

**ALMA MATER STUDIORUM - UNIVERSITA' DI
BOLOGNA**

SCUOLA DI SCIENZE POLITICHE

**Corso di Laurea Magistrale in
Comunicazione Pubblica e d'Impresa**

**Il mondo delle startup digitali:
le idee vincenti e il caso spagnolo Happy Low
Cost**

**Tesi di laurea in
Sociologia della Comunicazione Multimediale**

Relatore: Prof.ssa Saveria Capecchi

Correlatore: Prof.ssa Pina Lalli

Correlatore: Carlos de Ory

Presentata da: Giada Baracca Antonellini

Sessione

Seconda

Anno Accademico

2016 – 2017

Introduzione

Nel mondo c'è sempre meno lavoro e la disoccupazione è destinata ad aumentare, soprattutto nei Paesi emergenti e in quelli in via di sviluppo. Inoltre in numerosi Stati i giovani si disinteressano del sistema educativo, e abbandonano gli studi molto presto. Molti diplomati sono senza un'occupazione e sono obbligati ad occuparsi di piccoli lavori per potersi mantenere, malgrado il titolo ottenuto.

Essendo io stessa una studentessa, ho scelto, come argomento di tesi, il tema della *startup*: penso che la creazione di startup, oggi, sia un mezzo che permetta di lottare attivamente contro la crisi degli impieghi; penso, inoltre, che permetta ai giovani che studiano di guadagnare in base all'esperienza e, talvolta, con il progetto stesso, di crescere e costruirsi una carriera.

Prima di parlare del fenomeno, ho il dovere, tuttavia, di spiegare come nasce e come si sviluppa e di informare su quali siano le conseguenze, sia quelle positive che quelle negative, una volta che la startup si sia diffusa nel mercato.

Di idee innovative e originali il mondo è pieno, ma poche cose al mondo sono potenti quanto una buona e geniale idea. Ma non è così scontato che un'intuizione abbia successo ed, infatti, alcune di queste non hanno trovato terreno fertile su cui germogliare. Ecco perché chi ha in tasca un'idea vincente, farà bene a scegliere con cura il luogo più adatto in cui farla nascere e crescere.

Il mercato e il luogo su cui un'idea viene lanciata sono due dei tanti fattori che determinano la buona riuscita di un progetto. «Gli amanti del rischio vogliono arrivare primi e sono inclini a decisioni impulsive. Gli imprenditori più avversi al

rischio, invece, restano a guardare da bordo campo, aspettano l'occasione giusta e bilanciano il portafoglio rischi prima di scendere in campo»¹.

Ci sono, però, dei Paesi, con le relative località, che favoriscono la creazione delle startup. Secondo uno studio della Brighton School of Business and Management, al primo posto troviamo Pechino (Cina); a seguire Kuala Lumpur (Malesia); infine Varsavia (Polonia)².

Ovviamente, di classifiche corrispondenti a ricerche svolte, ce ne sono tante altre. Andremo, nel corso della trattazione, a vedere le principali.

Nella seconda fase della mia tesi parlerò dei luoghi indicati come i migliori per avviare una startup e dei casi che hanno avuto e hanno tutt'ora successo, ma anche dei più grandi flop.

Mi sono voluta soffermare, poi, su due Paesi in particolare: l'Italia e la Spagna. Ho deciso di analizzare il fenomeno in particolare per ciò che concerne l'area spagnola poiché io stessa ho svolto un tirocinio all'estero di tre mesi a Siviglia, ed ho avuto il piacere di lavorare per Happy Low Cost, una startup spagnola, nata nel 2015.

Durante i tre mesi di tirocinio mi sono state insegnate tantissime cose e ho svolto in prima persona diverse mansioni, perseguendo un percorso lavorativo che mi ha fatto comprendere il processo di sviluppo di una startup: dalle basi del marketing alla creazione della startup, fino all'inserimento nel mercato e al suo successo.

¹ Cit. A. Grant, *Essere originali: come gli anticonformisti cambiano il mondo. La sfida al pensiero comune per creare nuove idee*, Milano, Hoepli, 2016

² Dati presenti su : <http://www.myenglishschool.it/magazine/2016/10/07/le-citta-migliori-in-cui-avviare-una-startup/>

Ho quindi voluto inserire e analizzare l'Affiliate Marketing, ovvero un canale promozionale esclusivamente a performance, facente parte delle nuove forme di Marketing nate online, e utilizzato talvolta da Happy Low Cost.

Non potevo fare altro che confrontare quest'agenzia di viaggi online con un'altra simile di matrice italiana, ovvero con "Pirati in Viaggio", che ha le stesse funzionalità di quella spagnola, ma che utilizza i Social network in maniera differente. Difatti, Urlaub Spiraten, Voyages Pirates o Viajeros Piratas, è una travel startup nata in Germania, la cui pagina Facebook, però, è unica - spetta all'utente la scelta della lingua, di cui i fondatori hanno dichiarato che sono gli italiani a detenere il primato organizzato e, quindi, è la pagina "Pirati in Viaggio" ad essere la più utilizzata.

Partendo, quindi, da un discorso generale sulle startup di turismo, mi andrò a focalizzare sulle due travel startup sopracitate, analizzandole, in primo luogo, generalmente, per poi concentrarmi sui differenti servizi che offrono e sulle rispettive pagine web. A tal proposito, confronterò, in seguito, gli strumenti e le strategie di marketing adottati, i social networks utilizzati da entrambe, in quanto opportunità fornite dai nuovi strumenti informatici gratuiti offerti dalla rete, quali i social networks e le piattaforme che consentono l'apertura di siti web, gratuitamente o con l'ausilio di piccoli investimenti.

Inoltre, illustrerò le idee vincenti che le caratterizzano e i risultati che hanno ottenuto nel corso degli anni e terminerò la sezione dedicata parlando del loro futuro e, quindi, delle aspettative all'interno di un mercato così grande, con il quale bisogna stare sempre al passo, per non essere schiacciati dalla concorrenza.

Il finale dell'elaborato si riferisce alle ultime osservazioni riguardanti il fenomeno delle startup innovative, quanto questo crescerà negli anni, e quale sarà il possibile futuro di esse all'interno del mercato, sia globale che locale.

Conclusione

Il fine dell'elaborato, come è stato possibile notare, era quello di analizzare il concetto di startup digitale prendendo in esame il caso della Happy Low Cost.

Innanzitutto, avendo analizzato il suddetto caso, bisogna trarre delle conclusioni: Happy Low Cost risulta essere una startup non pienamente matura, che, di fatto, necessita di una revisione della business idea.

L'oggetto della vendita risulta essere chiaro - ovvero il servizio offerto mira alla ricerca e alla promozione di offerte vantaggiose, sia economicamente sia qualitativamente - e altrettanto chiaro risulta il destinatario di questo oggetto - ovvero gli utenti della global travel community. Ciò che non convince ancora, e che rende il servizio di Happy Low Cost ancora poco conosciuto e fruibile nel settore, oltre al fattore derivante dal vasto panorama in cui deve inserirsi, è dunque la modalità di vendita e promozione del servizio e ciò risulta essere frutto dalla mancanza di innovazioni: abbiamo visto come non risulta essere sufficiente l'idea che si pone alla base della travel startup se non implementata dal fattore chiave dell'innovazione per far sì che la community sia resa parte integrante dello stesso servizio proposto.

La ricerca e l'impiego di nuove tecnologie, l'ampliamento dell'offerta, l'aggiunta di nuovi canali social di connessione e condivisione sono sicuramente i punti su

cui qualsiasi startup digitale in fase di sviluppo e la nostra Happy Low Cost dovrebbero puntare, al fine di offrire agli utenti un'esperienza multimodale.

Inoltre, poiché il mercato globale si dimostra essere estremamente fertile, anche l'eventualità di fusioni con società simili e acquisizioni da parte di grandi società rappresenta una prospettiva interessante.

Certamente una startup digitale che faccia convergere le caratteristiche presenti nella propria business idea in maniera vincente, riuscendo ad attuare scelte strategiche, intelligenti e mirate, organizzative e finanziarie utili per un progetto imprenditoriale che ha l'intenzione di perseguire ed attuare, grazie anche ai numerosi incentivi economici messi a disposizione da gran parte dei Paesi europei che credono nel concetto del digitale, potrà preservare la propria autonomia e rendersi interessante sul mercato, facendosi conoscere, destreggiandosi nella competitività dell'ambiente in cui opera e potendo aspirare a diventare leader nel settore.

Bibliografia

Blanchard O., *Macroeconomics* – 5th Edition, Pearson International Edition

Carraro C. e Clara Graziano C., *Mercati oligopolistici e strategie dell'impresa*, Bologna, Il Mulino, 1993

Imprenditorialità Giovanile SpA a cura di, *Oltre lo start-up – I percorsi di consolidamento delle imprese 44*, Torino, Edizioni Gruppo Abele, 1997

Grant A., *Essere originali: come gli anticonformisti cambiano il mondo. La sfida al pensiero comune per creare nuove idee*, Milano, Hoepli, 2016

Mansfield E., *The speed of response of firms to new techniques*, Quarterly Journal of Economics (77), Harvard University, 1963

Momigliano F., *Economia industriale e teoria dell'impresa*, Bologna, Il Mulino, 1975

Montesano G., *Affiliate Marketing. Tutta la verità sull'Advertising che funziona*, Milano, Hoepli, 2016

Porter M. E., *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*, New York: The Free Press, 1985

Prandina D. a cura di, *Start up, il manuale di riferimento per iniziare un nuovo business*, Il Sole 24 Ore, 2001

Schumpeter J., *La teoria dello sviluppo economico*, Torino UTET, 1932

Startups in Italy - Facts and Trends, Mind the Bridge Survey, 2012

Sitografia

<http://www.amazon.com>

<http://www.aster.it/indicatori/focus-start-up>

<http://www.borsaitaliana.it>

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

<https://www.collapsed.com>

<https://www.facebook.com/Piratinviaggio.it/>

<http://www.fe.camcom.it/attivitaistituzionali/registro-imprese/start-up/start-up>

<http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2017/01/20/17A00326/sg>

<http://www.giovaneimpresa.it>

<http://www.happylowcost.it/>

<http://www.ideastartup.it>

[http://www.infodata.ilsole24ore.com/2016/10/22/startup-italiane-dove-sono-
quanto-valgono-e-chi-ce-dietro/?refresh_ce=1](http://www.infodata.ilsole24ore.com/2016/10/22/startup-italiane-dove-sono-quanto-valgono-e-chi-ce-dietro/?refresh_ce=1)

[https://it.businessinsider.com/volete-aprire-unazienda-meglio-farlo-in-uno-di-
questi-nove-paesi/](https://it.businessinsider.com/volete-aprire-unazienda-meglio-farlo-in-uno-di-questi-nove-paesi/)

<https://media.piratinviaggio.it/docs/cs-sondaggio-turismo-sostenibile-tzqw.pdf>

[http://www.myenglishschool.it/magazine/2016/10/07/le-citta-migliori-in-cui-
avviare-una-startup](http://www.myenglishschool.it/magazine/2016/10/07/le-citta-migliori-in-cui-avviare-una-startup)

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

<http://www.piratinviaggio.it/media/docs/piratinviaggio-errori-di-prezzo-tcjk.pdf>

<http://www.piratinviaggio.it/media/docs/prenotazioni-via-smartphone-tri1.pdf>

[http://www.repubblica.it/rubriche/startup-
stories/2017/03/17/news/_collapsed_i_fallimenti_delle_startup_come_base_p
er_futuri_successi-160774869/](http://www.repubblica.it/rubriche/startup-stories/2017/03/17/news/_collapsed_i_fallimenti_delle_startup_come_base_per_futuri_successi-160774869/)

<http://www.startupbusiness.it>

<http://www.startupbusiness.it/lecture-16-how-to-run-a-user-interview/80752/>

[http://www.startupbusiness.it/startup-ecosystems-in-the-world-scopri-la-spagna-
e-barcellona/83012/](http://www.startupbusiness.it/startup-ecosystems-in-the-world-scopri-la-spagna-e-barcellona/83012/)

<http://www.startupheatmap.eu/>

<http://startupitalia.eu/65952-20161123-le-10-regole-per-essere-un-buon-leader-secondo-il-world-economic-forum>

<http://www.startupover.com/>

<http://startup.registroimprese.it>

<http://www.sviluppoeconomico.gov.it>

<http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php/it/impresa/competitivita-e-nuove-imprese/start-up-innovative>

<http://www.tiscali.it>

<https://www.twitter.com/piratinviaggio>

<http://www.universalweb.ch/5-startup-che-hanno-fallito-e-gli-errori-da-evitare/>

<http://urbanpost.it/dove-aprire-una-startup-ecco-la-classifica-delle-10-citta-migliori-al-mondo-per-avviare-unimpresa-innovativa/>