ALTIS
ALTA SCUOLA
IMPRESA E SOCIETÀ

Università Cattolica del Sacro Cuore

globalsocialventure COMPETITION

ITALIAN ROUND '10

Ideata e promossa da:

University of California Berkeley Haas School of Business

In Partnership con:

London Business School

Columbia Business School

Yale School of Management

ISB

Edizione italiana 2010 a cura di ALTIS in collaborazione con:

IBAN® Associazione Italiana degli investitori Informali in Rete
Italian Business Angels Network Association

Fondazione Politecnico di Milano

Politecnico di Milano
Acceleratore d'impresa

MF Milano Finanza

VITA europe
the hub of the European non profit sector

Il primo mensile degli studenti CAMPUS

SOLARE BUSINESS

Università Cattolica del Sacro Cuore
ALTIS, Alta Scuola Impresa e Società
Via San Vittore 18 – 20123 Milano
Tel. +39 02 4851.7156 – Fax +39 02 4802.9537
E-mail: altis@unicatt.it
www.unicatt.it/altis

Università Cattolica del Sacro Cuore

L'idea

Si tratta di un **concorso internazionale** che intende favorire e sponsorizzare **nuove imprese a forte rilevanza sociale (*social venture*).** L'iniziativa prevede una **prima selezione sul territorio nazionale in cui saranno scelte e premiate le migliori proposte per nuove *social venture***.

Le *social venture* candidabili (siano esse profit o non profit) devono essere finanziariamente sostenibili e includere parametri quantificabili di impatto sociale e/o ambientale coerenti con la mission.

Esse non hanno nessuna restrizione in termini di confini territoriali, possono operare su qualsiasi territorio e rivolgersi a clienti di qualsiasi parte del mondo.

Tra le proposte selezionate a livello nazionale, le migliori saranno scelte per la **competizione internazionale GSVC** e concorreranno, con altre proposte provenienti da tutto il mondo, per l'assegnazione di premi che vanno da 5.000 a 25.000 dollari, attribuiti ai team che hanno sviluppato i progetti più significativi.

I promotori

I partner fondatori di questa iniziativa sono:

- Haas School of Business (UC Berkeley, CA);
- Columbia Business School (New York, USA);
- London Business School (London, UK);
- Indian School of Business (Hyderabad, India);
- Yale School of Management (Connecticut, USA).

ALTIS (Alta Scuola Impresa e Società dell'Università Cattolica del Sacro Cuore) è partner per l'Italia.

In Europa, altri outreach partner sono ESSEC Business School per la Francia e University of Geneva School of Business per la Svizzera.

Tra gli altri partner nel mondo si citano: Thammasat University, IMBA - Thailandia, Korea University, Seoul National University, Sogang University, Yonsei University.

Mission

Creare una sinergia tra mondo accademico, imprenditoriale e finanziario al fine di favorire la nascita e lo sviluppo di imprese presso giovani imprenditori, in cui sostenibilità economica e impatto sociale e/o ambientale siano integrati nella strategia aziendale, in una prospettiva d'azione win-win.

Chi può partecipare

Un team di persone, di cui almeno un membro sia uno studente o un neolaureato con laurea magistrale o Master in discipline economiche e/o scientifiche, conseguita non prima di Maggio 2008. Tale studente deve essere attivamente coinvolto nello sviluppo del business plan della nuova *social venture*.

Possono partecipare al concorso anche imprese già avviate che non siano nate prima di Maggio 2007.
A completamento del team è ben accetta (pur non costituendo un requisito necessario) la presenza di un imprenditore o professionista che abbia già maturato esperienza nel settore di competenza del progetto.

Che cosa occorre presentare per partecipare al concorso

- Per la prima selezione: un Executive Summary.
- Per la selezione finale, riservata ai team che hanno superato il primo screening: un Business Plan.

Scadenze

Entro il **30 Ottobre 2009** presentazione di un Executive Summary (ES) ad ALTIS. Una commissione di esperti effettuerà una prima selezione sulla base di tali documento. La commissione si riserva un periodo di 10 giorni per la valutazione. Qualora l'ES ottenga una valutazione positiva, il Team riceverà notifica di procedere con la stesura del Business Plan.

I Team selezionati saranno invitati a presentare il business plan entro il **10 Dicembre 2009**. Sette Business Plan verranno scelti per essere presentati alla finale nazionale che si svolgerà il giorno 11 **Febbraio 2010**.

L'evento di presentazione delle sette *social venture* finaliste prevede l'assegnazione di premi per i vincitori del round nazionale per il valore di alcune migliaia di euro.

Febbraio 2010: presentazione delle migliori *social venture* italiane a GSVC London Business School per ottenere l'accesso al round internazionale del concorso.
Nel caso in cui una o più delle proposte presentate vengano selezionate per la finalissima, ALTIS rimarrà il punto di riferimento per i team italiani scelti.

Aprile 2010 GSVC GLOBAL Finals, Berkeley, California USA.

Per informazioni sulla modalità di iscrizione e sui premi consultare il sito: www.gsvc.it
o scrivere a: globalcompetition.altis@unicatt.it

Che caratteristiche deve avere la proposta di social venture

A1. Deve essere finanziariamente sostenibile;

A2. Deve includere indicatori in grado di quantificare l'aspetto socio-ambientale integrato nella strategia dell'impresa. Per ulteriori informazioni scarica le linee guida per la valutazione dell'impatto sociale/ambientale (Social Impact Assessment) nella sezione "documenti" del sito internet al link http://altisgsvc.wordpress.com/documenti/

B1. A corredo del business plan deve essere allegata la dichiarazione d'impegno e coinvolgimento degli studenti parte del team;

B2. Per i business plan qualificati per la finale, uno degli studenti del team dovrà presentare il progetto di fronte a una giuria di esperti.

C. La nuova *social venture* proposta non deve essere operativa da prima di Maggio 2007. Come data d'inizio si considera la data del primo ricavo o del primo brevetto (il primo dei due casi).

D. La *social venture* che si propone non può essere interamente controllata da un ente esistente, sia esso profit o non profit.

E. Uno stesso business plan non può partecipare alla competizione per più di due anni consecutivi.

F. Oltre alla dovuta analisi finanziaria, il business plan deve illustrare la dimensione sociale del progetto secondo i seguenti quattro punti:
1. definizione del valore sociale e/o ambientale e relativo intento;
2. elenco dei primi tre indicatori sociali;
3. ritorni sociali degli investimenti;
4. analisi dell'impatto sociale.

G. Il business plan deve includere una dichiarazione su come il team userà il premio monetario qualora ottenuto alla finale globale.

H. Tutti i business plan che concorrono alla edizione nazionale potranno esser redatti in italiano o in inglese. La fase internazionale del concorso prevede, invece, la stesura di documenti esclusivamente in lingua inglese secondo le indicazioni segnalate dalla commissione GSVC.

Attività previste dall'iniziativa

Global Social Venture Competition non si limita ad essere semplicemente una competizione tra idee d'impresa e start up innovative. L'obiettivo è infatti quello di favorire la nascita e lo sviluppo di nuove iniziative imprenditoriali che coinvolgano attivamente giovani altamente motivati. Tale supporto si declina in tre tipi di attività:

1. **Formazione:** per coloro che supereranno la prima fase di selezione (basata sulla valutazione dell'ES) saranno offerte gratuitamente alcune giornate di formazione per l'elaborazione del business plan e per la valutazione dell'impatto sociale e ambientale della propria idea imprenditoriale;

2. **Mentoring:** a coloro che supereranno la prima fase di selezione sarà affiancato, se richiesto, un mentor il quale metterà la propria esperienza a disposizione del team per la stesura del Business Plan;

3. **Networking:** i partecipanti avranno accesso ad un network di relazioni che coinvolge attivamente mondo universitario, imprenditoriale e società di venture

capital, dalla cui interazione potranno nascere numerose opportunità di sviluppo per le migliori idee.

Criteri di valutazione

I criteri con cui verranno giudicati i piani d'impresa sono i seguenti:

Ritorni finanziari sugli investimenti: profondità di analisi a supporto della sostenibilità finanziaria dell'iniziativa.

Valutazione dell'impatto sociale/ambientale: chiarezza, importanza, e grado di misurabilità dell'impatto.

Modello di Business e Opportunità: precisione e dettaglio del modello di business alla luce delle opportunità di mercato e dello scenario competitivo.

Opportunità finanziarie: capacità della nuova impresa di attirare potenziali investitori (co-investment) alla luce del contesto competitivo in cui l'attività si propone di operare (includendo potenziali finanziamenti da fondazioni, fondi sociali, angel investor e venture capitalist)

Scalabilità: questo criterio è unico per ogni business plan. La scalabilità include il potenziale di crescita o di replicabilità dell'impresa (tendendo in considerazione anche come gli obiettivi finanziari e sociali/ambientali possono essere scalabili)

Management team: punti di forza dei membri del team in grado di affrontare gli aspetti, funzionali, sociali e di settore relativi all'impresa. Mentre è raccomandato che nel team ci sia un neolaureato o laureando in business management si consiglia vivamente di includere nel team imprenditori e professionisti con considerevole esperienza.

Integrazione nella missione dell'aspetto finanziario con l'aspetto sociale/ambientale: integrazione dei due aspetti dal punto di vista funzionale e organizzativo.

Eleggibilità: le imprese esistenti non possono avere più di tre anni di vita relativamente a ricavi o brevetti/licenze (il primo cronologicamente).

Calendario

Date	Evento	Materiale
Entro il 30 Ottobre 2009	Presentazione ad ALTIS della proposta di nuova *social venture*. Selezione basata sugli Executive Summary. Ai team selezionati verrà affiancato un 'mentor' per aiutare il team nella stesura del business plan da presentare alla finale nazionale.	Executive Summary (italiano o inglese)
10 Dicembre 2009	Consegna dei business plan da parte dei team selezionati per la finalissima italiana, per la quale verrà identificata una rosa di sette proposte.	Business Plan (italiano o inglese)
Entro la fine di Gennaio 2010	Comunicazione dei Business Plan che avranno accesso alla selezione internazionale presso la London Business School.	Executive summary in lingua inglese
11 Febbraio 2010	Evento di presentazione ufficiale delle sette *social venture* selezionate davanti a una commissione di venture capitalist. Premiazione dei business plan vincitori a livello nazionale.	Presentazione alla commissione nazionale del Business Plan (italiano)
Marzo 2010	Gli eventuali finalisti selezionati presenteranno il business plan alla London Business School. Nel caso venga superata la seconda selezione, i Business Plan verranno inviati per la Finale Mondiale presso l'Università di Berkeley, CA, negli Stati Uniti.	Business plan in lingua inglese
Aprile 2010	Finale Mondiale presso l'Università di Berkeley, CA.	Presentazione alla commissione globale del Business Plan

FAQ:

Vorrei partecipare con la mia start-up/idea di impresa ma il mio team non dispone di una persona con i requisiti richiesti (studente/neolaureato di laurea specialistica in discipline economiche, ingegnerie o scienze politiche), come posso fare?
Per le imprese che desiderano partecipare a GSVC ma non dispongono della persona con i suddetti requisiti, il team di GSVC si impegna ad individuare tra studenti e neolaureati potenziali nuovi membri del team, i quali dovranno essere attivamente coinvolti nel processo di elaborazione del business plan.

Sono uno studente che vorrebbe partecipare a GSVC ma non ho un'idea di impresa da proporre. Come posso fare?
Sono bene accetti studenti che desiderino partecipare a GSVC anche se al momento privi di un'idea imprenditoriale definita. Il team di GSVC si impegna a dare loro supporto inserendoli in realtà imprenditoriali già costituite ma che necessitano della presenza di un giovane nel proprio team.

Vincitori delle edizioni precedenti di GSVC:

2009 – Italian Round

Contrada degli Artigiani – 1° Classificato(€ 14.500)

Contrada degli Artigiani è una casa che diventa bottega artigiana, coniugando aspetti economici e sociali, bellezza ed eccellenza, educazione e lavoro. Nasce da un'esperienza di accoglienza ed educazione di giovani che dopo la formazione arrivano al lavoro, affiancati da esperti artigiani che insegnano loro il mestiere dell'artigiano artista.
L'introduzione dei ragazzi alle dinamiche ed ai principi dell'organizzazione aziendale e della cultura del lavoro permette l'apprendimento di un mestiere altamente professionale. Contrada degli Artigiani è una cooperativa di produzione e lavoro costituita nel 2008 tra artigiani e ragazzi che nasce nell'ambito dell'esperienza di Cometa, un'opera di accoglienza ed educazione di bambini e famiglie. È un'iniziativa promossa da Fondazione Cometa e sostenuta negli aspetti educativi e formativi da Cometa Formazione scs.
www.contradadegliartigiani.com

Idrogen2 – 2° Classificato (€ 10.500)

Idrogen2 nasce a partire da una pluriennale esperienza nella progettazione e commercializzazione di Elettrolizzatori per la produzione di idrogeno, e la consulenza per il risparmio energetico e il

miglioramento dell'efficienza dei processi produttivi. Ha forti legami con le università lombarde e partecipa ad un progetto europeo per il risparmio energetico degli edifici.
La sede operativa è all'interno del Polo Tecnologico della Brianza a Desio. Idrogen2 ha sviluppato un nuovo concetto di elettrolizzatore che può essere installato comodamente presso l'utente finale a basso costo, ma con alta efficienza, affidabilità e sicurezza.
www.idrogen2.com

2009 International Edition – Global Final

EcoFaeBrick - 1st place: ($25,000)

EcoFaeBrick, in conjunction with Faerumnesia, produces high quality and low price bricks by utilizing the abundant cow dung in Godean and Sayegan, Jogjakarta. The utilization of the cow dung will not only solve the hygiene problem but also reduce the exploitation of the un-renewable clay. The replacement of firewood with the cow dung methane biogas in the combustion process brings a lower production cost with a more environmental friendly process. EcoFaeBrick also empowers rural people through close partnership with local communities.
Using business model which involves the housing developers, NGOs, and local communities, EcoFaeBrick builds a sustainable market demand to ensure an interesting financial return to the investors. The EcoFaeBrick's expansion plan focuses on areas with rapid development and high concentration of cattle farm. EcoFaeBrick offers a feasible solution for rapidly developing areas not only in Indonesia but also in other emerging countries.

www.ecofaebrick.com

mPedigree Logistics - 2nd place: ($10,000)

mPedigree Logistics provides pharmaceutical companies with robust anti-counterfeit solutions appropriate for emerging markets, with added value via mobile marketing and granular supply chain oversight. The WHO estimates that up to 30% of drugs sold in developing nations are fakes, containing little to no active ingredients or laced with malicious chemicals. The growing global counterfeit drug market is estimated to reach US $75 billion by 2010, forming about 10% of all global pharmaceutical trade. Our technology leverages the power of 4 billion cell phones worldwide. With our service, consumers can check their drugs before use with a simple text message. Genuine manufacturers can reclaim market share lost to counterfeiters while boosting sales with targeted advertisements at the point of purchase, a world-first innovation.

www.mpedigree.org

SolarCycle - 3rd place: ($5,000)

SolarCycle's primary innovation is a low-cost reflective material made from used plastic bags and the interior of metalized chip bags that can replace mirrors in solar concentrating applications for developing countries. We've designed this product to help low-income urban Africans turn a local trash problem into a cheap, green and revolutionary new product that can assist rural people with both solar cooking and water pasteurization.
SolarCycle will address the staggering environmental damage and negative health effects caused by contaminated drinking water and indoor air pollution in the developing world with its two products. A solar cooker made from our material would be durable and the most affordable on the market. Additionally, we have developed a novel pasteurizer design that takes advantage of a large collection area made possible by the low cost of our material to purify water for an entire village for ten years for only $350.

www.solarcycleafrica.com

Past Editions

www.revfoods.com

www.dlightdesign.com

www.worldofgoodinc.com

www.rippleeffects.com

www.xtracycle.com