unico modo con cui è possibile remunerare il proprio investimento in startup ed aziende ad alto potenziale di crescita. Non pensiamo ai dividendi quando approcciamo

14

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



 **PONTECH**
Innovate & Develop

 **Filse**
Risorsa Igienica per la salute professionale

 **PETRA** petravision

 **inizià**
BIMBO DI CONSO - INIZIÀ INNOVATION

investimenti di questo tipo, perchè è ragionevole pensare che queste aziende reinvestano la maggior parte dei loro ricavi nello sviluppo ed espansione della società, a maggior ragione se gli investitori che partecipano (o parteciperanno) in queste società sono investitori istituzionali (che per regolamento e statuto dei fondi, hanno un periodo di holding seguito dal disinvestimento).

+1 Diversificazione Gli investitori vogliono diversificare i propri investimenti

Anche tu impresa puoi fare la due diligence del tuo investitore.

Ma cosa significa fare una due diligence dell'investitore?

Significa studiare nel dettaglio l'attività, il raggio d'azione ed il network dell'investitore, stilando un vero e proprio due diligence report in cui verificare il portfolio, i fallimenti e le exit degli investimenti precedenti ed il settore principale in cui investe la startup.

N.B.: ricordarsi sempre di intervistare e chiedere pareri alle startup che hanno già ricevuto denaro da quell'investitore.

Il modo migliore di raccogliere informazioni utili sulle persone con cui ti stai mettendo in società è parlare con chi l'ha già fatto prima di te.

Occorre capire quali sono le loro esperienze e competenze, per capire cosa possono offrire alla startup oltre al capitale. Tra le cose utili da capire, verificare se sono esperti e ben conosciuti nel vostro settore di riferimento, se possono apportare valore strategico e farvi aprire porte interessanti, cosa davvero vi piace di loro.

Questi aspetti vanno tenuti in attenta considerazione, perché una volta ottenuto il finanziamento si sarà legati all'investitore per un lungo periodo di tempo: ecco perché occorre trovare investitori in grado di apportare valore e di offrire un vero supporto negli inevitabili momenti di difficoltà. E' sempre preferibile accettare una cifra più bassa o un accordo economicamente meno vantaggioso, ma assicurarsi di aver costruito una relazione con il partner giusto.

Vedi ALLEGATO 5



ALLEGATO 1 – Facsimile di Business Plan

NOME AZIENDA:

SETTORE DI RIFERIMENTO:

16

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



[www.interreg-maritime.eu/web/fri_start2](http://interreg-maritime.eu/web/fri_start2)

@Fristart2



Compilare integralmente il piano d'impresa secondo il presente schema. Nello specifico occorre descrivere analiticamente il progetto imprenditoriale in modo chiaro, basandosi su analisi precise e dati concreti, attendibili e verificabili. E' importante chiarire le caratteristiche fondamentali del business e rendere consequenziale ogni aspetto progettuale.

A.1 Caratteristiche dell'attività' (max 20 righe)

Descrivere l'attività ed il modello di business dell'azienda

A.2 Caratteristiche dei prodotti/servizi principali (breve descrizione, max 40 righe)

Indicare gli ambiti di attività

A.3 Mercato e la sua potenzialità: (max 90 righe)

Per ognuna delle tipologie di clienti (mercati) individuati descrivere gli aspetti più importanti, specificando:

- ✓ la dimensione del mercato potenziale (domanda attuale e clientela potenziale)
- ✓ la dimensione territoriale
- ✓ le prospettive del mercato e la sua evoluzione in corso ed attesa
- ✓ la tipologia di attività a monte ed a valle
- ✓ i fattori chiave di competizione sul mercato
- ✓ i clienti già acquisiti dall'impresa o interessati ad acquisirli

A.4 Tipologie di clientela – l'azienda opera con clienti attivi nei seguenti comparti.

Indicare tipo di comparto (es. software e componentistica) e se i clienti sono enti pubblici o società private

COMPARTO	P.A.	Privati
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



A.5 Estensione del mercato di riferimento (specificare la percentuale)

MERCATO SERVITO	Attuale %	Potenziale %
Mercato locale (comune/provincia di residenza)		
Mercato regionale		
Mercato nazionale		
Mercato internazionale		

A.6 Matrice prodotti / mercato

indicare per ciascuna linea di produzione derivabile dal progetto, la tipologia di clientela interessata (inserire la tipologia di cliente e segnare con una X)

Prodotti \ Mercati:	Tipologia Cliente 1:	Tipologia Cliente 2:	Tipologia Cliente 3:	Tipologia Cliente 4:	Tipologia Cliente 5:
Prodotto 1:					
Prodotto 2:					
Prodotto 3 :					
....					

A.7 Concorrenza (max 50 righe)

descrivere la concorrenza presente sul mercato di riferimento, specificando:

- ✓ l'indicazione e la descrizione delle imprese principali concorrenti
- ✓ le caratteristiche di differenziazione rispetto alla propria offerta

A.8 Vantaggio competitivo: grado di differenziazione / innovazione dei prodotti/servizi (max 20 righe)

descrivere il vantaggio competitivo su cui si intende basare il business, descrivendo gli elementi di differenziazione e innovazione rispetto all'attuale offerta presente sul mercato



A. 9 Piano commerciale (max 20 righe)

descrivere la politica commerciale intrapresa o da realizzare per sviluppare il mercato attuale/potenziale

A.10 Certificazioni e Brevetti:

- Certificazione Sistema Gestione Qualità: SI NO

Campo d'applicazione:

- Certificazione Ambientale: SI NO

Campo d'applicazione:

- Certificazione di Prodotto SI NO

Se la risposta è SI, per quali prodotti/lavorazioni?

1:

2:

- Marchi e Brevetti registrati SI NO

N° di riferimento, proprietà e breve descrizione:

B.I Compagine sociale

Cognome e Nome	% Quote di Partecipazione	Funzioni nella società	Ruolo Operativo	Competenze specialistiche
1.				
2.				
3.				



B.2 Numero addetti, inclusi i collaboratori esterni stabilmente operativi nell'azienda

Soci operativi (che lavorano stabilmente nella società)

Dipendenti

Collaboratori esterni

B. 3 Piano organizzativo (max 40 righe)

descrivere il modello organizzativo indicando il piano delle risorse aziendali ed i rispettivi ruoli aziendali
 descrivere l'eventuale ampliamento organizzativo rispetto allo sviluppo previsto d'impresa

(indicare la partecipazione a forme di partnership di tipo stabile o attivate per specifici progetti)

C. I Partnership tecniche, commerciali, finanziarie (banche - business angel – venture capital)

Azienda/Ente partner	Forma di partnership ¹	Descrizione attività/finalità	Status ²
1.			
2.			
3.			

1 = Indicare se: Rete, Consorzio, Accordo quadro, Joint Venture, Accordo commerciale, Partnership finanziaria, Partnership industriale, Partnership di ricerca, Accordo di progetto (sono ammesse più di una indicazione)

2 = "Attivata dal (mm, aaaa)" oppure "Da attivare (con indicazione dello stato dei colloqui)"



D.1 Dotazione tecnologica e non tecnologica

(indicare impianti, attrezzature, hardware e i software di cui dispone l'azienda)

Denominazione	P/NP ¹	Descrizione	Utilizzo attuale e/o applicazione specifica

I = Proprietaria / Non proprietaria

D.2 Dettaglio di investimenti

(indicare gli investimenti)

Tipologia e finalità dell'investimento	Valore (€)	Realizzati	Previsti
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>



D.3 Altre attività di ricerca & sviluppo (max 20 righe)

(descrivere sinteticamente i progetti innovativi, mettendo in evidenza eventuali partnership ed il campo di applicazione)



E.1 Fatturato potenziale

indicare per ciascun prodotto\servizio il fatturato potenziale dei primi 2 anni e dell'anno di regime

	Prodotto 1			Prodotto 2			Prodotto 3			Prodotto 4		
Anni	1°	2°	Regime									
Quantità vendibile												
Prezzo Unitario												
Ricavo												

E.2 Costi di gestione

indicare i costi da sostenere per la messa in produzione e vendita

TIPOLOGIA	1°anno di mercato	2°anno di mercato	3°anno di mercato	4°anno di mercato



E.3 Piano degli investimenti

PIANO DEGLI INVESTIMENTI			
	1° eser	2° eser	3° eser
IMMOBILIZZAZIONI MATERIALI			
1. Terreni e fabbricati			
2. Impianti e macchinari			
a) Impianti			
b) Macchinari			
3. Attrezzature industriali e/o commerciali			
4. Altri beni			
a) Automezzi			
b) Mobili e arredi			
c) Macchine d'ufficio			



	1° eser	2° eser	3° eser
IMMOBILIZZAZIONI IMMATERIALI			
1. Costi di impianto			
2. Costi di ricerca, sviluppo e pubblicità			
3. Brevetti			
4. Concessioni, licenze, marchi e diritti simili			
5. Avviamento			
6. Altre (costi software ecc.)			
IMMOBILIZZAZIONI FINANZIARIE			
1. Partecipazioni finanziarie			
2. Altre			
TOTALE INVESTIMENTI			



E.4 Piano economico-finanziario

CONTO ECONOMICO PREVISIONALE			
	1° eser	2° eser	3° eser
A) VALORE DELLA PRODUZIONE			
1) Ricavi vendite e prestazioni			
2) Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti			
3) Variazione dei lavori in corso su ordinazione			
4) Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni			
5) Altri ricavi e proventi			
TOTALE A) VALORE DELLA PRODUZIONE			
B) COSTI DELLA PRODUZIONE			
6) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci			
7) Per servizi			
8) Per godimento beni di terzi			
9) Per il personale			
a) salari e stipendi			
b) oneri sociali			
c) trattamento fine rapporto			
d) altri costi			
10) Ammortamenti e svalutazioni			
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali			
b) ammortamento delle immobilizzazioni materiali			
c) altre svalutazione delle immobilizzazioni			
d) svalutazione dei crediti			
11) Variazioni delle rimanenze di materie prime, sussidiarie e di consumo			
12) Accantonamenti per rischi			
12) Altri accantonamenti			
14) Oneri diversi di gestione			
TOTALE B) COSTI DELLA PRODUZIONE			
DIFFERENZA VALORE COSTI DELLA PRODUZIONE A-B			
C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI			
15) Proventi da partecipazioni			
16) Altri proventi finanziari			
17) Interessi e altri oneri finanziari			
TOTALE C) PROVENTI E ONERI FINANZIARI			



D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE			
18) Rivalutazioni			
19) Svalutazioni			
TOTALE D) RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE			
E) PROVENTI E ONERI STRAORDINARI			
20) Proventi straordinari			
21) Oneri straordinari			
TOTALE E) PARTITE STRAORDINARIE			
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE			
IMPOSTE SUL REDDITO ESERCIZIO			
UTILE (PERDITA) D'ESERCIZIO			

PIANO FINANZIARIO			
	1° es.	2° es.	3° es.
IMPIEGHI			
Investimenti			
Scorte			
Crediti			
Liquidità			
Iva su investimenti			
Prelievi titolare /Rimborso capitale di rischio			
Altro			
TOTALE IMPIEGHI			
FONTI	1° es.	2° es.	3° es.
Capitale proprio o sociale			
Prestiti da soci			
Debiti verso fornitori			
Indebitamento bancario a breve			
Indebitamento bancario a medio/lungo termine			
Cash flow			
Altro			
TOTALE FONTI			



E.5 Apporto dei soci

Voce	ATTUALE O FUTURA (€)	PREVISTO A BREVE (€)	Fonte dati (bilancio anno, budget anno)*
CAPITALE SOCIALE			
CAPITALIZZAZIONE UTILI (Riserve)			
PRESTITO DEI SOCI			

E.6 Apporto di terzi

Voce	Natura e finalità ¹	ATTUALE o FUTURA (€)	PREVISTO A BREVE* (€)	Fonte dati (bilancio anno, budget anno)
FINANZA AGEVOLATA				
BANCHE A BREVE				
BANCHE A MEDIO/LUNGO				
LEASING				
FORNITORI BENI INVESTIMENTO				
DILAZIONE MEDIA FORNITORI DI MAT. PRIME E CONSUMO (IN GG)				
ALTRO (SPECIFICARE)				

1= descrivere eventualmente se il finanziamento è legato a specifici investimenti e/o progetti, nonché la durata in anni.



EXECUTIVE SUMMARY

Descrizione dei principali obiettivi da raggiungere per l'implementazione e/o sviluppo del progetto imprenditoriale e delle correlazioni fra di essi (ripetere la sottostante tabella per ogni singolo obiettivo)

Descrizione obiettivo	
Inizio (mm/aaaa)	
Fine (mm/aaa)	
Responsabile	
Output/risultato atteso	

Sinteticamente, riprendi gli elementi già descritti nel business plan mettendo in evidenza i punti di forza e le innovazione che vengono introdotte

Sinteticamente, riprendi gli elementi già descritti nel business plan che evidenziano la capacità di sviluppo e l'eventuale creazione di attività a “valle” e/o il completamento di filiere produttive locali

Sinteticamente, riprendi gli elementi già descritti nel business plan che evidenziano le prospettive di mercato e del settore cui l'iniziativa si riferisce

Sinteticamente, riprendi gli elementi già descritti nel business plan che evidenziano le caratteristiche, potenzialità, credibilità, esperienza, affidabilità e competenze del team imprenditoriale

Sinteticamente, riprendi gli elementi già descritti nel business plan che evidenziano la capacità del progetto d'impresa di creare occupazione, anche indotta

Sinteticamente, riprendi gli elementi già descritti nel business plan che evidenziano la cantierabilità del progetto



Sinteticamente, ripredi gli elementi già descritti nel business plan che evidenziano la scalabilità del progetto

Sinteticamente, indica i risultati sin qui raggiunti, e gli eventuali altri percorsi di preincubazione e/o incubazione (Business Review)



ALLEGATO 2 – Facsimile cronoprogramma

<i>Milestones</i>			
<i>N.</i>	<i>Titolo</i>	<i>Descrizione e obiettivi</i>	<i>Data conseguimento</i>
<i>M1</i>			x/x/x
<i>M2</i>			
<i>Mn</i>			



ALLEGATO 3 – PITCH DECK

Sintesi di tutte le slide che compongono il PITCH DECK:

1. Cover slide
2. l’Idea
3. Problema
4. Soluzione
5. Mercato: dimensione e TAM
6. Concorrenza
7. Vantaggio competitivo
8. Prodotto
9. Clienti
10. Trazione
11. Modello di business
12. Financials
13. Altri investitori
14. Team
15. Advisors
16. Uso dei fondi

La Cover

La prima impressione è tutto. Questo è particolarmente vero quando si tratta di pitch decks per investitori

Se non è fantastica, la prima impressione non sarà adeguata a partire nel migliore dei modi: cura grafica, aggiungi immagini, fatti aiutare da un grafico professionista. Falla bene e avrai un vantaggio sul 90% dei concorrenti

Avere una bella immagine ad alta risoluzione come copertina del pitch deck aiuta sicuramente. Puoi usare un semplice logo o includere anche un’immagine sullo sfondo. Si noti che le persone tendono ad associare i ricordi alle immagini e per questo motivo, vuoi avere l’investitore che ricorda facilmente il tuo pitch deck includendo un’immagine potente, che leghi il tuo progetto o la tua startup ad essa.

L’ Idea

In cosa consiste la vostra idea di startup?



Il Problema

Qual è il problema che il tuo business cerca di risolvere? Cosa devono credere per comprare i vostri prodotti, la vostra soluzione, i vostri servizi?

Il consiglio è di preparare uno storytelling che esponga il problema in molto chiaro e preciso. Questa è la tua possibilità di connetterti con l'investitore e di farli interessare a quello che stai proponendo.

Infatti un investitore viene coinvolto nella tua impresa quando:

- a. ha sperimentato lo stesso problema in passato
- b. c'è un chiaro senso di ROI (business e marginalità potenziale)
- c. data la loro esperienza professionale, lo capiscono (ad esempio, i medici con l'assistenza sanitaria)

Se un investitore rientra nei tre gruppi di interesse citati sopra allo stesso tempo sopra allo stesso tempo, significa che avete il vostro investitore principale.

La soluzione

In che modo la tua startup sta risolvendo il problema? Qual è la tua visione e la strategia? Le tattiche possono cambiare, ma l'idea dovrebbe risuonare come sensata.

Tenete a mente che **la soluzione deve essere solo una**. Non tre o quattro, specialmente se sei una startup in fase iniziale. L'ultima cosa che è che l'investitore pensi che tu sia un po' confuso

Su questa slide, devi essere il più chiaro e conciso possibile. **Un'immagine del prodotto/servizio oppure l'azione legata alla risoluzione del problema** (esempio: per una nuova tecnologia di lavaggio auto possiamo mostrare una foto o un video inserito nella slide dove l'utente lava l'auto con la nuova tecnologia)

Evita le dichiarazioni che fanno riferimento al fatto che sei l'unico a fare questo, che sei il leader indiscusso, ecc. Quasi sempre (a meno che tu non abbia svolto una vera analisi approfondita a livello "mondo") ci sono altre persone che hanno avuto quell'idea prima di te e altre aziende che potrebbero affrontare lo stesso problema con un approccio diverso.

Se hai la possibilità di fare una demo dal vivo, organizzati per farla



Il Mercato

Quanto è grande il tuo mercato target? Quanto grande si prevede che diventi? Qual è la vostra quota potenziale di questo mercato? **Se vi rivolgete ad un Venture Capital, i vostri numeri devono essere molto elevati** in quanto la loro strategia di sviluppo ed exit è fattibile quasi sempre con numeri elevati e non con piccole nicchie di mercato.

Come per il business plan, un approfondita analisi di mercato e dei segmenti di clientela target è la chiave di un pitch deck.

La dimensione del mercato è critica perché determinerà anche il potenziale rendimenti per l'investitore lungo la linea. Probabilmente una delle diapositive più importanti di cui hai bisogno nel tuo pitch deck.

Se avete il prodotto migliore e il momento migliore con un mercato piccolo nulla importa. Troppo rischio in relazione al potenziale di sviluppo.

Inoltre, qui è fondamentale **mostrare la crescita**. L'ultima cosa che volete è che l'investitore pensi che il vostro mercato abbia toccato il picco. Per questo motivo, si vuole proiettare come il mercato crescerà nel corso dei prossimi 5-10 anni.

Competitors

Sì, avete la concorrenza. Anche se pensate di creare un nuovo mercato, ci sono potenziali concorrenti. Assicuratevi di aver fatto bene la vostra ricerca qui, o farete una figuraccia quando affrontate una persona competente e preparata.

Questa slide, ha l'obiettivo di **mostrare all'investitore i concorrenti che avete, come vi confrontate con loro e qual è il vostro aspetto differenziante** con la tua proposta di valore.

Mentre nel business plan l'analisi dei competitors è dettagliata, nel pitch deck dovete sintetizzare i punti focali: 1. quali sono i vantaggi rispetto ai concorrenti diretti

2. quale strategia avete per differenziarvi da loro

Vantaggi competitivi

Anche Uber ha concorrenti seri. Confrontate come potrete distinguersi dalla concorrenza, o anche diventare un attraente partner o una prospettiva di acquisizione per loro.



In questa diapositiva puoi parlare dei **vantaggi del tuo business e prodotto**. Alcune delle cose che puoi includere potrebbero essere i brevetti e altri IP difensivi, canali di distribuzione che avete, partner tecnologici e commerciali, fornitori etc.

Fondamentalmente quello che vuoi comunicare è perché hai una posizione una posizione unica nel vostro settore che vi pone come uno dei leader.

Il prodotto/servizio
alcuni consigli precisi

1. se si tratta di un prodotto, aggiungete degli screenshot
2. se il prodotto o servizio ha delle **informazioni numeriche o distintive** (esempio peso, velocità, materiali, resa etc. mettete i numeri o dati relativi (una sintesi)

Come detto sopra si potrebbe anche fare una demo del prodotto a tutti nella stanza se lo stai facendo di persona.

Clienti

Chi sono esattamente i vostri clienti?

Sono di livello aziendale, B2B o B2C? Qual è il loro profilo?

Quali sono i loro casi d'uso?

Qual è il feedback che avete già ricevuto da potenziali clienti e utenti paganti?

Se avete già del fatturato, citate alcune le metriche e dati consuntivi che siete stati in grado di raggiungere

Altri dati importanti che potete aggiungere sono:

- **Il costo di acquisizione del cliente**
- Il valore di vita del vostro cliente (**customer lifetime value**)

Traction

Quale trazione avete accumulato finora? Quello che ci si aspetta dagli investitori varia a seconda del round di finanziamento. È meglio concentrarsi su un numero minore o una metrica principale per mantenere semplice slancio. Potrebbe essere utenti, vendite o profitti.

55

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Questa diapositiva è probabilmente la più importante di tutto il Pitch Deck.

A seconda del business la traction potrebbe essere sotto forma di utenti registrati, strategia di acquisizione, ritenzione degli utenti, o crescita mensile dei clienti o degli abbonati.

Dal mio punto di vista, il modo più potente per mostrare la traction è quello di mostrare una diapositiva che mostra quanto grande sia stata la vostra **performance mese dopo mese** in termini di utili e incassi

Se potete mostrare almeno più del 10% di crescita ogni mese, questo è un buon punto di dati da condividere.

Modello di business

Qual è il vostro modello di business? Come acquisirete i clienti? Come farete cassa?

Tra le diapositive di cui hai bisogno nel tuo pitch deck, nel business modello di business vuoi spiegare come stai facendo soldi dalla tua struttura operativa. A seconda del settore in cui stai operando potresti voler andare in dettaglio in quali sono i tuoi margini e quanto ti costa acquisire i tuoi clienti.

Financials

Com'è la vostra struttura dei costi? (ricavi, margine di contribuzione, costi operativi fissi, ammortamenti)

State facendo cassa o bruciando cassa?

Avete già avuto **round di finanziamento** da investitori?

Qual è il **margine del prodotto o servizio?** (prezzo – costi variabili diretti)

Proiezioni: normalmente si forniscono **3 anni di proiezione**.

Altri investitori

Quali **altri investitori hanno partecipato a precedenti raccolte di fondi** o si sono impegnati a partecipare o a guidare questo round? Dalle diapositive di cui hai bisogno nel tuo pitch deck questa è quella che io chiamo la diapositiva della prova sociale. Qui vuoi aggiungere gli investitori esistenti che potrebbero servire come prova sociale per i potenziali nuovi investitori.



Alcune delle persone che rivedono la presentazione potrebbero già conoscere uno dei tuoi investitori esistenti. Per questo motivo, è bene includerli perché in definitiva aumenta le possibilità di essere finanziato. Sareste sorpresi da quanto sia piccolo il mondo sia, in special modo se siete in Italia. **Tutti si conoscono. Specialmente nel mondo del venture.**

Il Team

Il tuo team è la prima cosa che gli investitori valuteranno

Invece di mettere l'intera squadra, includendo le persone più giovani, **io metterei su questa diapositiva solo le persone chiave nell'azienda**. Questi potrebbero essere i fondatori e altre persone che stanno gestendo l'azienda con te all'interno del team di gestione.

Le startup si muovono molto velocemente e le persone giovani tendono a cambiare posti di lavoro troppo velocemente. Specialmente i millennials. Non è una buona idea di far rivedere agli investitori la tua presentazione e poi tre mesi dopo vedere le persone che cambiano nella tua organizzazione. Gli investitori potrebbero interpretare che le cose non stanno funzionando per il business perché i dipendenti se ne stanno andando.

Inoltre, non mettere l'intero cv del team di gestione. I consiglierei di mettere alcuni punti importanti su ogni membro. Queste potrebbero essere le aziende in cui hanno lavorato prima della vostra startup

Advisors

Assicuratevi di dichiarare chiaramente qual è l'esperienza che stanno portando al tavolo. Questa è un'altra diapositiva che fornisce la prova sociale delle diapositive di cui avete bisogno.

I consulenti sono anche un ottimo modo per ricevere introduzioni ad altri investitori. Servono anche come prova sociale per mostrare agli altri che avete persone rispettate e compiute che vi aiutano per far progredire le cose. Essenzialmente stai comunicando che non sei solo una persona a caso con un'idea a caso.

Uso dei fondi

Cosa farete con i soldi che riceverete in questo questo round? Perché è necessario? O questo round è più per reclutare grandi stakeholder per portarvi al livello successivo? Tra le diapositive di cui hai bisogno nel tuo pitch deck, questa dirà agli investitori quanto bene avete fatto i vostri compiti.



Prima di creare questa slide mettete insieme uno schema del vostro piano da 18 a 24 mesi in modo di avere una chiara comprensione di quanto denaro avrete bisogno di avere per eseguire la strategia.

Quali sono le vostre prossime pietre miliari? In che modo questo denaro vi aiuterà a raggiungerle? In quale lasso di tempo stimate di raggiungerli? Quanto tempo vi darà questo denaro prima di rilanciare o trovare una via d'uscita?

Copertina e informazioni di contatto

Dalle diapositive di cui hai bisogno nel tuo pitch deck questa è la parte in cui ti prendi il tempo per ringraziare l'investitore per aver esaminato la tua presentazione.

Ripeti le tue informazioni di contatto in modo che possano mettersi in contatto se sono interessati a finanziarti, o almeno a fissare un incontro. Rendi le tue informazioni di contatto ovvie e facili.

Consigli pratici:

- **Sii breve e sintetico** il tempo che hai a disposizione è pochissimo e le cose da dire molte. Sviluppa la tua capacità di sintesi, evita di utilizzare termini troppo complicati o discendere troppo nel dettaglio fai in modo che le persone si ricordino di te (a prescindere dall'esito del tuo pitch). Se i tuoi interlocutori sono degli investitori capiscono al volo se la tua idea può avere un margine di successo o no.
- **I primi 10 secondi** sono importantissimi sia se fai un video, sia se scrivi una mail, sia se il tuo elevator pitch è dal vivo dai inizio al tuo show con un incipit ad effetto, esprimi tutta la passione per ciò che fai e per gli obiettivi che vuoi raggiungere, rendi virale il tuo pitch
- **Gestisci bene il tempo a disposizione** crea pitch di diversa durata (30 secondi, 60 secondi, 120 secondi) di modo che sarai sempre pronto ad affrontare ogni situazione.
- **Presenta te stesso** le persone quando presenti la tua idea devono fidarsi di te e devono capire che sei all'altezza di portare avanti un'idea imprenditoriale, ma avrai molto tempo in futuro per raccontare chi sei, cosa fai e quali sono i tuoi eventuali successi del passato. Quindi dai il giusto peso alle varie parti che compongono il tuo pitch.
- **Il pitch cambia e evolve insieme alla tua startup** assicurati che anche il tuo pitch evolva nel tempo, non puoi proprio parlare della tua idea nello stesso modo in cui l'hai fatto la prima volta.
- **Se ti fanno delle domande assicurati di rispondere ad ognuna di esse** sii preparato ed attento a rispondere alle molte domande che ti faranno, probabilmente quelle sono le cose che vogliono sentirsi dire. Se per caso entri nel panico e non hai una risposta pronta, segnati subito la domanda, di modo da non farti trovare impreparato le volte successive.
- **Esercitati con i tuoi amici** Per prepararti al tuo pitch scrivilo su un foglio di carta, ripetilo ad alta voce e registralo. In molti casi può servire ripetere il tuo pitch alle persone che ti circondano (probabilmente ti odieranno dopo un po':), ma è l'unico modo per capire se le persone capiranno o no il tuo messaggio.

38

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée



- Adatta il tuo pitch alla persona con cui stai parlando a seconda del tuo interlocutore ovviamente cambieranno i punti su cui ti dovrà soffermare e il linguaggio che dovrà utilizzare. Come esercizio prova a creare uno per ognuna delle categorie di persone a cui potresti raccontare la tua idea (clienti, investitori, partner, utenti). Il punto è sempre lo stesso, non farti mai trovare impreparato!
- Struttura ideale per un pitch ad un investitore in primis parla del problema che vai risolvere con la tua idea e come lo farai. Proseguì con il motivo per cui ti distingui da altri eventuali competitor. Fai un breve accenno alle tue esperienze precedenti e quelle del tuo team e chiudi con ciò di cui hai bisogno per far decollare la tua startup.

Alcuni link utili per spunti ulteriori:

<https://www.inc.com/young-entrepreneur-council/raising-money-don-t-make-these-7-mistakes.html>

<https://www.raffaelegaito.com/presentazione-perfetta/>

<https://www.raffaelegaito.com/startup/>



ALLEGATO 4 - NDA

FAC SIMILE- ACCORDO DI RISERVATEZZA (NON DISCLOSURE AGREEMENT) TRA

(se persona giuridica) _____, CF e P.IVA _____, con sede legale in _____, rappresentata dal signor/ dott._____, domiciliato per la carica in _____, cod. fisc. _____ in qualità di _____(Amministratore Delgato/Presidente/altro) di _____, (se persona fisica) il signor _____, CF _____, nato a _____, il _____, residente in _____

E

(nel seguito denominata Parte Rivelante) (se persona giuridica) _____, CF e P.IVA _____, con sede legale in _____, rappresentata dal signor/ dott._____, domiciliato per la carica in _____, cod. fisc. _____ in qualità di _____(Amministratore Delegato/Presidente/altro) di _____, (se persona fisica) il signor _____, CF _____, nato a _____, il _____, residente in _____ (nel seguito denominato Parte Ricevente)

PREMESSO CHE

- Parte Rivelante è in possesso di informazioni di natura confidenziale (di seguito "Informazioni Riservate" come definite al successivo art. 3);
- dette Informazioni Riservate costituiscono per la Parte Rivelante un patrimonio tecnico e commerciale di valore considerevole;
- Parte Ricevente ha chiesto di poter disporre delle Informazioni Riservate allo scopo di _____; l'utilizzo di tali Informazioni Riservate richiede adeguate forme di protezione a garanzia dei risultati che si vorranno raggiungere, della loro originalità e della loro eventuale brevettabilità;
- a tal fine è necessario definire gli specifici obblighi di riservatezza gravanti su Parte Ricevente.

Tutto ciò premesso, le Parti,



CONVENGONO QUANTO SEGUE

Art. 1 – Premesse

1.1 Le premesse costituiscono parte integrante e sostanziale del presente Accordo.

Art. 2 - Oggetto

2.1. Il presente Accordo disciplina gli obblighi di riservatezza cui è tenuta Parte Ricevente rispetto alle Informazioni Riservate, come definite all'articolo seguente, di cui venga a conoscenza nello svolgimento delle attività di _____.

Art. 3 – Informazioni Riservate

3.1. Per "Informazioni Riservate" si intendono tutte le informazioni acquisite da Parte Ricevente, in particolare _____(indicare il tipo di informazioni riservate – se trattasi di software si potrebbe scrivere "il codice e il know how") di proprietà di Parte Rivelante, che non siano di pubblico dominio, a patto che tali informazioni siano indicate quali confidenziali al momento della comunicazione dalla Parte Rivelante.

3.2. Le Informazioni Riservate potranno essere acquisite in qualsiasi forma (orale, scritta, grafica, dimostrativa, a macchina o con modello d'esempio), senza alcuna limitazione.

3.3. In nessun caso potranno essere considerate Riservate le informazioni che:

a) siano di dominio pubblico alla data della sottoscrizione del presente Accordo o diventino tali in seguito alla suddetta acquisizione per atto o comportamento non vietato a Parte Ricevente;

b) erano conosciute e/o possa essere dimostrato che erano conosciute da Parte Ricevente al momento della trasmissione;

c) siano state trasmesse a Parte Ricevente ed espressamente qualificate come non riservate;

d) siano state sviluppate indipendentemente da Parte Ricevente senza utilizzare le Informazioni Riservate;

e) vengano rivelate a Parte Ricevente da una soggetto diverso da Parte Rivelante, il quale non sia vincolato da un obbligo di segretezza riferibile al presente Accordo, e comunque diventino note a Parte Ricevente per fatto non imputabile alla stessa;

3.4. Le Informazioni Riservate comunicate a Parte Ricevente da società controllate, consulenti, agenti o rappresentanti da Parte Rivelante sono anch'esse soggette alla disciplina del presente Accordo.

Art. 4 - Obblighi della Parte Ricevente.

4.1. Parte Ricevente si impegna a mantenere assoluta confidenzialità riguardo alle Informazioni Riservate acquisite da Parte Rivelante ed identificate come

confidenziali nell'ambito del presente Accordo o eventuali altri documenti successivi.

4.2. In particolare, Parte Ricevente si impegna alle seguenti prescrizioni:

- a) considerare strettamente riservate e, pertanto, a non divulgare e/o comunque a non rendere note a soggetti terzi le Informazioni Riservate, intendendosi per soggetti terzi tutti i soggetti diversi da quelli indicati all'art. 3.4;
- b) adottare tutte le cautele e le misure di sicurezza necessarie e opportune, secondo i migliori standard professionali, al fine di mantenere riservate le Informazioni, nonché al fine di prevenire accessi non autorizzati, sottrazione e manipolazione delle stesse;
- c) osservare rigorosamente la normativa vigente in materia di privacy e di protezione dei dati personali.

4.3. Parte Ricevente non potrà utilizzare, trasferire, riprodurre, copiare anche una qualsiasi parte di tali informazioni riservate in qualsiasi forma trasmesse, senza lo specifico consenso scritto di Parte Rivelante.

4.4. Parte Ricevente manterrà il diritto a presentare i risultati del/della _____ (indicare il tipo di ricerca/lavoro svolto), sempre nel rispetto degli obblighi di segretezza a cui essa è vincolata.

Art. 5 - Proprietà intellettuale

5.1. Le Informazioni Riservate fornite da Parte Rivelante a Parte Ricevente rimangono di proprietà di Parte rilevante e saranno concesse a Parte Ricevente ai soli scopi indicati al precedente art. 2.

5.2. In nessun caso Parte Ricevente potrà avanzare alcun diritto o pretesa rispetto alle Informazioni Riservate. 5.3. In nessun caso il presente Accordo offre e/o concede a Parte Ricevente alcun diritto o concessione di licenza o di altro diritto di utilizzo di qualsiasi brevetto presente e futuro, marchio di fabbrica, modelli o altri diritti di proprietà intellettuale o industriale rispetto alle Informazioni Riservate.

5.4. Le Parti partecipano in pari quota ai diritti di proprietà intellettuale o industriale sui risultati de/della _____ (indicare il tipo di ricerca/lavoro svolto), (eventuali invenzioni, nuovi modelli, innovazioni di procedimento o di prodotto, know-how tecnico e commerciale), fatti salvi i diritti morali spettanti per legge a Parte Ricevente in qualità di autore ed inventore. oppure in alternativa 5.4. Le Parti si impegnano a disciplinare con separato accordo l'eventuale titolarità dei diritti di proprietà industriale ed intellettuale derivanti dall'attività di ricerca in oggetto. 5.1.



Art. 6- Restituzione di documenti

Alla scadenza del presente Accordo e/o in caso di risoluzione dello stesso, Parte Ricevente si impegna a riconsegnare a Parte Rivelante gli originali e tutte le copie dei documenti, su qualunque supporto creati, che contengano o che si riferiscano alle Informazioni Riservate di cui al presente Accordo. 5.2. Parte Ricevente si impegna altresì a cancellare o distruggere qualsiasi registrazione effettuata su qualunque supporto delle Informazioni Riservate. 2

Art. 7 - Periodo di durata

7.1. Il presente Accordo di riservatezza avrà una durata di _____ anni a decorrere dalla data di sottoscrizione.

Art. 8 - Divieto di cessione

8.1. Nessuna parte potrà cedere il presente Accordo o alcuno dei diritti o delle obbligazioni da questo derivanti senza il preventivo assenso scritto dell'altra parte.

Art. 9 – Modifica

9.1. Qualsiasi modifica al presente Accordo dovrà essere effettuata per iscritto e sottoscritta da entrambe le

Art. 10 – Diritto applicabile e foro competente

10.1 Questo Accordo è governato dalle leggi italiane.

10.2 Nel caso in cui dovesse insorgere tra le Parti qualunque controversia relativa alla esecuzione e/o interpretazione del presente Accordo, qualora non venisse definita in via amichevole, il foro competente è quello di Trento.

ALLEGATO 5 – Due Diligence EBAN

Due Diligence Guidelines

Introduction

Due Diligence is an important stage in the investment decision process. It is realistically the last chance to spot that a potential investment has major problems and that we should not proceed. Alternatively the due diligence might identify serious weaknesses in the business, and lead to conditions on the investment to deal with these.

Due Diligence in the Investment Process

Due diligence will be carried out on target investee companies that have been approved by the Investment Committee. The Investment Committee will recommend the degree of due diligence required, based on our existing knowledge of the company. This will fall into two categories

Full A full investigation into all aspects of the company operation

Update For companies where other trusted parties (e.g. predecessor holdings, SBA members) have already carried out due diligence, or are already working with the company, the due diligence will be limited to issues around the business plan for the new funding round.

The Investment Committee will nominate an individual to lead the due diligence (hereafter referred to as the “Investigator”. This person will be somebody different from the sponsor/introducer, the idea being the due diligence is an independent review.

The output of the due diligence will be a report to the Investment Committee with recommendations, together with the copies of the complete set of documents from the Investee Company. It is possible further expert analysis will be requested by the person leading the due diligence or the investment committee.

A template for the report is provided, describing the areas to cover.

Due Diligence Objectives

The due diligence exercise is NOT intended to redo the work of the investment committee. Rather it is intended to

- Ensure that the information used by the Investment Committee is actually true
- Find out any additional information the Investment Committee should have been told, but were not.
- Probe into the assumptions in the business plan, to check they are valid and realistic
- Identify the principal risks to the business and if there is a plan to address them.
- Conduct a more detailed analysis of the current state of the company – e.g. maturity of technology, strength of the sales pipeline, detail of agreements etc.



- Further analyse the competitive environment and the place of the investee company within it.

In addition to these points, the aim is also to get a subjective “feel” of the company – is there a good impression when you walk in the door, do people seem to be working hard, and focussed, is it a mess etc. I

Due Diligence Conduct.

Due diligence is expected to involve ~1 day's visit to the company's principle site, questioning the Entrepreneur and other senior management s on various aspects of their business, and examining records and documentation. The time required may be more or less depending on the complexity of the business and the length of its trading history.

Prior to the visit, the Investigator must make sure they are familiar with the company, its business plan and the material provided to the Investment Committee when it made its decision.

In addition to the visit, the Investigator may also need to research the company's competitors and customers.

The Investigator must question the Entrepreneurs hard, always seeking as much hard fact and detail as possible. To give some examples:-

If technology is being patented

- what is being patented
- what stage are they at
- What evidence do they have that the patent is applicable
- who are they using to do lodge the patent
- Can we talk to them, contact details?

If they have a “global agreement with Orange”

- What does the agreement cover
- Is it exclusive, or if not how many other companies have similar agreements?
- Can it be cancelled, and if so under what terms
- What money changes hands and when
- What activity has happened under this agreement to date?

Fees

A standard due diligence fee of €1000 will be paid to the investigator, inclusive of expenses. If the company is not local, then additional expenses may be paid, but these must be agreed with the Director General of EBAN in advance.

EBAN

Due Diligence Template

Investee Company:

Date:

Version:

Status:

Author:

Reviewed by:

Approved by:

File name:

Due Diligence Template



1. Management Summary

Key findings of Due Diligence Exercise

The aim of this document is to provide a template for a due diligence report, and some ideas for questions to ask and lines of enquiry to make. The list of questions is not intended to be comprehensive, and many may be inapplicable to certain companies. Clearly with a wide range of business models, stages of development and trading history, this will never be a “checklist” exercise. The template is therefore intended as a guide as to the principal areas to cover and a starting point of questions to ask. Depending on the answers, some areas will certainly need more thorough investigation. A further aim is that we have some consistency in the due diligence exercise, to allow the investment committee to compare different investments.



2. Corporate Structure and Ownership

Objectives: Identify if there are any issues with the ownership structure that may cause us difficulties/conflicts of interest in the future, or be prejudicial to our shareholder interest.

- What Corporate Structure is used
- Who are the shareholders
- List by shareholding
- Identify who are
 - ✓ Full time active in the company
 - ✓ Non full-time but active investors
 - ✓ Passive Shareholders
 - ✓ Corporate Shareholders

Identify shareholder objectives for all major shareholders

If Corporate shareholders exist, what is objective of shareholding

Depending on split may be necessary to speak with all principal shareholders.

Identify any possible conflicts or difficulties with different shareholder interests.

Are there any subsidiaries

If these exist, how are they managed.

Documents to be provided.

1. Articles of Association and Memorandum, together with a copy of the company's latest annual return to Company's House. Copies of all shareholder agreements still in force
2. Current share register and details of different classes and rights, if applicable
3. Copies of all shareholder agreements still in force
4. List of proposed new investors with likely amounts to be invested and any conditions applicable.
5. Details of all outstanding share options, warrants, conversion rights or other agreements that may result in further shares being issued.
6. List of any subsidiaries with percentage owned, purpose of company, name of director(s), and latest sales turnover, net profit and balance sheet.

3. Financial

Objective: Ensure we have a true and accurate picture of the financial state of the company, and realistic projections going forward

Examine the accounts that exist. Are there any previously documented business plans with which to compare them? If not, why not?

What are the key revenue items for the business? How reliable are they going forward?

What are the key costs of the business? How are these likely to evolve over the next 3 years. How might they be reduced if circumstances required it?

What are the assets on the balance sheet? If there are any unusual items, how is the value arrived at?

Look at the debtors register. Is this company having difficulty getting paid. If so, why? Has the company filed all necessary tax returns (TVA/VAT, Profit related Tax etc).

Is the company benefiting from any government grants/loans etc and if so on what terms
Required Documents

7. Copies of the last three audited (or provisional) annual accounts.
8. Sales and estimated net profits during the current financial year to date and an estimated balance sheet at the latest available date. Details of any material changes since such balance sheet.
9. Details of any loans, overdrafts or other indebtedness currently outstanding.
10. Documentation relating to any government grant/aid or loans.
11. Projections for the current full financial year and four further years, including sales turnover, gross margin, overhead costs, EBITDA, net cash flow and year end cash balance.
12. Contact details of the company's accountants and authority for us to speak to them about the company's financial affairs.
13. Name and contact details of the company's principle bank and authority for us to contact them to obtain a standard bank reference.
14. Details of any current or anticipated legal action or tax enquiries affecting the company. Name of legal adviser and permission to speak to them if any legal action pending
15. List of premises occupied, leased or owned by the company with rents payable and dates of lease expiry or break clauses.
16. Summary of principle insurance policies.

4. Business Plan

Objective: To ensure that the business plan is realistic, based on reasonable assumptions and that the ideas behind it have been tested.

What are the key assumptions behind the business plan
 What evidence exists to support these assumptions

What will be the key challenges in achieving the business plan

What are the USPs of the business. What is the evidence that they are genuinely unique? How sensitive is the business plan to changes in the price and volume of sales

How sensitive is the business plan to sales developing more slowly than planned. What is the planned use of funds? Is there a detailed and realistic budget for this?

Are the costings complete – e.g. are there allowances for extra overheads etc as the business grows? Are there any other “holes” in the budget?

What is the competitive position of the business? How are the claims with respect to the competitive position justified.

Who are the main competitors? What are their strengths and weaknesses

If this is a novel product or service, what evidence exists that there is a demand for it? Has any trial, market research etc been carried out?

What are the main dependencies on third parties? Do they look reasonable? What are the barriers to entry for competitors if the idea is a success



5. Sales and Marketing

Objective: To be confident the company has a plan and the skills to get their product or service into the market and sell it profitably

- What is the go-to-market strategy for the business. What makes them think it will work?
- If there is a significant marketing activity (and spend) planned for this business, what evidence is there that it is well focussed?
- What is the evolution of sales in the last three years?
- Who were the top ten customers in the last three years? Have they changed? Have any major customers stopped doing business with the company. If so why?
- Have there been any significant customer disputes in the last three years, whether taken to court/tribunal or not.
- Has the company had to issue any refunds/credit notes etc for any reason? What is the sales projection for the next three years? What is this based on? What is the forward order book?
- What is the current sales pipeline? How are win % arrived at? What significant customer contracts currently exist?
- If the sales strategy involves third party channels, what arrangements are in place. What contracts/partnerships exist?
- What evidence is there that the pricing model is correct?
- Can they supply a high profile customer reference who would be happy to speak to us



6. Assets

Objective: to ensure the assets owned by the company have the value assumed in the business plan, and that such value will be protected.

- What technology or other important assets are owned by the business?
- Is it reliant on any technology provided by third parties to provide its product or service. If so what agreements are these covered under? Can they be cancelled?
- Is the technology patented, or in the process of being patented.
- If the business has developed a product or technology, what documentation exists concerning the product/technology e.g. product plans and roadmaps, specifications, design documentation etc. How easy is it to develop the technology further
- What is the current state of the development
- What Quality Assurance measures have been put in place to ensure the reliability of the product or service?
- How dependent is future development on key individuals?
- If funds are to develop a product, how have the development costs been estimated? What is our confidence level in these?
- Do employment contracts explicitly assign copyright to the company
- Have any of the company's products been developed outside the company i.e. by a third party organisation, or by non-employed independent contractors (even if working on the company's premises). If so what measures are in place to ensure Copyright, Intellectual Property Rights, Patent Rights vest entirely with the company?
- Are any Open Source items used in the company's products
- Details of any contractual obligations requiring payments to be made, eg royalties, license fees.
- List of all intellectual property patents owned or applied for and details of scope and protection and dates of expiry.

7. Management and Staff

Objective: Ensure that the company has the right people and is able to recruit and keep the necessary staff to execute its plan

- Who are the key people in the management team Identify skills and background, summarise career history Identify which are shareholders
- How will key non-shareholder management be retained/ incentivised?
- Are there any significant gaps in the expertise of the management team, looking forward as the company grows?
- What recruitment is needed over the next few years? Are there any problems anticipated with finding and keeping the necessary staff?
- Have there ever been any significant disputes with staff, whether taken to formal proceedings or not?
- How many staff have left over the last 3 years? Estimate staff turnover
- Are there any profit-share or other performance related schemes in place, and what are the potential costs.
- Documents to be provided:
 - ✓ List of all employees with job title, salary, and details of any unusual contractual terms.
 - ✓ Details of any union agreements if any.
 - ✓ Copy of standard employment agreement(s) used for the different staff categories



8. Operations

Objective: Understand how the business is run and controlled, and whether this is “fit for purpose” both now, and under the growth planned for the next few years

- How is the company run? What responsibilities have been defined?
- Are the powers of the Managing Director formally defined?
- Are the power and authority of other Directors or senior managers defined (e.g. spending powers, authority to sign contracts etc).
- Is there a staff handbook or similar document
- What other documents exist defining company processes? What records exist of what decisions have been taken and why
- What management/board meetings take place, and on what frequency? What records exist of these?
- If the company plans to grow significantly, is there a plan to cope with all the implications of this e.g. premises, Infrastructure, new roles in the company etc.
- To what extent does the company rely on suppliers to be able to offer its product or service? What are the contractual arrangements in place? What is the supplier management approach?
- How sensitive is the business to changes in the price of supply



9. Legal

Objective: To understand if there are any unusual legal obligations entered into by the business that may affect our view of its value

- Has the company signed any non-competition agreements (or agreements with such clauses in them) with any other party
- Has the company signed any exclusivity agreements (i.e. to not work with competitors of any of its customers) or agreements with such clauses in them
- What NDA's are currently in force
- Has the company ever been subject to legal proceedings, or the threat of them? If so provide details
- Are there any other non-standard legal agreements the company has entered into, which may affect the value of the company?



10. Risks

Objective: Identify the key risks that might prevent the business achieving the planned success, and any plans to mitigate them

What are the key risks to the business in the view of the Entrepreneurs? What plans exist to mitigate these risks?

Are there any further key risks identified by the Investigator?

11. Other Observations

Anything else of note uncovered.



12. Recommendations

Further specific investigations required, (maybe by specialist in finance/technology/law etc) Further references/research required to resolve concerns.

OK to proceed subject to certain conditions (e.g business employs specific skills)



Elenco possibili finanziatori con indicazione siti

Medio Credito Centrale <https://www.mcc.it/>
 Intesa San Paolo <https://www.intesasanpaolo.com/it/business/landing/info/startup-innovative.html>
 Intesa San Paolo UP2Starts <https://www.intesasanpaolo.com/it/business/landing/info/programma-up2stars-per-startup-innovative.html>
 Banca Sella <https://www.sella.it/banca-on-line/aziende/innovazione/accelerazione-per-startup>
 Unicredit <https://www.unicreditstartlab.eu/it/startlab.html>
 Fin+Tech dedicato a fintech e insurtech <https://finplustech.eu/>
 Magic Spectrum dedicato a lot e 5G <https://magspectrum.digitalmagics.com/>
 Terra Next dedicato a Bioeconomia <https://www.terrานextaccelerator.com/>
 Zero dedicato a Clean tech <https://www.zeroacceleratorcleantech.com/>
 Forward Factory dedicato a Digital Manufacturing <https://forwardfactory.io/>
 Faros dedicato ad innovazione portuale e Blue economy <https://farosaccelerator.com/>
 Futured dedicato a Edutech <https://www.futuredaccelerator.com/>
 CyberXcelerator dedicato a Cyber security e AI <https://cyberxcelerator.com>
 Motor Valley Accelerator dedicato a molbility <https://www.motorvalleyaccelerator.com/it/>
 We Sport dedicato a sport e wellness <https://www.sportesalute.eu/we-sport-up-it.html>
 Italian Business Angel Network <https://www.iban.it/>
 Italian Angels for Growth <https://www.italianangels.net/>
 Club degli Investitori <https://www.clubdeglinvestitori.it/it/>
 Angels4Impact start up a contenuto innovativo e tecnologico e focus sull'impact <https://angels4impact.net/>
 Club Digitale start up digitali <https://www.clubdigitale.it/>
 iStarter <https://www.istarter.it/>
 iNSQUARED <https://www.insquared.it/>
 Pro.ban <https://proban.it/>
 BusinessAngels.Network <https://businessangels.network/>
 Business Angels Verona <http://www.baoverona.it/>
 Angels 4 Women, dedicata alle imprese femminili <https://angels4women.com/>
 Italian Angels For Biotech, dedicata alle imprese del settore biotech <http://www.italianab.it/>

European Innovation Council https://eic.ec.europa.eu/index_en
 EIC Pathfinder Support to research teams to research or develop an emerging breakthrough technology https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-pathfinder_en
 EIC Transition Mature a novel technology and develop a business case to bring it to market https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-transition_en
 EIC Accelerator supports individual Small and Medium Enterprises https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en
 EIC Business Acceleration Services (BAS) https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/business-acceleration-services_en
 FI.L.S.E. s.p.a. <https://www.filse.it/servizi/agevolazioni.html>
 Invitalia <https://www.invitalia.it/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



AIFI <https://www.aifi.it/it/home>

Ligur capital <https://www.ligurcapital.it/>

360 Capital Partner <https://www.360cap.vc/>

Ad4Ventures <http://www.ad4ventures.com/>

Archangel AdVenture <https://www.archangeladventure.it/>

AVM Gestioni SGR <https://avmgestioni.com/>

Azimut <https://www.azimut.it/it/>

Boost Heroes: <https://boostheroes.com/>

Cdp Venture Capital SGR: <https://www.cdpventurecapital.it/cdp-venture-capital/it/home.page>

Claris Ventures: Torino (privato) specializzato in biotech <http://www.clarisventures.com>

Como Venture: <http://www.comoventure.it/>

Equiter – Fondo Ricerca e Innovazione: <http://www.equiterspa.com/>

Eureka! Venture Sgr: <https://www.eurekaventure.it/>

Fare Ventures: <http://www.lazioinnova.it/fare-venture-2/>

Finlombarda Gestioni Sgr: <https://www.finlombardasgr.it/>

Five Seasons Ventures: <https://www.fiveseasons.vc/>

Fondo Italiano d'Investimento SGR: <https://www.fondoitaliano.it/it>

Gepafin: <https://www.gepafin.it/>

Hat Orizzonte SGR: <https://www.hat.it/it/home/>

Indaco Venture Partners SGR: <https://www.indacosgr.com/>

Innogest Sgr: <http://www.innogestcapital.com/>

LVenture (privato) <http://www.lventuregroup.com/>

Meta Ventures: <https://www.meta-group.com/Investment/Pages/META%20Ventures.aspx>

Mito Technology: <https://mitotech.eu/technology-transfer/>

Oltre Venture: <https://www.oltreimpact.com/>

P101 Sgr: Milano (privato) <https://www.p101.it/>

Panakès Partners Sgr specializzato in life science con medtech e biotech <http://www.panakes.it/>

Prana Ventures: <https://www.pranaventures.it/>

Principia Sgr: <https://xyence.vc/it/>

Primo Venture con Primo Space (privato) il fondo specializzato in space-tech <https://www.primo.vc/#III>

Quadrivio Group (Made in Italy Fund): <https://www.quadriviogroup.com/it>

Red Seed Ventures: <http://www.redseed.it/>

Sofinnova Partners: <https://sofinnovapartners.com/>

Sviluppo Imprese Centro Italia Sgr: <https://www.fondisici.it/>

Synergo Capital con Sinergia venture fund <https://www.synergo.capital/>

TechShop <https://techshop.capital/>

Tim Ventures <https://www.timventures.tim.it/>

United Ventures Sgr: <https://unitedventures.com/>

Vertis Sgr: <https://www.vertis.it/>

Consob: <https://www.consob.it/web/investor-education/crowdfunding>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

ACCELERATE
YOUR FUTURE!

#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Be Crowdly Piattaforma di crowdfunding per progetti culturali e artistici

<https://www.becrowdy.com/>

BookaBook Piattaforma dedicata esclusivamente ai libri <https://bookabook.it/>

Crowdforlife (ex Eticarim) Piattaforma del Gruppo Bancario Crédit Agricole Italia pensato come luogo di interazione fra chi cerca fondi per realizzare la propria idea e chi vuole contribuire a supportarla, finanziandola. <https://www.ca-crowdforlife.it/>

Crowdfunding Südtirol – Alto Adige <https://www.openinnovation-suedtirol.it/home/>

De Rev ospita sia raccolta fondi per startup innovative sia raccolta firme per progetti e iniziative vari <https://derev.com/>

Eppela I progetti da finanziare abbracciano diversi campi: dall'arte al no profit, dal cinema all'innovazione sociale, dalla tecnologia alla musica e al fumetto <https://www.eppela.com/>

Forfunding Piattaforma di Intesa Sanpaolo

<https://www.forfunding.intesasanpaolo.com/DonationPlatform-ISP/>

Idea Ginger l'obiettivo è finanziare progetti innovativi a livello territoriale

<https://www.ideaginger.it/>

Kendoo Piattaforma di crowdfunding dedicata soprattutto a progetti web, news, social media, mobile, ecommerce <https://www.kendoo.it/>

PlanBee ambito green o in ambito civico <https://www.planbee.bz/it/home>

Schoolraising raccogliere i finanziamenti per progetti scolastici che non possono essere realizzati a causa dei tagli ai fondi degli istituti <https://schoolraising.it/>

Sport Supporter Piattaforma di crowdfunding dedicata a progetti sportivi.

<https://www.sportsupporter.it/>

Starteed piattaforma di raccolta fondi ma anche di crowdcreation: con il supporto della community, infatti, è possibile avviare processi di open innovation con l'obiettivo di migliorare lo sviluppo di idee e progetti. <https://www.starteed.com/>

Ulule È considerata una delle maggiori piattaforme di reward-based crowdfunding

<https://it.ulule.com/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



Piattaforme di crowdfunding EQUITY BASED in Italia

Il Registro della Consob relativo ai gestori di portali per la raccolta di capitali di rischio tramite portali online contiene due sezioni:

- ✓ sezione ordinaria: in cui sono iscritti i gestori di portali che sono autorizzati dalla Consob in seguito alla positiva verifica della sussistenza dei requisiti richiesti;
- ✓ sezione speciale: in cui sono annotate le banche e le imprese di investimento autorizzate alla prestazione dei relativi servizi di investimento che hanno comunicato alla Consob, prima dell'avvio dell'operatività, lo svolgimento dell'attività di gestione di un portale.

SEZIONE ORDINARIA

BacktoWork24 La piattaforma di equity crowdfunding fa parte di BacktoWork25, sistema che offre soluzioni innovative per favorire l'investimento di risorse finanziarie e competenze professionali da parte di manager e investitori, in piccole imprese e startup.

<https://www.backtowork24.com/>

Build Around <https://buildaround.eu/it/home>

Clubdealonline.com <https://www.clubdealonline.com/>

Concrete Investing <https://www.concreteinvesting.com/>

Crowdfundme <https://www.crowdfundme.it/>

Crowdinvest <https://crowdinvestitalia.it/>

Doorway <https://www.doorwayplatform.com/it>

Ecomill Sostenibilità, innovazione e aggregazione sociale <https://www.ecomill.it/>

Ecrowd Engineering <https://ecrowdengineering.com/>

Extrafounding <https://www.extrafunding.it/>

Forcrowd <https://www.forcrowd.com/>

Fundera Piattaforma dedicata esclusivamente al settore cleantech <https://www.fundera.it/>

Gamga <https://www.thebestequity.com/>

Idea Crowdfunding <https://www.ideacrowdfunding.it/>

Lifeseeder <https://www.lifeseeder.com/>

Mamacrowd <https://mamacrowd.com/it/>

Next Equity Crowdfunding Marche <https://www.mfnextequity.it/>

OpStart <https://www.opstart.it/it/home>

Starsup <https://www.starsup.it/>

StartFunding <https://startfunding.it/>

Two Hundred <https://www.twohundred.it/>

We are starting <https://www.wearestarting.it/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2



SEZIONE SPECIALE

Tifosy Limited: aiuta le società sportive a raccogliere fondi online collegandole con tifosi e investitori in tutto il mondo <https://www.tifosy.com/en>
Unicasim <https://www.unicasim.it/>

La cooperazione al cuore del Mediterraneo - La coopération au cœur de la Méditerranée

**ACCELERATE
YOUR FUTURE!**
#fristart2



interreg-maritime.eu/web/fri_start2

@Fristart2

