

Startup SEO 2017

La digitalizzazione delle Startup in Italia

by



instilla

Sommario

Ogni sezione è aperta da una premessa a cura di Emil Abirascid

- INTRODUZIONE
 - Metodologia
 - Credits
- PARTE I: STARTUP ISCRITTE AL REGISTRO
 - Livello base del sito
 - Analisi per Regione e per settore
 - Livello base della SEO
 - Conclusioni
- PARTE II: STARTUP CON FACILITATORI E CONFRONTO CON QUELLE ISCRITTE AL REGISTRO
 - Livello base del sito
 - Livello base della SEO
 - Startup iscritte al Registro vs Startup con facilitatori
 - Conclusioni
- PARTE III: I FACILITATORI
 - Metodologia
 - Ranking facilitatori
 - Conclusioni
- INSTILLA



Introduzione



Lo status dell'alfabetizzazione digitale base delle Startup in Italia

a cura di Emil Abirascid

“

Startup è ormai divenuta parola di uso comune, nell'immaginario collettivo la si associa a una realtà che fa qualcosa di digitale ed è fondata da giovani. Nella realtà è qualcosa di molto più profondo e strutturale, intanto è bene ricordare che le startup sono delle imprese, che nascono, crescono, si sviluppano, alcune muoiono. Poi è bene ricordare anche che non necessariamente sono fondate da giovani e non necessariamente sono solo digitali ma eventualmente usano gli strumenti digitali per fare cose innovative legate per esempio alle biotecnologie, all'energia, alla logistica, ai nuovi materiali, alla finanza e a molto altro ancora. Una startup si chiama così fino a che non cresce fino a diventare scaleup e poi, se cresce ancora, un'impresa globale o addirittura una unicorn quando il suo valore supera il miliardo di euro. In Italia c'è anche un'altra definizione di startup ed è quella imposta dalla legge del 2012, che definisce per decreto le caratteristiche delle cosiddette startup innovative, che per essere considerate tali devono iscriversi all'apposito registro che ne conta ormai una cifra che corre verso le 10mila. **Sono queste startup riconosciute dalla legge, veramente tutte innovative?** È veramente così importante badare alla quantità delle startup che si iscrivono e non anche alla qualità delle loro attività? Vi sono opinioni contrastanti in merito, ciò che però può aiutare a comprendere quanto esse siano effettivamente innovative, al di là dei parametri di legge, ma in un contesto di competitività reale dettato dal mercato, è l'uso che esse fanno degli strumenti digitali di base come la creazione di un sito web efficiente. Questo è l'oggetto d'analisi di questa ricerca che, anche in questa sua seconda edizione, evidenzia come l'impiego di tali strumenti è troppo spesso ancora sottovalutato sia tra le startup del registro di Stato sia a quelle che non necessariamente sono iscritte a tale registro.

”



OBIETTIVO E PARAMETRI ANALIZZATI

Questo report vuole **contribuire alla definizione di un quadro della consapevolezza digitale in Italia** calcolando un indice di digitalizzazione delle startup innovative.

L'analisi prende in considerazione due tipi di parametri:

1. Livello base del sito: parametri relativi alla minima fruibilità del sito;
2. Livello base della SEO: parametri relativi ai requisiti per avere un sito minimamente ottimizzato per essere indicizzato da Google

I CAMPIONI E I PROBLEMI METODOLOGICI

Il report analizza due campioni di startup:

1. il primo è composto dalle **imprese iscritte al Registro delle Startup innovative**, aggiornato a luglio 2017. Le analisi online sono state effettuate nel mese di settembre 2017.
2. Il secondo è composto dalle **imprese supportate da un acceleratore, incubatore o investitore**. I dati sono stati presi dai siti degli acceleratori, incubatori e investitori nell'estate 2017. Le analisi online sono state effettuate nel mese di settembre 2017.

Considerata l'impossibilità di distinguere i due campioni in quanto alcune delle startup supportate da facilitatori sono anche iscritte al Registro, si è scelto di analizzarli separatamente ed evidenziare le eventuali differenze.



Livello base del sito: i parametri analizzati e perché sono importanti

Per costruire un'analisi oggettiva sono stati utilizzati **parametri di valutazione che Google indica come standard del web moderno*** e analizzabili tramite tool pubblicamente accessibili:

- il **Mobile Friendly Test**, che indica se un sito web è ottimizzato per la visualizzazione da smartphone e tablet;
(link: <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly>)
- il **Mobile Page Speed**, che indica la velocità di caricamento delle pagine del sito web da smartphone e tablet.
(link: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>)

Entrambi i parametri impattano sull'indicizzazione nei motori di ricerca sia direttamente che indirettamente, andando a influenzare il cosiddetto «bounce rate», ovvero il tasso di visitatori che accedono al sito ed escono entro pochi secondi. Si è scelto di concentrarsi sul lato mobile dato che la navigazione da mobile ha superato già dal 2016 quella desktop ed è aumentata ulteriormente negli ultimi anni**.

* <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/it-it/risorse-di-marketing/dati-e-strumenti-di-misurazione>:

* <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/it-it/canali-pubblicitari/mobile/la-velocita-sui-dispositivi-mobili-e-importante/>

** http://www.ansa.it/sito/notizie/tecnologia/tlc/2016/11/02/traffico-mobile-sorpassa-quello-da-pc_ecf85874-4f9c-4ffc-a36d-d9ed16e350a1.html



Livello base della SEO: i parametri analizzati e perché sono importanti 1/2

La valutazione sull'ottimizzazione SEO on-site dei siti delle startup innovative che hanno superato il livello base del sito è stata condotta misurando i seguenti parametri:

- **Title e Meta description:** sono tag HTML che formano lo snippet* di una pagina tra i risultati di ricerca. Trattandosi dei primi elementi che l'utente vede a seguito di una ricerca, è fondamentale che siano il più possibile accattivanti così da indurre l'utente a cliccare. Un title ottimale contiene la parola chiave principale verso l'inizio del tag e non dovrebbe superare i 65-70 caratteri, spazi compresi. Il limite di caratteri per la meta description, invece, è di 160 caratteri.
- **Heading (h1, h2, h3):** in HTML, heading h1 identifica il titolo principale, mentre h2 e h3 vengono utilizzati per sottotitoli e titoli dei paragrafi. Dal punto di vista SEO, il titolo h1 è quello che ha maggiore impatto sul posizionamento di una pagina e deve contenere la keyword principale. Anche i tag h2 e h3 incidono sul posizionamento della pagina. Idealmente, questi dovrebbero contenere sinonimi e parole chiave correlate alla keyword principale.

* Per snippet si intende una piccola porzione di testo relativa a una pagina web che Google mostra tra i risultati di ricerca



Livello base della SEO: i parametri analizzati e perché sono importanti 2/2

- **Sitemap:** è un file, solitamente in formato xml, che esplicita a Google la gerarchia delle pagine di un sito, aiutando i crawler (software che analizza i contenuti in modo automatizzato) a comprendere l'organizzazione dei contenuti. La sitemap è utile soprattutto se:
 - il sito contiene molte pagine
 - il sito è nuovo e riceve pochi link in entrata
 - le pagine del sito non sono collegate in maniera ottimale
- **Robots.txt:** è un file che fornisce ai crawler dei motori di ricerca informazioni per impedire l'indicizzazione di quei contenuti che è necessario avere sul sito ma non si desidera mostrare tra i risultati di ricerca, perché di scarso valore per chi effettua ricerche su Google (come la pagina della privacy o il login al sito).
- **WWW vs naked domain:** quando si crea un sito bisogna decidere se usare la versione con www o senza www. La possibilità di accedere al sito da entrambe le versioni non è ottimale per la SEO perché Google interpreta le due versioni come siti differenti.
- **Attributo alt in HTML:** il tag alt è il "testo alternativo" dell'immagine, utile a ottimizzare semanticamente un'immagine. Ha un impatto diretto sul posizionamento e appare se il browser non riesce a caricare l'immagine.
- **Tag lang:** il tag hreflang serve a presentare agli utenti la versione linguistica adatta del sito in base alle preferenze di ricerca e alla localizzazione; la sua assenza, in particolare nei siti multilingua, potrebbe compromettere l'esperienza utente e di conseguenza peggiorare il ranking del sito.



Metodologia estrazione dati

ANALISI LIVELLO BASE DEL SITO

Sito esistente: per il Registro delle imprese, dal registro stesso, mentre per le startup con facilitatori è stato preso dal sito di ogni incubatore, acceleratore o finanziatore

Sito funzionante: effettuando una chiamata automatica al server del sito e analizzando la risposta

Mobile responsive: utilizzando il Google Mobile Friendly Test, pubblicamente accessibile all'indirizzo

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly>

Mobile speed: utilizzando il Google Mobile Page Speed Test, accessibile all'indirizzo

<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>

ANALISI LIVELLO BASE DELLA SEO

Title e Meta description: estraendo il contenuto del tag "title" e "meta" all'interno del sito

Heading (h1, h2, h3): estraendo il contenuto del tag "h1", "h2" e "h3" all'interno del sito

Sitemap: effettuando una chiamata *sito/sitemap.xml*

Robots.txt: effettuando una chiamata *sito/robots.txt*

WWW vs. naked domain: effettuando una chiamata *www.sito* e una chiamata *sito*

Attributo alt: automatizzando il conteggio dell'attributo "alt" all'interno del tag "img"

Tag lang: estraendo il contenuto del tag "lang" all'interno del sito

Conteggio immagini: estraendo il contenuto del tag "img" all'interno del sito



Credits

Il presente studio è stato sviluppato dagli analisti di **Instilla** **Andrea Innecco**, **Anna Mariscotti** e **Marianna Mucciante** sotto la guida del CEO **Alessio Pisa** e del CMO **Emanuele Seghetti** con il supporto di:



il nostro venture accelerator, che ci ha dato una mano a partire,
crescere e raccogliere i fondi (anche) per questo report



che ha fornito le API per l'analisi SEO

**EMIL
ABIRASCID**

che ha illuminato la strada



che ha fornito un primo elenco di startup



Parte I

Startup iscritte al Registro delle Imprese



Che cos'è il Registro delle Imprese e come funziona

a cura di Emil Abirascid

“

Come accennato nell'introduzione la prima analisi compiuta riguarda i siti web delle startup iscritte al registro delle imprese, quindi quelle che secondo la legge del 2012 rispondono ai criteri di innovatività. Va ricordato che non tutte le startup italiane sono iscritte a tale registro e che quindi l'elenco delle circa 7mila 500 (dato rilevato a luglio 2017) che lo popolano non corrisponde all'intera demografia delle startup italiane e soprattutto va detto che mediamente tali startup hanno volumi di affari molto piccoli, non vi è infatti nel registro una discriminazione tra le startup che sono più cresciute, le scaleup, o quelle che per esempio hanno già sviluppato fatturati o hanno già raccolto fondi da investitori o hanno già partnership industriali attive (esiste la categoria delle Pmi innovative ma non necessariamente si riferisce a startup uscite dalla fase iniziale). Al netto di queste considerazioni e dando per valido il campione del registro di stato emerge comunque che circa la metà delle startup a esso iscritte non ha un sito web sufficientemente operativo. Scorrendo le slide si scoprono anche altre cose, ma che il dato di partenza sia così netto aiuta a comprendere come non sempre l'innovazione e l'utilizzo degli strumenti digitali trovino concretezza, nemmeno tra le startup innovative.

”



Livello base del sito

Startup iscritte al Registro

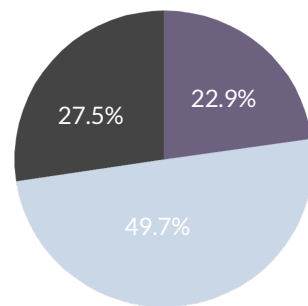


L'analisi dei siti web: i siti funzionanti

Il primo dato che siamo andati ad analizzare è la **presenza di un sito web** dichiarato all'interno del registro delle imprese e se lo stesso risulta funzionante. In questa era digitale è necessario che ogni impresa sia presente online, soprattutto se si tratta di un'impresa innovativa.

Sul totale delle 7568 imprese iscritte nel registro a luglio 2017, 5490 (**il 72,5%**) hanno indicato di avere un sito web.

Di queste, solo 3760 (**il 49,7% del totale**) risultano **funzionanti** a settembre 2017.



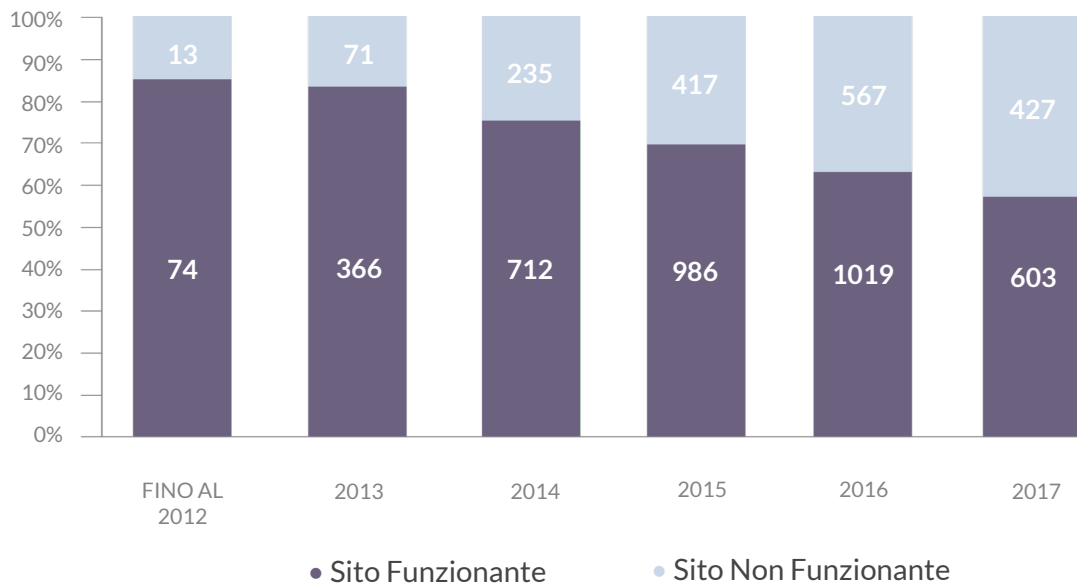
- Sito Non Dichiarato
- Sito Non Funzionante
- Sito Funzionante



L'analisi dei siti web: dettaglio siti non funzionanti per data inizio attività

Il grafico accanto mostra il rapporto tra siti web dichiarati e siti web effettivamente funzionanti con uno spaccato rispetto alla data di inizio attività dichiarata.

Quello che emerge è come **la percentuale di siti web non funzionanti cresca al diminuire degli anni di attività della startup**. Infatti, delle startup che hanno iniziato l'attività nel 2017 ben 427 su 1030 (il 41,4%) risultano avere un sito non funzionante.



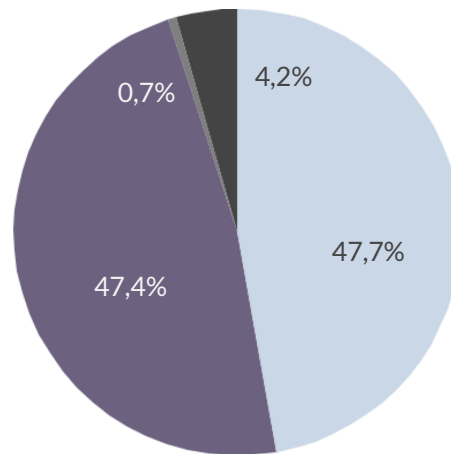
Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio



L'analisi dei siti web: i siti non funzionanti

I 1730 siti web non funzionanti a settembre 2017 si possono classificare in quattro categorie:

- sito web non accessibile (es. per un errore interno o un timeout del server), il 47,7% dei non funzionanti;
- sito web in costruzione: il 47,4% dei casi;
- sito vetrina (cioè siti che presentano solo i dati aziendali e quindi non hanno nessun tipo di indicizzazione su Google), il 4,2% dei non funzionanti;
- dominio scaduto o in vendita, lo 0,7% dei non funzionanti.



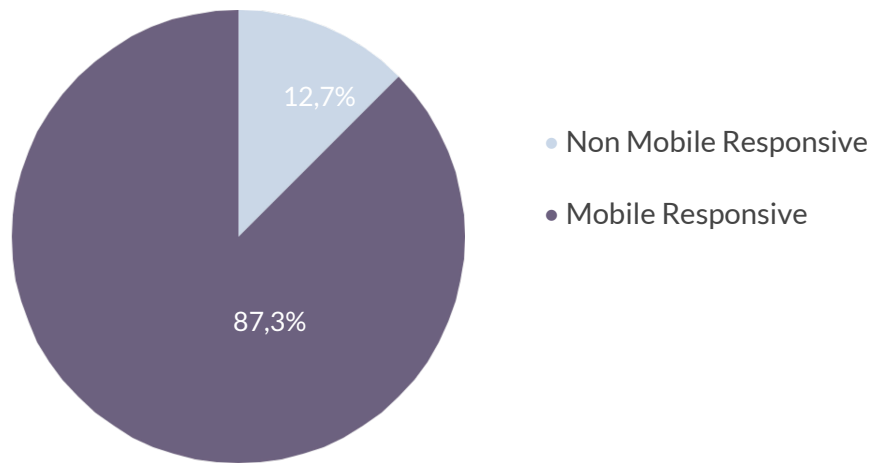
- Sito Non Accessibile
- Sito In Costruzione
- Sito Vetrina
- Sito in Vendita



L'analisi dei siti web: leggibilità da smartphone e tablet

L'analisi mostra che l'87,3% dei siti web funzionanti supera il **Google Mobile Friendly Test**.

Il rimanente 12,7% non rispetta i criteri di Google per far sì che il sito sia riconosciuto dal motore di ricerca come mobile responsive, anche se alla visione di un utente potrebbe risultare ottimizzato.

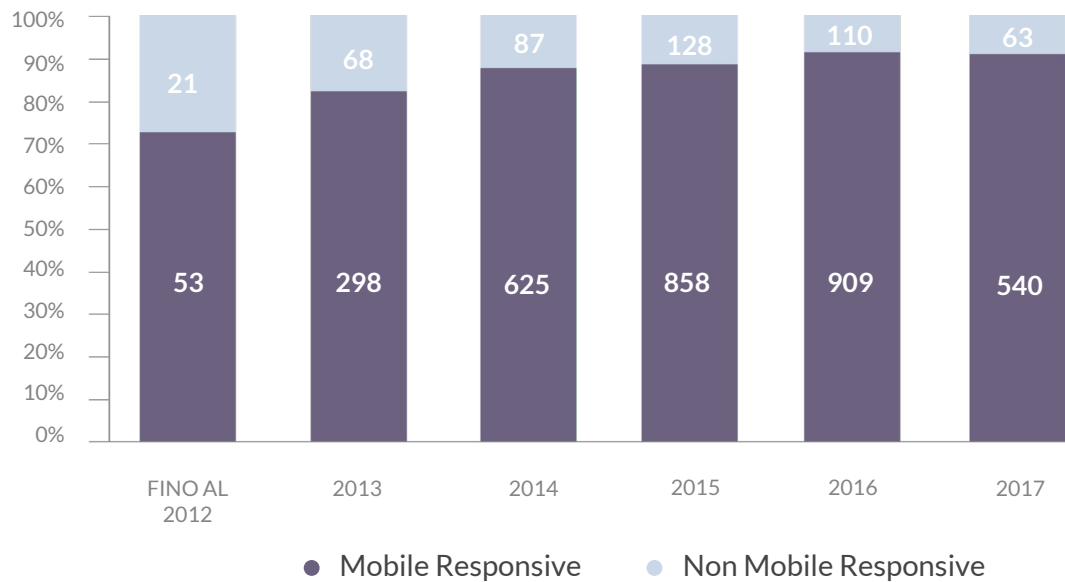




L'analisi dei siti web: dettaglio siti web responsive per data inizio attività

Dal grafico a fianco emerge un trend prevalentemente positivo dei siti web responsive sul totale dei funzionanti.

Realisticamente, **le startup che hanno cominciato l'attività più recentemente danno maggior attenzione a tematiche attuali come la *responsiveness*.**



Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio

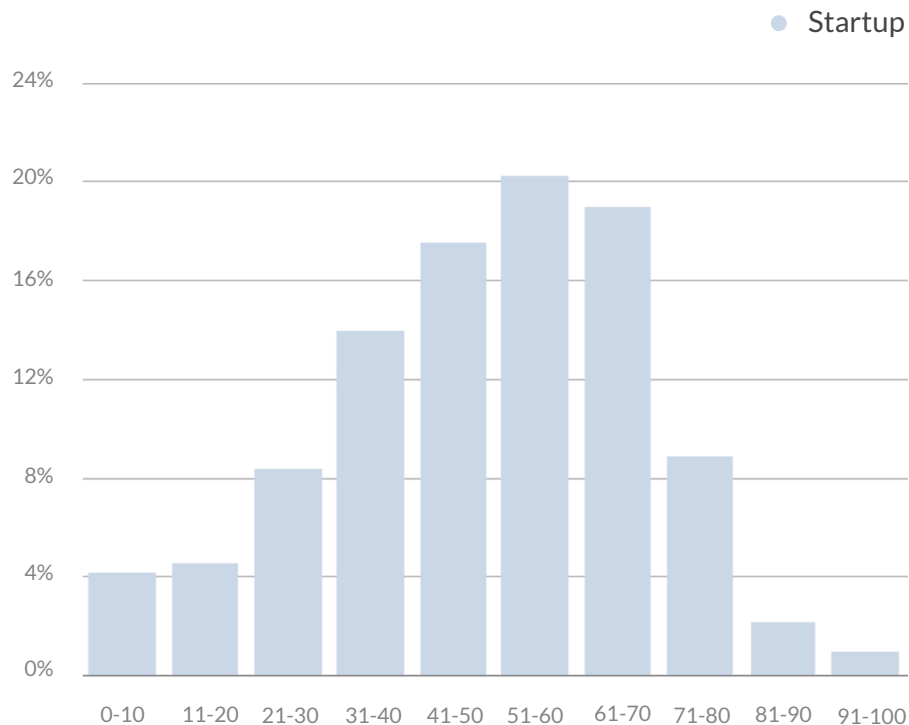


L'analisi dei siti web: i siti e la *mobile page speed*

Il grafico a lato mostra la distribuzione della **Google Mobile Page Speed** per le startup che hanno un sito web funzionante. È significativo come ben il 69% dei siti web responsive non raggiunga il punteggio di 60/100.

Sono invece considerati da Google come siti ottimali dal punto di vista della Mobile Page Speed (quindi con punteggio superiore a 70) il 12,1% dei siti web funzionanti. Dei siti web funzionanti solo il 31% ottiene un punteggio sufficiente di Mobile Page Speed.

Ci teniamo a sottolineare che **non è semplice creare un buon sito che sia anche sufficientemente veloce** ma è proprio questo che fa la differenza tra siti ben costruiti e di conseguenza meglio indicizzati rispetto agli altri.



Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio e Google

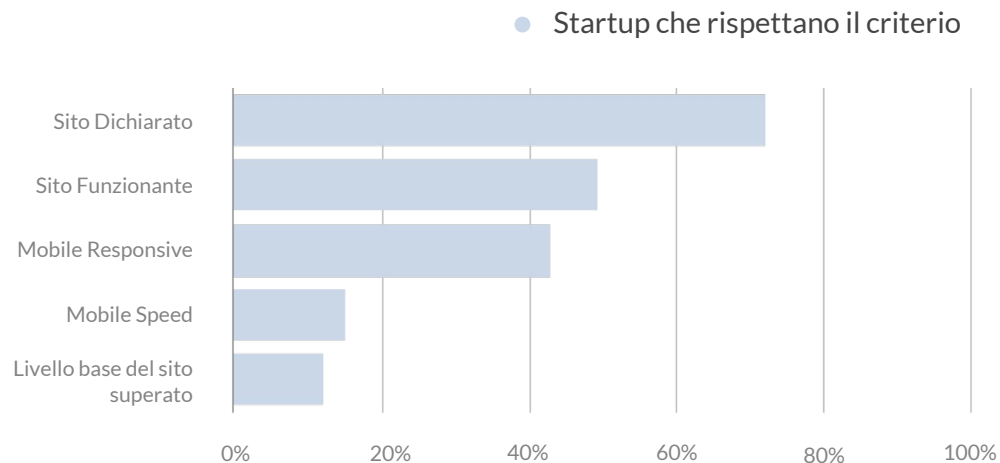


L'indice del livello base del sito delle startup

Per costruire un indice del livello base del sito delle startup innovative, partiamo dall'assunto naïf che gli unici siti web delle startup siano quelli dichiarati. Prendiamo quindi come indice la percentuale di siti web *responsive* e con Mobile Page Speed maggiore o uguale a 60/100 rispetto al totale delle startup iscritte al Registro.

Il grafico qui a lato riassume le percentuali sul totale delle 7568 startup iscritte al Registro: il 72,5% ha dichiarato di avere un sito web, per il 49,7% abbiamo individuato un sito effettivamente funzionante, il 43,4% ha un sito responsive, e solo il 15,3% ha un sito che raggiunge i criteri minimi di performance mobile di Google.

Le startup che rispettano tutte le condizioni sono il 12,4% del totale (940 startup).

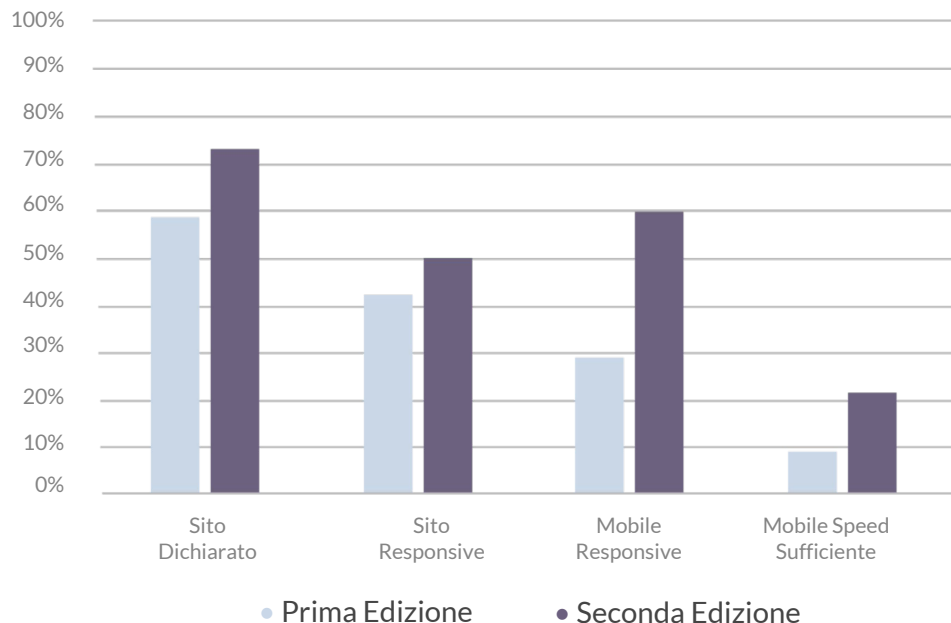




Trend di evoluzione Report 2017 vs Report 2016

Per analizzare l'evoluzione dell'indice di digitalizzazione, sono stati messi a confronto i dati di questo report con quelli del report pubblicato da Instilla nel 2016.

In questo report si nota un generale miglioramento nel grado di digitalizzazione delle startup rispetto all'anno precedente con un incremento delle prestazioni relativamente a tutti gli indici in esame.



Rielaborazione di Instilla su dati Registro delle Imprese

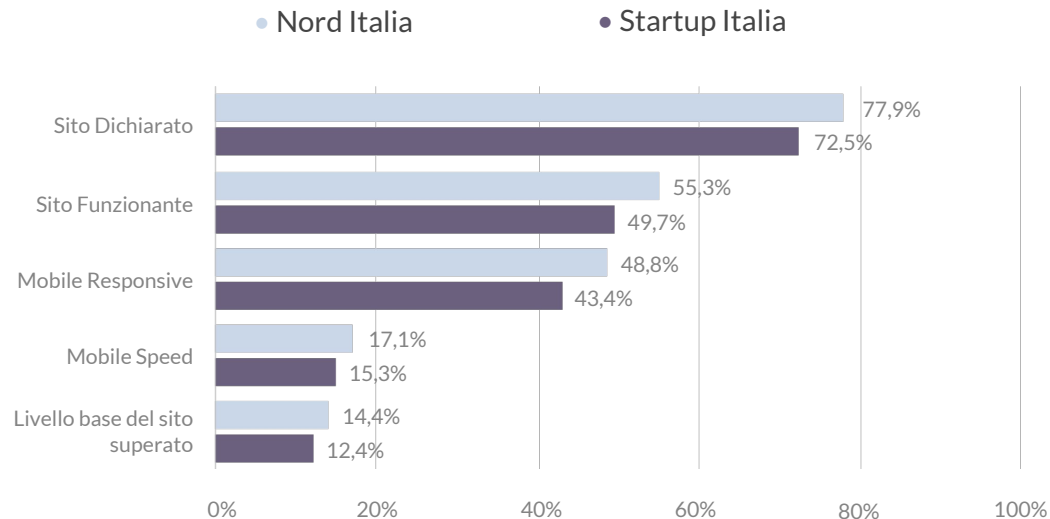


La digitalizzazione del Nord Italia

Le percentuali legate alle startup del Nord Italia risultano più alte della media italiana.

Delle 4056 con sede nel Nord d'Italia si riporta un 78% con un sito dichiarato, un 55% con un sito funzionante, un 49% con siti web responsive e un 17% con Page Speed sufficiente.

Sono il 14,3% del totale (582) le startup che hanno superato il livello base del sito (la media nazionale è di 12,4%)

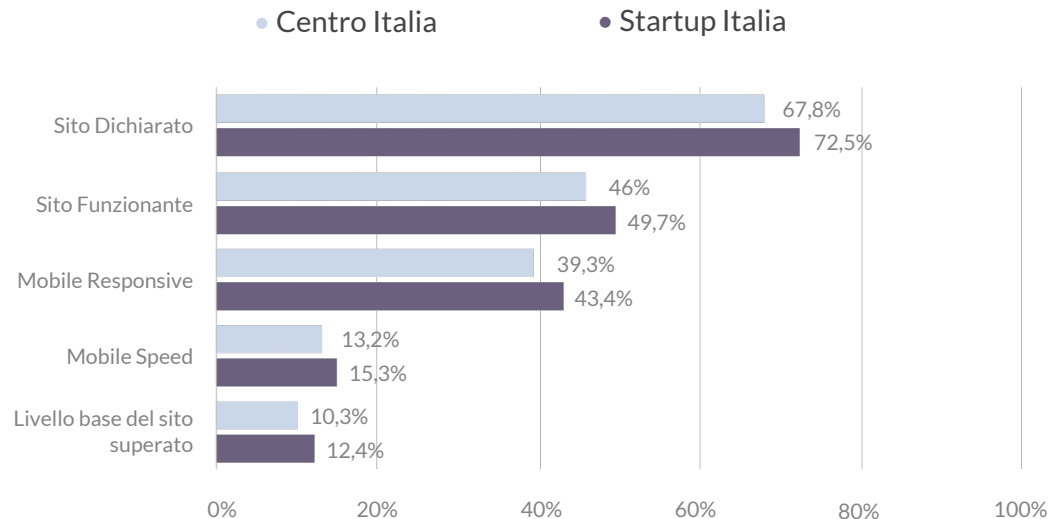




La digitalizzazione del Centro Italia

Le percentuali legate alle 1500 startup del Centro Italia risultano più basse della media italiana. Si riporta un 68% delle startup con un sito dichiarato, un 46% con un sito funzionante, un 39% con siti web responsive e un 13% con Page Speed sufficiente.

Solo il 10,3% del totale (155 startup) ha superato il livello base del sito.

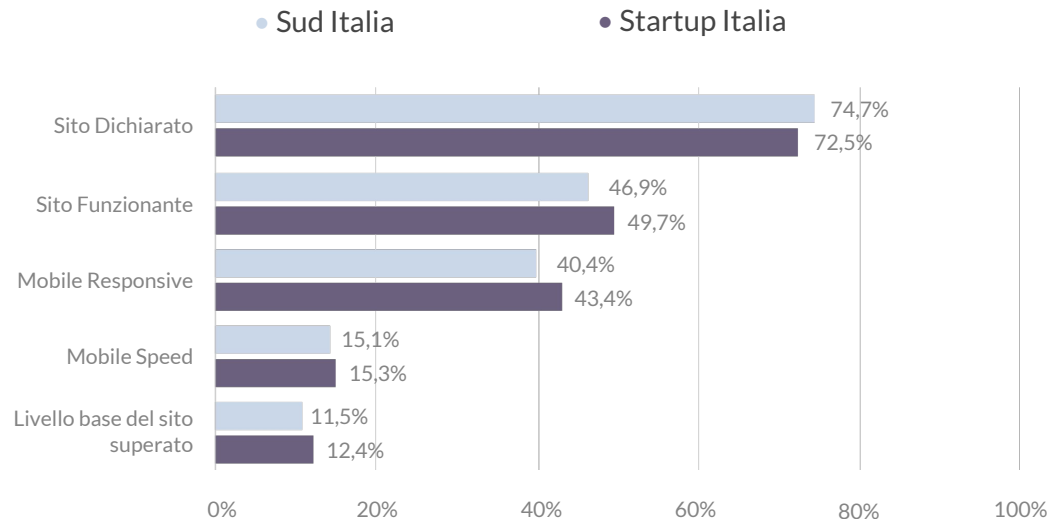




La digitalizzazione del Sud Italia & Isole

Le percentuali legate alle 1763 startup del Sud Italia & Isole risultano leggermente più basse della media italiana, fatta eccezione per la percentuale di siti dichiarati. Il 75% delle startup dichiara di avere un sito, il 47% ha un sito funzionante, il 40% ha siti web responsive e il 15,1% ha una Page Speed sufficiente.

Sono **l'11,5% del totale (582) le startup che hanno superato il livello base del sito.**





Classifica per Regione e confronto con il 2016

LE REGIONI PER PERCENTUALE DI SITI OTTIMIZZATI

Nella tabella di fianco si riportano le classifiche delle Regioni per grado di digitalizzazione delle startup basato sul livello base del sito, così come emerse dalle analisi fatte nei due report.

Sebbene ci siano stati molti cambiamenti a livello di classifica, si può notare come in tutti i casi l'indice di digitalizzazione sia aumentato, eccezione fatta per un leggero calo in Umbria, in Abruzzo e in Calabria. Quindi, in generale, si può affermare che si è verificato un incremento nel grado di digitalizzazione delle startup della Penisola.

	Regione	startup che superano livello base sito 2016	startup che superano livello base sito 2017
1.	Molise	10%	30.8%
2.	Trentino-Alto Adige	13.6%	18.7%
3.	EmiliaRomagna	8%	17.1%
4.	Liguria	12.9%	15.7%
5.	Friuli-Venezia Giulia	2.9%	14.5%
6.	Lombardia	10.8%	13.9%
7.	Piemonte	7.3%	12.6%
8.	Umbria	13.5%	12.5%
9.	Sicilia	7%	12.5%
10.	Sardegna	11.4%	12.4%
11.	Toscana	10.3%	12.5%
12.	Campania	9.4%	12.2%
13.	Veneto	10.9%	11.7%
14.	Puglia	6.5%	11.6%
15.	Marche	5.9%	10.0%
16.	Basilicata	5.6%	9.3%
17.	Lazio	6.3%	9.2%
18.	Abruzzo	9.9%	8.5%
19.	Calabria	7.6%	7.3%
20.	Valle d'Aosta	0%	0%



Classifica per Settore

Nella tabella di fianco indichiamo la classifica dei settori per grado di digitalizzazione delle startup, così come definito ai fini di questa analisi.

Notiamo che solo **le startup del settore servizi e del settore primario hanno un indice di digitalizzazione**, inteso come percentuale di startup che superano il livello base del sito, **superiore alla media nazionale del 12,4%** (oltre alle non classificabili)

L'ultimo settore per digitalizzazione è quello del turismo (solo 8,6% delle startup che superano il livello base del sito).

Settore	Totale Startup	Startup che superano livello base sito
Servizi	5.658	12.7%
Industria/Artigianato	1435	11.8%
Commercio	333	10.2%
Turismo	70	8.6%
Agricoltura/Pesca	46	15.2%
Non Dichiarato	26	19.2%



Livello base della SEO

Startup iscritte al Registro

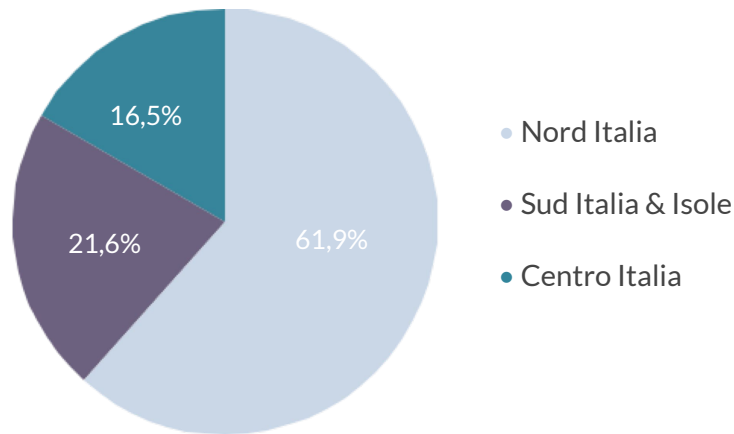


Analisi delle Startup che hanno superato il livello base del sito distribuzione geografica e settore

Nel capitolo precedente abbiamo visto che delle 7568 imprese analizzate solo il 12% (940) hanno superato il livello base di digitalizzazione, ovvero startup che hanno dichiarato di avere un sito e il cui sito si è dimostrato effettivamente funzionante, Mobile Responsive e con Page Speed sufficiente. Solo queste possono essere quindi considerate per la seconda fase di analisi incentrata sugli indici SEO.

Come mostrato dal grafico a fianco, la grande maggioranza delle startup che analizzeremo si trova nel Nord Italia (circa il 62%). Segue il Sud con circa il 22% ed infine il Centro con il restante 16,5%.

Nelle slide precedenti abbiamo evidenziato che, dal punto di vista del settore di appartenenza, ben il 77% delle startup che analizzeremo in questa seconda parte opera nell'ambito dei «servizi». Molto scarsa è, quindi, la presenza negli altri settori, fatta eccezione per il settore «industria/artigianato» dove troviamo circa il 18% delle startup.





Indici del livello base della SEO: Title and Meta description

L'indice "Title and Meta description" si riferisce alla contemporanea presenza nella pagina web del *title*, ovvero del titolo assegnato alla pagina, e della *meta description*, ovvero della descrizione della suddetta pagina web. In particolare, ai fini dell'analisi in questione, si sono considerati come esistenti solo i title e le meta description costituiti da un numero di caratteri compreso, rispettivamente, tra 10 e 60 e 50 e 140.

Quello che emerge dall'analisi è che **solo 100 siti, ovvero il 10,6% dei siti analizzati, è caratterizzato da un Title e da una Meta description.**

Title & Meta

10,6%

89,4%

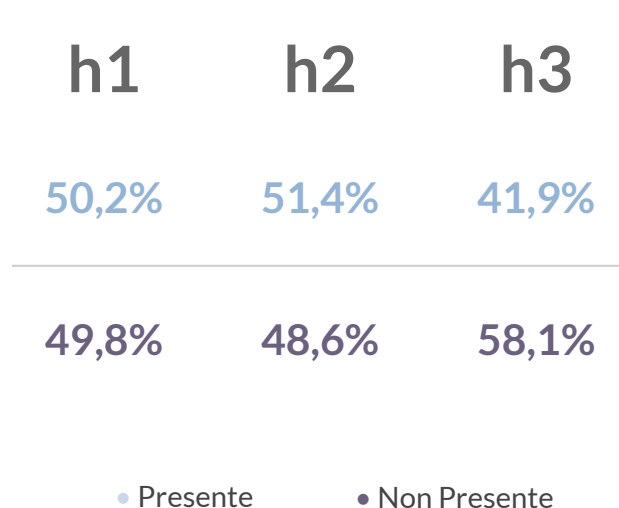
- Adeguati
- Non Adeguati



Indici del livello base della SEO: h1, h2 e h3

Per quanto riguarda i titoli di intestazione, si può osservare come circa il 50% dei siti analizzati abbiano il *tag h1* per i titoli e il *tag h2* per i sottotitoli.

Meno elevata è invece la percentuale relativa alla presenza del *tag h3* per i sotto paragrafi, presente nel 42% dei casi circa.

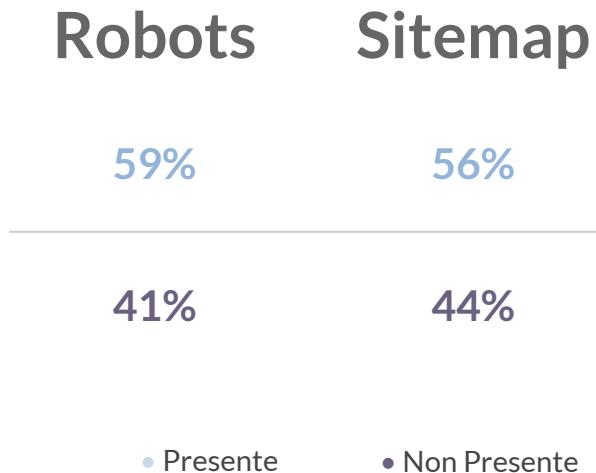




Indici del livello base della SEO: Robots.txt and Sitemap

Nonostante la maggioranza dei siti abbia la Sitemap (56%), una fetta troppo grande di startup fa indicizzare a Google le pagine senza dare la giusta importanza alle pagine principali.

Anche il Robots.txt è presente nella maggioranza dei siti (59%). Tutti gli altri siti sono a rischio di indicizzazione di contenuti duplicati e quindi di essere penalizzati da Google.





Indici del livello base della SEO: Dichiarazione lingua e Unique Domain

La presenza del *tag language* aiuta Google ad interpretare il search intent dell'utente ed è stata rilevata nel 67,2% dei casi.

La presenza di domini con doppia versione, sia con www che senza www, e quindi a rischio di penalizzazione da parte di Google, è molta alta (61,4% dei casi).

**Tag
Language**

67,2%

**Unique
Domain**

38,6%

32,8%

61,4%

• Presente

• Non Presente



Indici del livello base della SEO: Rapporto immagini con «alt» sul totale

Per aiutare Google ad interpretare nel modo corretto il contenuto delle immagini e aumentare il livello di indicizzazione del proprio sito serve l'attributo ALT. In sostanza è una descrizione dell'immagine inserita affinché Google capisca attraverso le parole ciò che l'immagine rappresenta.

Come soglia di sufficienza si è considerato un rapporto pari al 50%, requisito rispettato solo nel 42,4% dei casi.

Rapporto img alt

42,4% (>50)

57,6% (> 50)

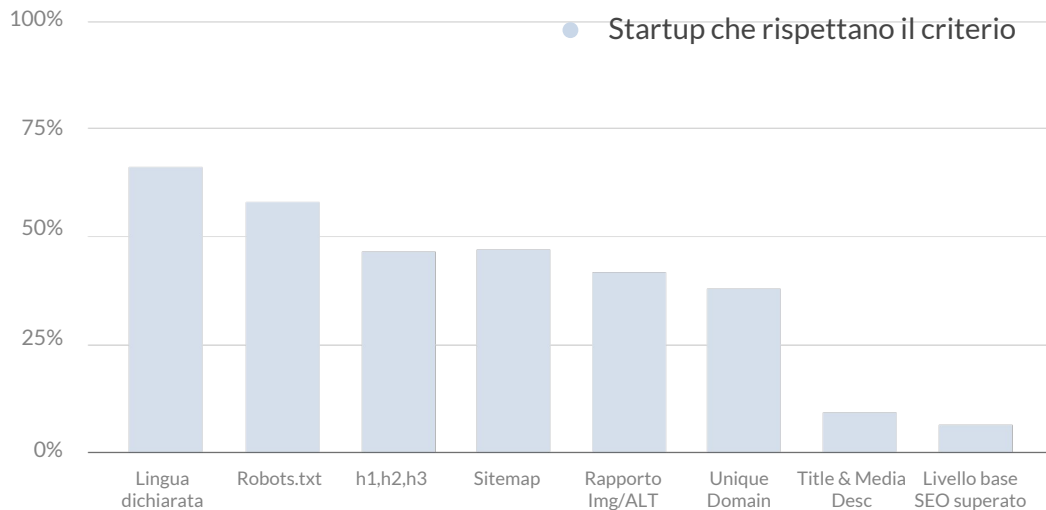


Indici del livello base della SEO: riepilogo sul totale

Il grafico qui a lato riassume le percentuali delle 940 startup che hanno superato il livello base del sito sul totale delle 7568 startup iscritte.

Solo il 6,8% delle startup hanno superato anche il livello base della SEO.

La dichiarazione della lingua risulta il parametro più frequentemente presente nel campione (70% dei casi). Il parametro invece meno presente è quello relativo alla lunghezza del Title and Meta description, fondamentale per la descrizione dei contenuti del sito.





Conclusioni

LE STARTUP ISCRITTE AL REGISTRO NON SONO DIGITALI

Da questa prima parte del report risulta che le startup innovative non sono ancora digitali. Il dato più lampante riguarda il livello base del sito: **meno della metà delle startup iscritte al Registro possiede un sito funzionante**, nonostante questa sia una condizione necessaria in quest'era digitale. L'attenzione a un mondo sempre più connesso tramite la rete mobile è sottolineata dall'alta percentuale di siti mobile responsive, anche se poi nella maggioranza dei casi la velocità di caricamento risulta insufficiente a garantire una buona esperienza all'utente. Dal confronto con i dati del Report del 2016 emerge un trend positivo in ciascuna metrica che compone l'indice del livello base del sito. La scomposizione per area geografica mostra come le startup del Nord Italia superino la media della Penisola mentre la scomposizione per settori mette in mostra come le startup che operano nell'agricoltura e nella pesca, insieme a quelle che operano nei servizi, abbiano un indice di digitalizzazione più alto rispetto agli altri settori. Infine il fatto che tante startup iscritte al Registro non dichiarino il proprio sito web e che molti dei siti dichiarati non siano funzionanti solleva anche tematiche di rispetto della normativa, in quanto le startup iscritte al Registro sono tenute ad adempiere a una serie di obblighi di trasparenza attraverso la home page del proprio sito Internet (ex d.l. 179/2012, art. 25 comma 11).

La seconda parte dell'analisi evidenzia come l'ottimizzazione per motori di ricerca non sia sentita in modo rilevante dalle startup. Le metriche analizzate rappresentano solo una minima parte delle ottimizzazioni SEO necessarie ad ogni impresa per migliorare il posizionamento del proprio sito sui motori di ricerca. Le metriche infatti non sono altro che informazioni che l'impresa fornisce a Google per descrivere il proprio sito, in modo che Google possa poi proporlo tra i risultati della ricerca organica quando un utente digita una ricerca pertinente. Esempio è la non adeguatezza del Title e della Meta description sull'homepage dei siti delle startup innovative, essendo questi gli elementi che appaiono all'interno della pagina di ricerca.



Parte II

Startup con facilitatori e confronto con
quelle iscritte al Registro



Introduzione alle startup con facilitatori

a cura di Emil Abirascid

“

Il dato varia prendendo in esame le startup supportate da facilitatori, quindi quelle che hanno ricevuto investimento da soggetti istituzionali o si stanno sviluppando all'interno di incubatori e acceleratori.

Queste startup, che possono essere o meno iscritte al registro di Stato, mostrano risultati di base migliori delle precedenti; prendendo, per esempio, il dato di riferimento sulla disponibilità di un sito web funzionante si passa da poco meno della metà delle startup del registro a oltre 85% delle startup che ricevono aiuto da un facilitatore.

Questo dato è significativo perché mostra come **la validazione di un progetto di startup da parte di una entità che opera sul mercato, l'investitore, l'incubatore o l'acceleratore in questo caso, ha una rilevanza maggiore sulla qualità digitale della startup stessa** rispetto alla semplice aderenza ai parametri richiesti dal registro di Stato.

”



Livello base del sito

Startup supportate da facilitatori



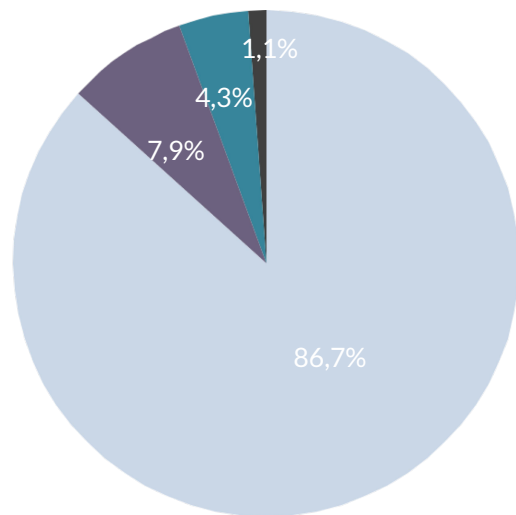
L'analisi dei siti web: i siti non funzionanti

Sul totale delle 654 startup associate ad un investitore, incubatore o acceleratore a luglio 2017, 602 (il 92%) hanno indicato di avere un sito web.

Di queste, 567 (l'87% del totale) risultano funzionanti a luglio 2017.

I 35 siti web che abbiamo valutato come non funzionanti si possono classificare in due categorie:

- **sito web non accessibile** (es. per un errore interno o un timeout del server), l'80% dei non funzionanti e 4,3% del totale;
- **sito web in costruzione**: il 20% dei non funzionanti e l'1% del totale.



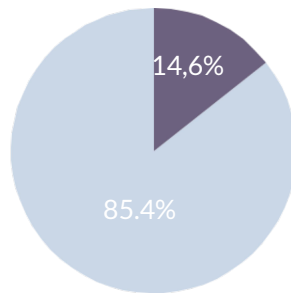
- Sito funzionante
- Sito non dichiarato
- Sito non accessibile
- Sito in costruzione



L'analisi dei siti web: leggibilità & Page Speed da smartphone e tablet

MOBILE FRIENDLY TEST

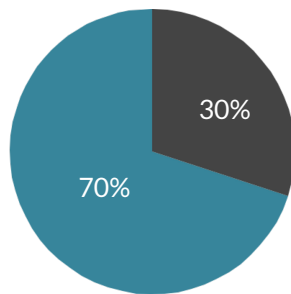
Dall'analisi risulta che l'85,4% dei siti web funzionanti (ovvero l'80,4% del totale dei siti web dichiarati) supera il Google Mobile Friendly Test.



- Mobile Responsive
- Non Mobile Responsive

Mobile Speed Non Sufficiente •

Mobile Speed Sufficiente •



MOBILE PAGE SPEED

Circa il 30% dei siti web funzionanti (ovvero il 28.2% del totale dei siti web dichiarati) ottiene un punteggio sufficiente di Mobile Page Speed.

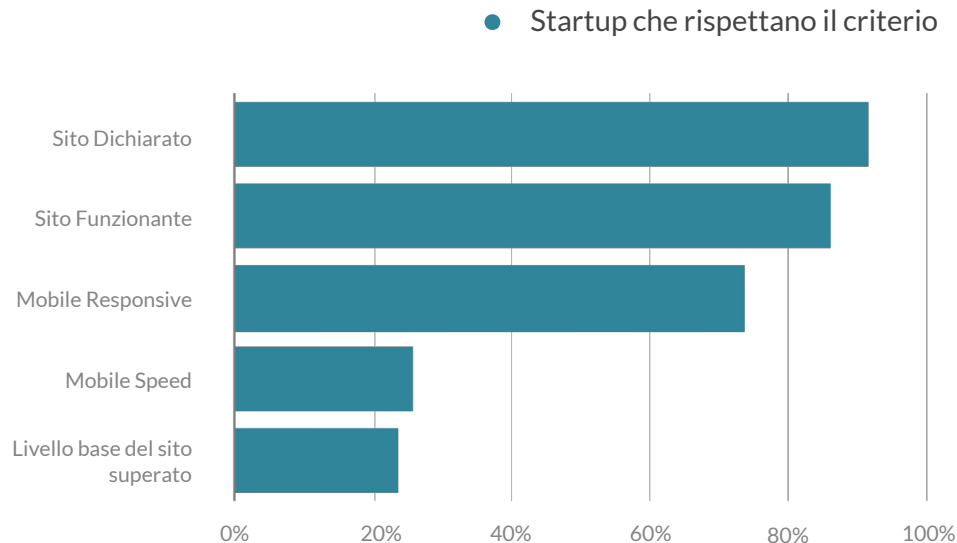


L'indice del livello base del sito delle Startup

Come fatto con le startup iscritte al Registro, anche in questo caso per costruire un indice del livello base del sito delle startup, prendiamo come valido l'assunto naïf che gli unici siti web siano quelli dichiarati. Consideriamo quindi come indice la percentuale di siti web *responsive* e con Mobile Page Speed maggiore o uguale a 60/100.

Il grafico qui a lato riassume le percentuali sul totale delle 654 startup analizzate: il 92% ha dichiarato di avere un sito web, per l'87% abbiamo individuato un sito effettivamente funzionante, per il 74% un sito responsive, e il 26% ha un sito che raggiunge i criteri minimi di performance mobile di Google.

Solo il 23,5% delle startup incubate o accelerate supera il livello base del sito.





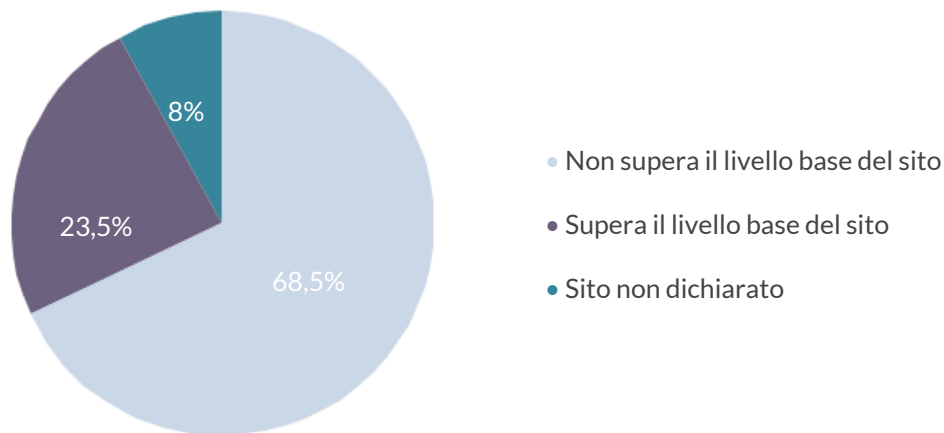
Livello base della SEO

Startup supportate da facilitatori



Le startup che hanno superato il livello base del sito

Di tutte le startup supportate da facilitatori che sono state analizzate, **solo 154 (il 23,5% del totale) hanno superato il livello base del sito** che richiede un sito funzionante, mobile responsive e con una velocità di caricamento da mobile superiore a 59. Solo su queste proseguirà l'analisi delle startup che superano anche il livello base della SEO.





Indici del livello base della SEO: Title and Meta description & h1, h2 e h3

Quello che emerge dall'analisi è che solo 27 siti, ovvero il 17,5% di quelli che hanno superato il livello base del sito, è caratterizzato da un title e da una meta description che rispetti le best practices.

È una percentuale decisamente troppo bassa vista l'importanza che Google da a queste caratteristiche.

Per quanto riguarda i **titoli di intestazione**, si può osservare come circa il 66% dei siti analizzati abbia il *tag h1* per i titoli e poco più del 68% abbia il *tag h2* per i sottotitoli.

Meno elevata è invece la percentuale relativa alla presenza del *tag h3* per i sotto paragrafi, presente nel 60% dei casi circa.

Title & Meta

17,5%

82,5%

• Adeguati • Non Adeguati

h1

h2

h3

66,2%

68,2%

59,7%

33,8%

31,8%

40,3%

• Presente • Non Presente



Indici del livello base della SEO: **Robot.txt and Sitemap**

I file Robots.txt nel caso delle startup supportate da facilitatori sono depositati nel 67% dei casi.

Le Sitemap, invece, sono depositate nel 50% dei casi.

Robots Sitemap

66,9%

50%

33,1%

50%

• Presente

• Non Presente



Indici del livello base della SEO: dichiarazione lingua, Unique Domain & rapporto immagini con «alt» sul totale

Per quanto riguarda la dichiarazione della lingua, ci si riferisce alla presenza del **tag language**, che si è rilevato nel 67,5% dei casi.

Come per le startup del Registro, la maggioranza di siti presenta la **duplicazione del www** e quindi rischia di avere il sito interpretato come duplicato.

Infine, il rapporto degli alt sulle immagini è presente nel 44,8% dei casi.

Tag Language	Unique Domain
67,5%	40,3%

32,5%	59,7%
-------	-------

• Presente • Non Presente

Rapporto img alt

44,8%	(>50)
-------	-------

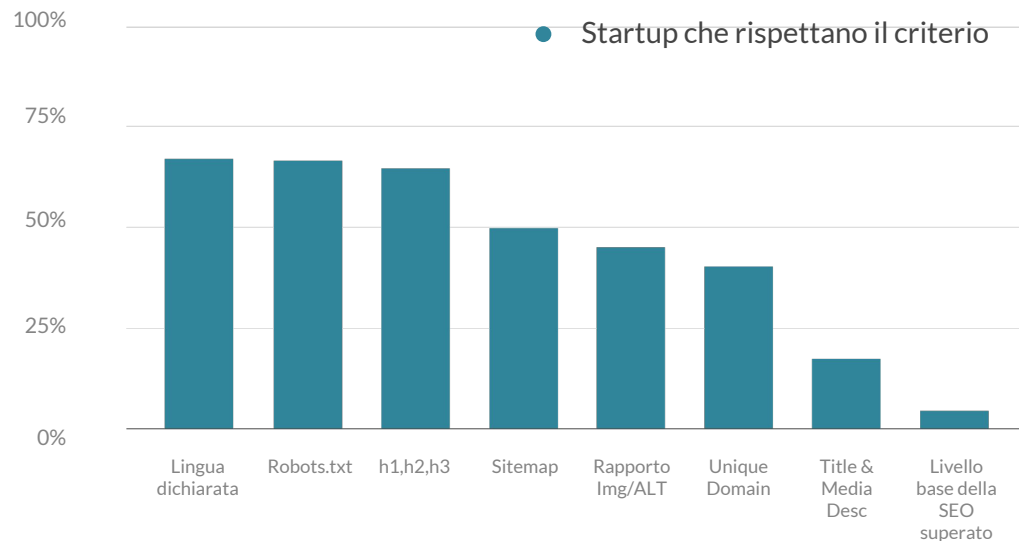
55,2%	(<50)
-------	-------



Indici del livello base della SEO: riepilogo sul totale

Il grafico qui a lato riassume le percentuali delle 154 startup che hanno superato il livello base del sito sul totale delle 654 startup iscritte. **Solo il 4,5% delle startup hanno superato anche il livello base SEO.**

Come per le startup del Registro, la dichiarazione della lingua risulta il parametro più frequentemente presente nel campione (67,5% dei casi). Il parametro invece meno presente è quello relativo alla lunghezza del Title and Meta description (17,5% dei casi), fondamentale per la descrizione dei contenuti del sito.





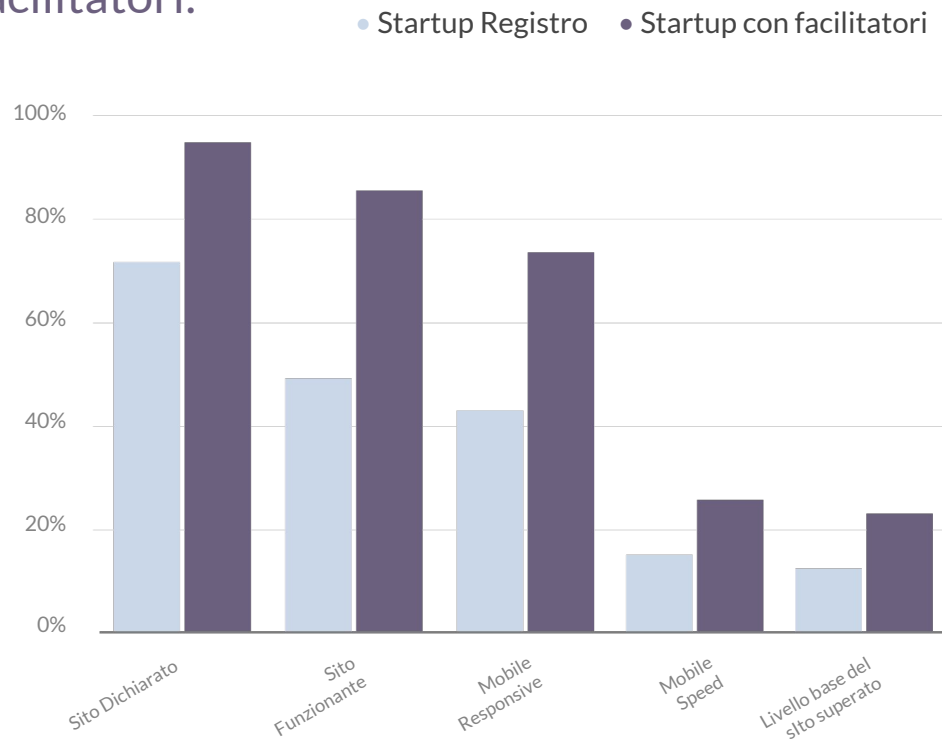
Startup iscritte al Registro vs Startup con facilitatori



Startup Registro vs Startup con facilitatori: livello base del sito

Nonostante la mancata possibilità di distinguere il campione delle startup iscritte al Registro delle imprese con quello delle startup il cui sviluppo è facilitato da incubatori, acceleratori o investitori, sono stati messi a confronto i risultati delle due analisi.

Risulta evidente come le startup “facilitate” abbiano una migliore presenza online: infatti ben l'87% delle incubate/accelerate possiede un sito funzionante, mentre solo il 50% delle innovative lo possiede. Anche la percentuale dei siti mobile responsive e con mobile speed sufficiente risulta più alta nel campione delle startup incubate/accelerate (74% rispetto al 43%, e 26% rispetto al 15%, rispettivamente), come pure la percentuale di chi supera il livello base del sito (23% per le startup con facilitatori, 12% per le iscritte al Registro)

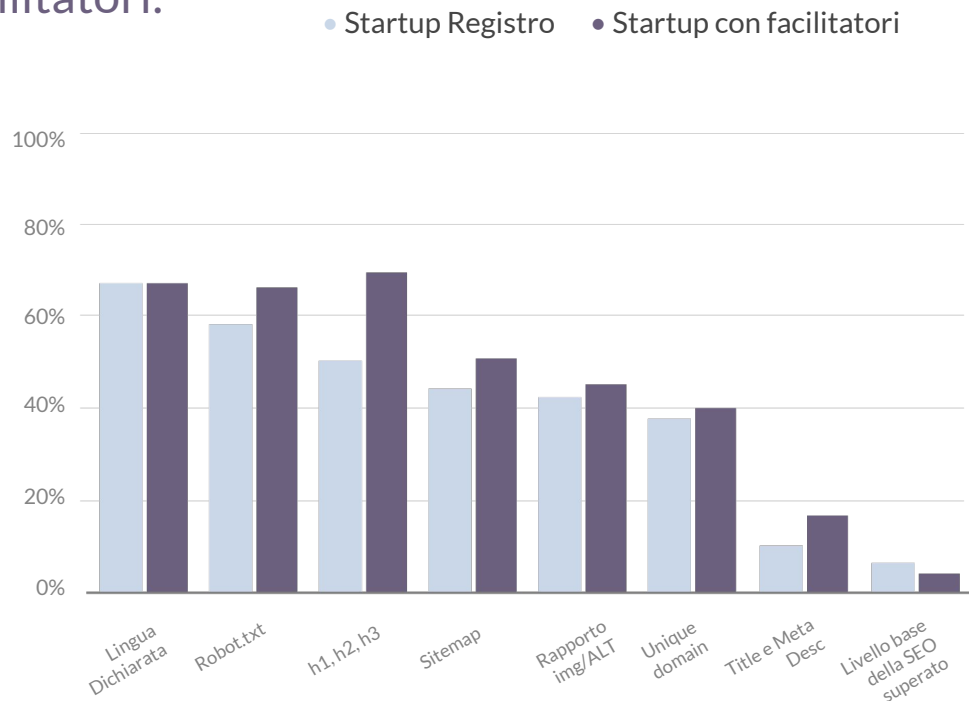




Startup Registro vs Startup con facilitatori: livello base della SEO

In questo grafico abbiamo preso la totalità dei siti che hanno superato il primo livello di analisi e ne abbiamo fatto il campione di riferimento.

Notiamo come ad eccezione della lingua dichiarata e del livello base della SEO, **le startup incubate, accelerate o finanziate hanno percentuali lievemente maggiori in tutti i campi rispetto a quelle iscritte al Registro.**





Conclusioni

LE STARTUP CON FACILITATORI SONO MAGGIORMENTE DIGITALIZZATE DI QUELLE ISCRITTE AL REGISTRO

Questa seconda parte del report mostra che le startup incubate, accelerate o finanziate hanno tendenzialmente una migliore presenza online rispetto al campione delle startup iscritte al Registro. Innanzitutto più dell'80% delle startup supportate da facilitatori hanno un sito funzionante. I dati sottolineano inoltre come la tematica della navigazione da mobile sia sentita tra le startup incubate o accelerate, in quanto quasi 3 startup su 4 hanno un sito mobile responsive, anche se solo 1 su 4 offre una velocità di caricamento sufficiente e quindi una buona esperienza di navigazione da mobile. Come già sottolineato, è di fondamentale importanza per ogni impresa avere un sito internet che permetta a qualsiasi utente di avere informazioni riguardo l'impresa stessa. A maggior ragione un'impresa che si è aggiudicata un finanziamento da un terzo ente in qualità di startup non può non avere una buona presenza online.

Anche il confronto sul livello base della SEO vede le startup con facilitatori superare le startup iscritte al Registro in più parametri. Tuttavia la creazione dell'indice del livello base della SEO è superato, di poco, da una percentuale più alta di startup iscritte al Registro. Questo a dimostrazione che l'ottimizzazione per motori di ricerca è un processo complesso e articolato e solo poche imprese lavorano su tanti parametri per raggiungere un buon livello di SEO.

In conclusione, **l'analisi evidenzia come l'etichetta di "startup" non sia una garanzia dell'alto livello di digitalizzazione di un'impresa.** Le startup possono e devono migliorare la loro presenza online per favorire una crescita del loro business rapida e costante. Sono diversi i fattori che possono influenzare il livello di digitalizzazione di una startup e l'appartenere a un incubatore o acceleratore è uno di questi.



Parte III

I facilitatori



Introduzione al ranking dei facilitatori

a cura di Emil Abirascid

“ Al fine di compiere un’analisi il più completa possibile è stata fatta anche una ricerca sui cluster di startup incubate, accelerate o finanziate, relative quindi ai facilitatori di riferimento. Ciò permette di comprendere come il ruolo dell’investitore, dell’incubatore o dell’acceleratore in relazione alla capacità della startup di essere efficacemente presente online con un proprio sito web, è anche legato alla scuderia delle startup del facilitatore stesso.

Il supporto dei facilitatori contribuisce a creare un *gap* digitale tra le startup del Registro e le startup con facilitatori, illustrato nella seconda parte della ricerca: le startup che operano all’interno degli incubatori o degli acceleratori ottengono risultati migliori in ogni voce che riguarda il sito e in quasi tutte quelle che riguardano la SEO.

”



Metodologia

OBIETTIVO E PARAMETRI ANALIZZATI

Questa ultima parte dell'analisi vuole valutare se vi è una variazione significativa tra gli acceleratori e incubatori analizzati, calcolando **un ranking dei facilitatori italiani in base all'indice di digitalizzazione delle startup innovative nel loro portfolio.**

Anche in questo caso l'analisi prende in considerazione due tipi di parametri:

1. Livello base del sito: parametri relativi alla minima fruibilità del sito;
2. Livello base della SEO: parametri relativi ai requisiti per avere un sito minimamente ottimizzato per essere indicizzato da Google

IL CAMPIONE E I PROBLEMI METODOLOGICI

I dati sono stati presi dai siti degli investitori, acceleratori, incubatori stessi nell'estate 2017. Non esistendo un database integrato dei facilitatori, la lista rappresenta una selezione degli enti attivi sul mercato nel periodo di analisi. Le analisi online sono state effettuate nel mese di settembre 2017.

La tabella che segue mostra i 36 investitori, incubatori e acceleratori ordinati in modo decrescente in base alla percentuale di startup nel loro portfolio che hanno superato il livello base del sito. La classifica è stata stilata in base al livello base del sito perchè solo 7 facilitatori hanno almeno una startup che supera anche il livello base della SEO.

Questa la lista dei facilitatori con relativo numero di startup in portfolio analizzate: 035 investimenti (3), 360 Capital Partners (12), 42 Accelerator (5), Angels for Innovation (17), B-ventures (16), Club degli investitori (15), Custodi di Successo (7), Digital Magics (56), eBOOX (3), H-Farm (38), Industrio Ventures (8), Innogest (24), iStarter (24), Italian Angels (27), JCube (31), LUISS ENLABS (45), M31 Italia (9), Make a Cube (56), Nana Bianca (24), Nuvolab (7), Oltre Venture (8), P101 (22), Panakes (4), Pi Campus (30), Primomiglio (dpixel+barcampers) (11), Rancilio Cube (21), RedSeed Ventures (6), Speed MI Up (27), Super Partes (8), The Net Value (14), The Qube (4), TIM #Wcap (87), United Ventures (13), U-Start (4), Vertis Venture (20), Withfounders (13).



Ranking dei facilitatori in base alla digitalizzazione delle startup in portfolio

	Facilitatore	startup che superano livello base sito	startup che superano livello base SEO
1.	42 Accelerator*	80%	0%
2.	eBOOX	66.7%	33.3%
2.	RedSeed Ventures	66.7%	0%
4.	Industrio Ventures	62.5%	12.5%
5.	360 Capital Partners	50%	0%
6.	Nuvolab	42.9%	0%
7.	Vertis Venture	35%	0%
8.	Pi Campus	33.3%	0%
9.	H-Farm	31.6%	0%
10.	Withfounders	30.8%	0%
11.	Speed MI Up	29.6%	0%
12.	Angels for Innovation	29.4%	0%
13.	Innogest	29.2%	0%
13.	Nana Bianca	29.2%	0%
15.	Panakes	25%	0%
15.	Super Partes	25%	0%
15.	The Qube	25%	0%
18.	LUISS ENLABS	24.4%	0%

	Facilitatore	startup che superano livello base sito	startup che superano livello base SEO
19.	Rancilio Cube	23.8%	0%
20.	Digital Magics	23.2%	0%
21.	United Ventures	23.1%	15.4%
22.	The Net Value	21.4%	0%
23.	Club degli investitori	20%	6.7%
24.	Make a Cube	19.6%	1.8%
25.	TIM #WCAP	19.5%	2.3%
26.	B-ventures	18.7%	0%
27.	P101	18.2%	4.5%
28.	JCube	16.1%	0%
29.	Italian Angels	14.8%	0%
30.	Custodi di Successo	14.3%	0%
31.	M31 Italia	11.1%	0%
32.	Primomiglio (dixel+barcampers)	9.1%	0%
33.	iStarter	4.2%	0%
34.	O35 investimenti	0%	0%
34.	Oltre Venture	0%	0%
34.	U-Start	0%	0%

*Ranking stilato in base ai dati disponibili nell'estate 2017. Alcuni player analizzati, sia tra i facilitatori che tra le startup, nel 2018 non sono più attivi (i.e. 42 Accelerator) o non rispettano più i criteri per appartenere a questo campione.



Conclusioni

INCUBATORI E ACCELERATORI SONO UN MOTORE DI DIGITALIZZAZIONE, MA NON TUTTI I FACILITATORI SONO UGUALI

La classifica dei facilitatori mostra come vi sia un'ampia variabilità nell'indice costruito per valutare il livello base del sito relativo al portfolio delle startup incubate o accelerate. Infatti, solo 4 facilitatori sui 36 analizzati hanno un indice complessivo maggiore del 60%, mentre 13 facilitatori con le loro startup non raggiungono un indice del 20%. Questa evidenza aggiunge un tassello in più a quanto emerso nella sezione precedente: se da una parte abbiamo visto che gli incubatori e gli acceleratori sono un motore di digitalizzazione per le startup in quanto in media una startup supportata da facilitatori ha una migliore presenza online rispetto a una startup non supportata, dall'altra è possibile notare un'attenzione diversa alle tematiche digitali tra un facilitatore e l'altro.

Ancora una volta emerge la mancanza di sensibilità delle startup e dei facilitatori sulle tematiche SEO. Sono infatti solo 7 su 36 i facilitatori che hanno almeno una startup che supera il livello base della SEO secondo i parametri che abbiamo utilizzato per questa ricerca.

I parametri analizzati per il livello base del sito e della SEO sono i requisiti minimi per avere un sito web che offra una buona esperienza all'utente e che sia ottimizzato per essere indicizzato sui motori di ricerca. Non rispondere a questi requisiti minimi per le startup innovative, come per qualsiasi altra impresa, vuol dire perdere posizionamenti nei risultati delle ricerche organiche e visite, quindi potenziali clienti.



Instilla è un'agenzia specializzata in **conversion marketing** e un **laboratorio di tecnologie** che applica **metodologie agili** per rispondere tempestivamente alle innovazioni del mercato e reingegnerizzare i processi del marketing digitale.

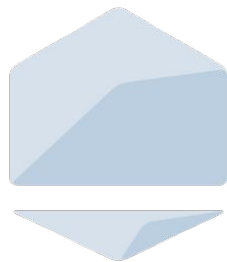
Sviluppiamo soluzioni tecnologiche per la **visibilità online** e la **generazione di lead**, attraverso processi che garantiscono **alti standard qualitativi** e **scalabilità illimitata**, sia per startup che per imprese sul mercato da molti anni.

Vuoi far crescere il tuo progetto o il tuo business?

Scrivici a **team@instilla.it**

E per la tua formazione sul digital marketing non perderti

i nostri corsi su **instilla.it/academy**



instilla

INNOVIAMO I PROCESSI DEL MARKETING DIGITALE

Startup SEO 2017

La digitalizzazione delle Startup in Italia

Instilla Srl – febbraio 2018

Web	instilla.it
Email	team@instilla.it
Sede legale	Via Carducci 8 - 20123 Milano (Italia)
Sede operativa	Via B. Panizza, 7 - 20144 Milano (Italia)