

Growth

Report 2025

(dati relativi al 2023-2024)

Stato dell'arte delle Startup italiane

Indice

Prefazione

Panoramica

Analisi dei fattori chiave

Correlazioni

Fonti

Prefazione

Perché questo report?
Che metodo abbiamo usato?

3 motivi principali

Interesse

Vogliamo capire lo stato del growth in Italia per capire punti di miglioramento

Condivisione

Vogliamo dare dati e consigli utili a founder e startup iscritti a startupchecklist.it

Divulgazione

Vogliamo estendere al growth il nostro impegno divulgativo, da sempre no profit e rivolto a tutti

Cosa intendiamo **con Growth?**

Cosa non è growth

Growth Hacking: è un approccio focalizzato su strategie e tattiche non convenzionali per ottenere una crescita rapida e significativa, spesso attraverso esperimenti rapidi e iterazioni. ^[OBJ]

Tuttavia, questa metodologia può portare a una crescita a picchi, caratterizzata da aumenti rapidi seguiti da periodi di stagnazione o declino. Questo accade perché le tattiche di growth hacking spesso si concentrano su risultati immediati, trascurando la costruzione di una base solida per una crescita sostenibile nel lungo termine.

Cosa è growth

Growth strategy o comunemente solo Growth, si riferisce a tutte quelle **attività full funnel e trasversali** alle aree dell'azienda dal prodotto al marketing per far **crescere le metriche più importanti** dell'azienda in modo continuativo e sistematico

Metodo rigoroso

**1. Sondaggio
indipendente**

**2. Analisi dati
avanzata**

**3. Creazione
report strategico**

1. Sondaggio indipendente

Qonto



SEEDBLE
DEMOCRATIZING
INNOVATION

Moonstone



Capital
Venture
Consulting



Wezard

WAO
WE ARE OPEN

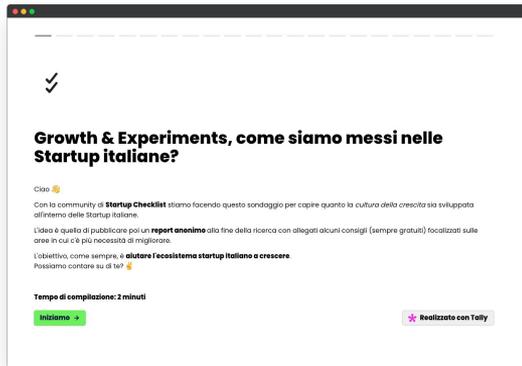
InnovUp

INCO
ACADEMY

Lventure
GROUP

STARTUP
WISE
GUYS

Hi!Founders



Con l'aiuto dei **community partner** di Startup Checklist abbiamo raccolto dati in giro per l'italia tramite un sondaggio online

Prossimo sondaggio

Abbiamo ricevuto molti feedback interni ed esterni, il prossimo report avrà **domande più mirate** per trarre conclusioni ancora più utili.

Il modo perfetto per contribuire è farne parte

Candidati qui

Numeriche

155

Startup intervistate

75

Domande sondaggio

I dati raccolti

- ✓ Fase in cui si trova la startup
- ✓ Informazioni sul prodotto
- ✓ Capitale raccolto*
- ✓ Fatturato ultimi anni*
- ✓ Rapporto con gli investor
- ✓ Modello di business
- ✓ Team dev
- ✓ Team growth
- ✓ Dimensione team totale
- ✓ Competenze
- ✓ CEO & Competenze CEO
- ✓ Processo di sperimentazione
- ✓ Focus della sperimentazione
- ✓ Cultura del fallimento
- ✓ Cultura data driven
- ✓ Metriche di crescita usate
- ✓ Tool usati
- ✓ Rapporto con l'AI

2. Analisi dati avanzata

DATAZ • HOME ◦ CONTACTS

LINKEDIN

INSTAGRAM

GUIDATI DAI ➔ DATI, ORIENTATI AI RISULTATI.

Trasformiamo idee in risultati tangibili,
unendo creatività digitale e strategie di
performance ai dati.

Contatti Richiedi audit

Il nostro partner **Dataz** ha accettato la sfida di trovare correlazioni significative nel dataset raccolto

3. Creazione Report Strategico

Abbiamo messo insieme i dati e le correlazioni, estrapolato insight e cercato di capire come sono composti i team, che tipo di competenze vengono sfruttate, che tipo di scelte le startup fanno in tema growth e sperimentazione, e l'impatto sulle metriche principali (users, revenues, growth rate, ecc.).

Se non ci conoscessi

Startup Checklist

Una guida gratuita step-by-step per validare la tua idea, co-creata da 60+ founders e attori dell'ecosistema italiano

DATAZ

Agenzia data-driven che aiuta aziende e startup a gestire, capire e sfruttare i propri dati per creare impatto

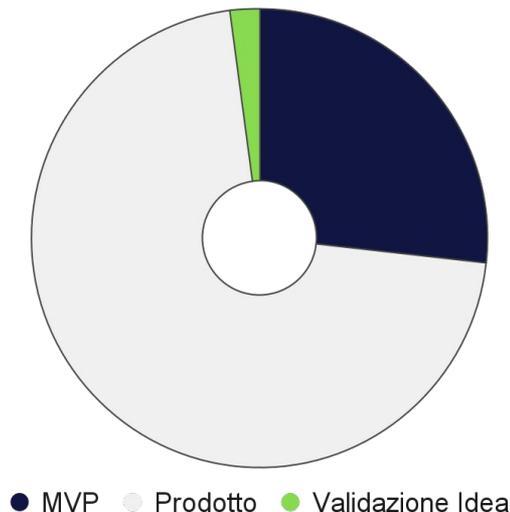
Panoramica

Qual è lo stato delle startup italiane?

Per prima cosa abbiamo studiato la tipologia di startup a cui abbiamo posto la nostra survey.

Più del 40% si occupa di soluzioni SaaS ed è a una fase di vita cruciale: la produzione e release del prodotto.

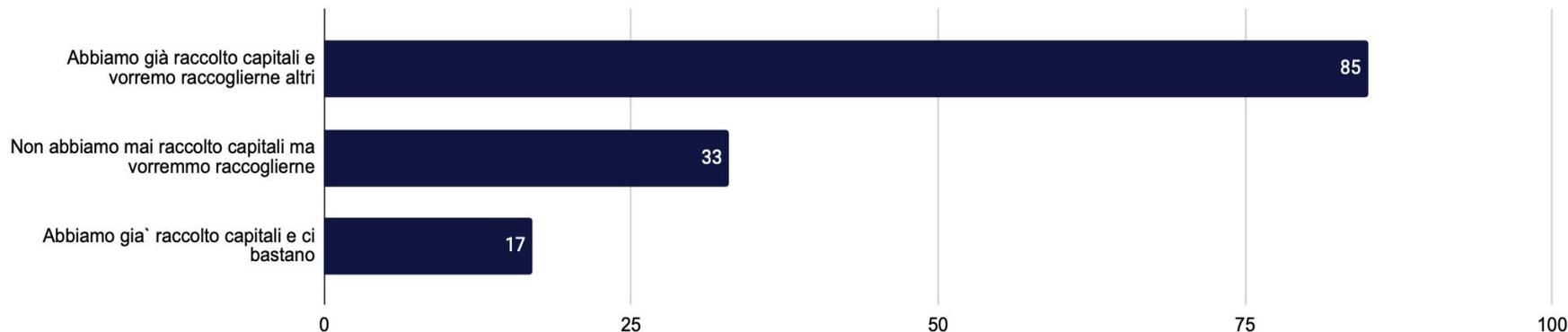
SaaS	41,29%
Altro	17,42%
Marketplace	11,61%
Mobile App	8,39%
Prodotti fisici	8,39%
Ecommerce	6,45%
Agenzia	3,87%
Social network	1,94%
Hardware	0,65%



Qual è il rapporto con gli investitori e la raccolta di capitali?

Come ci aspettavamo, l'**85%** delle startup ha già raccolto capitali ed è in cerca di altri. Il **33%** non ne ha mai raccolti ma vorrebbe farlo.

(non tutte le aziende hanno risposto a questa domanda)*



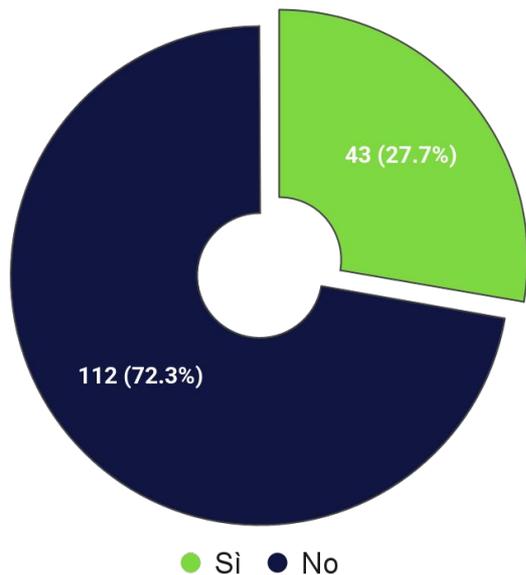
Analisi fattori chiave

Approfondiamo vari aspetti

Team e competenze

Qual è la composizione comune?

Ci sono sviluppatori nell'azienda?

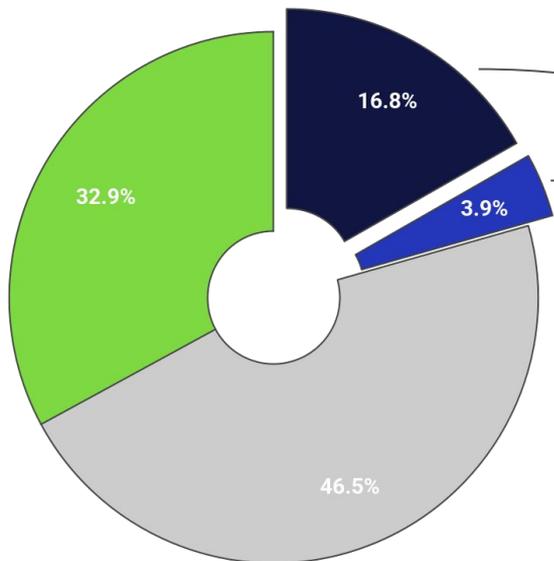


43 delle aziende 155 riportano di non avere almeno uno sviluppatore all'interno del proprio organico. Nello specifico, nelle aziende con almeno uno sviluppatore:

- L'87,5% ha un **1-5** sviluppatori
- Il 12,5% ha più di **6** sviluppatori

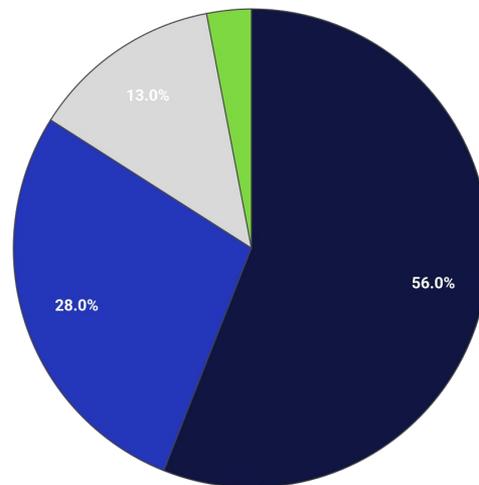
Avere sviluppatori interni è importantissimo per fare growth: possono tradurre rapidamente le idee in prototipi funzionanti, testando e iterando senza le lunghe attese dei fornitori esterni. Questa agilità è cruciale per sperimentare sia sul marketing che sul prodotto, permettendo di affinare il funnel di vendita con dati reali e reazioni immediate degli utenti.

Chi si occupa del growth?



- È presente un team con 3-5 persone
- È presente un team con oltre 5 persone
- Non è presente una persona full time che si occupa di crescita
- È presente una persona full time che si occupa di crescita

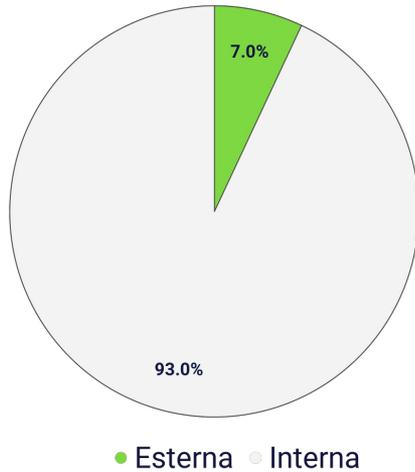
Chi è il growth leader?



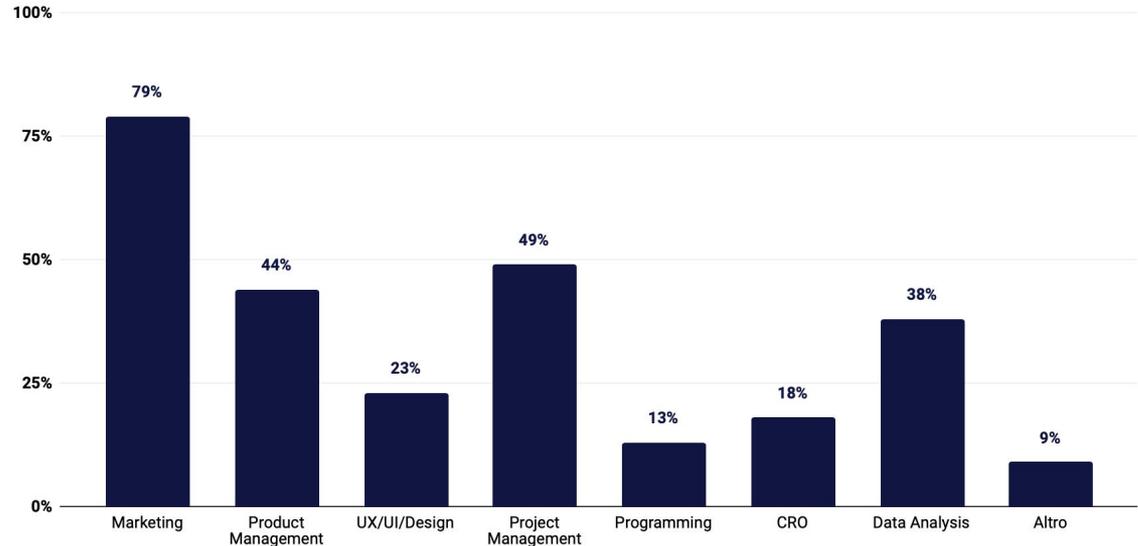
- CEO
- Responsabile Marketing
- Responsabile Growth
- Responsabile Prodotto

Quando di growth se ne occupa solo uno

La persona è



Quali sono le competenze della persona?



Quali sono le skills di chi si occupa di growth?

Marketing	Più diffusa in assoluto	29,14%
Project Management	Più comune negli individui che nei team	16,56%
Product Management	Più comune negli individui che nei team	16,23%
Data Analysis	Più comune negli individui che nei team	13,91%
UX/UI/Design	Uguualmente presente	11,59%
Programming	Uguualmente presente	6,62%
CRO	Meno diffusa	5,96%

In media il team/la persona responsabile di growth presenta **tre** diverse skill (2,5 se una persona sola, 3,7 se si tratta di un team)

Quindi?

Punti chiave:

- Il 93% delle startup ha un growth leader interno, ma solo il 5% ha competenze CRO.
- Competenze più diffuse: Marketing (79%), Product Management (44%), UX/UI (49%).
- Il 33% delle startup non ha una figura dedicata al growth

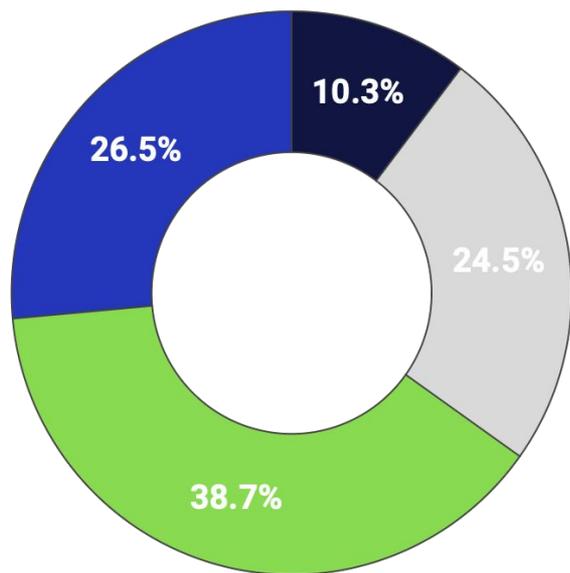
Cosa fare?

- ❑ In arrivo su Startup Checklist contenuti sul ruolo del CRO
- ❑ Incoraggiare la creazione di team di growth con competenze diversificate e l'utilizzo di fractional growth advisor esterni.
- ❑ Diffondere la cultura del growth e fornire risorse per implementarlo.

Sperimentazione

Come ci muoviamo nelle startup italiane?

Come vengono scelte e visualizzate le metriche?

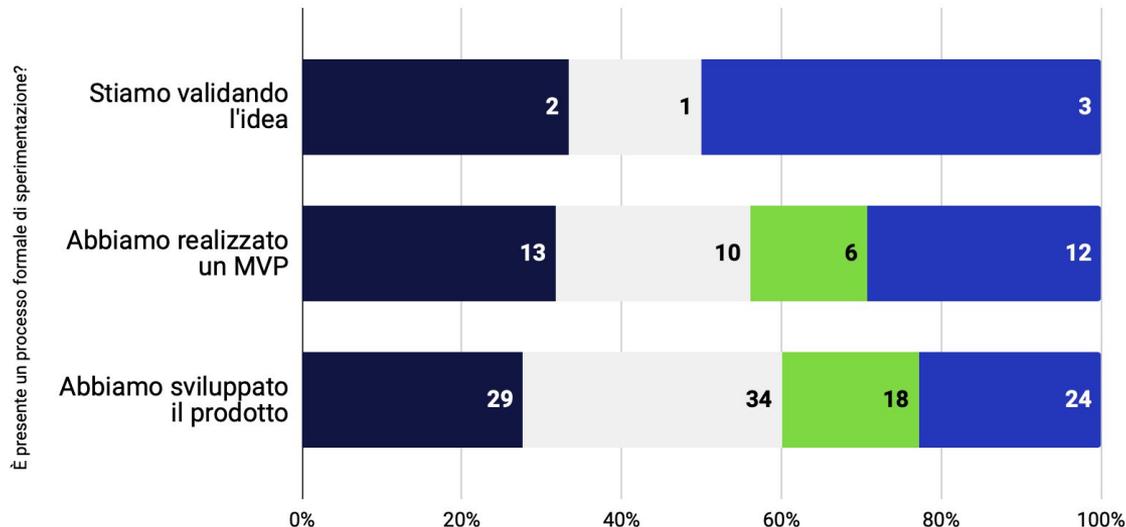


- NON viene collezionato quasi alcun dato
- Sono state definite alcune metriche da controllare su strumenti di analytics per valutare performance delle attività
- Sono state definite alcune metriche su fogli di calcolo per valutare le performance delle attività
- Sono state create delle dashboard con numerose metriche che permettono di tenere sotto controllo l'andamento dell'intero business

È presente un processo formale di sperimentazione?

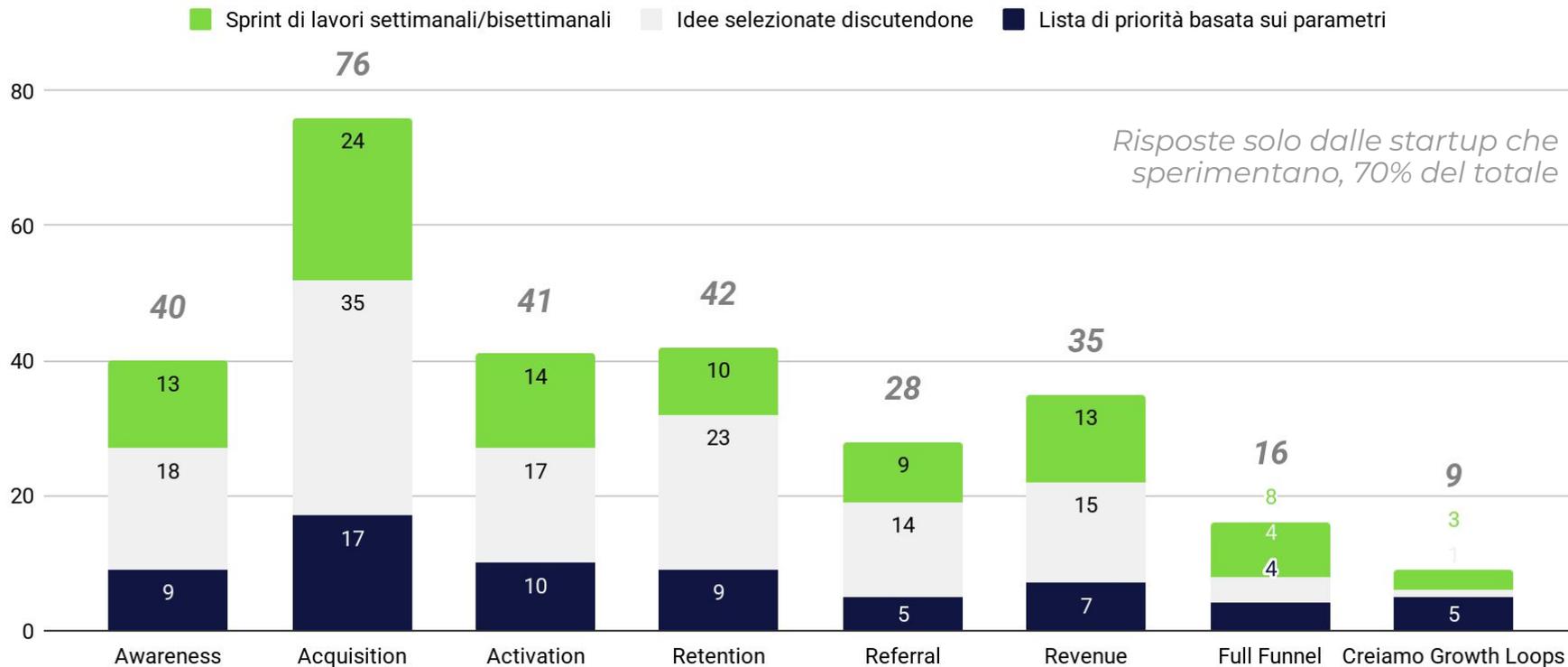
Curiosamente, a stadi più complessi non corrispondono processi formali di sperimentazione più complessi.

Anzi, sembra succedere proprio il contrario!



- NON abbiamo un processo formale di sperimentazione
- Abbiamo una lista di idee che testiamo decidendo a voce quelle che sembrano più promettenti
- Abbiamo una lista di idee che ordiniamo per priorità assegnando dei punteggi basati su diversi parametri (es: ICE, BRASS, ecc)
- Sperimentiamo attraverso Sprint di lavoro settimanali/bisettimanali e seguendo un metodo preciso (experiment card, catalogazione dei learnings, ecc.)

Qual è il focus della sperimentazione?



Quindi?

Bene che il 71% abbia un processo formale o informale di sperimentazione*

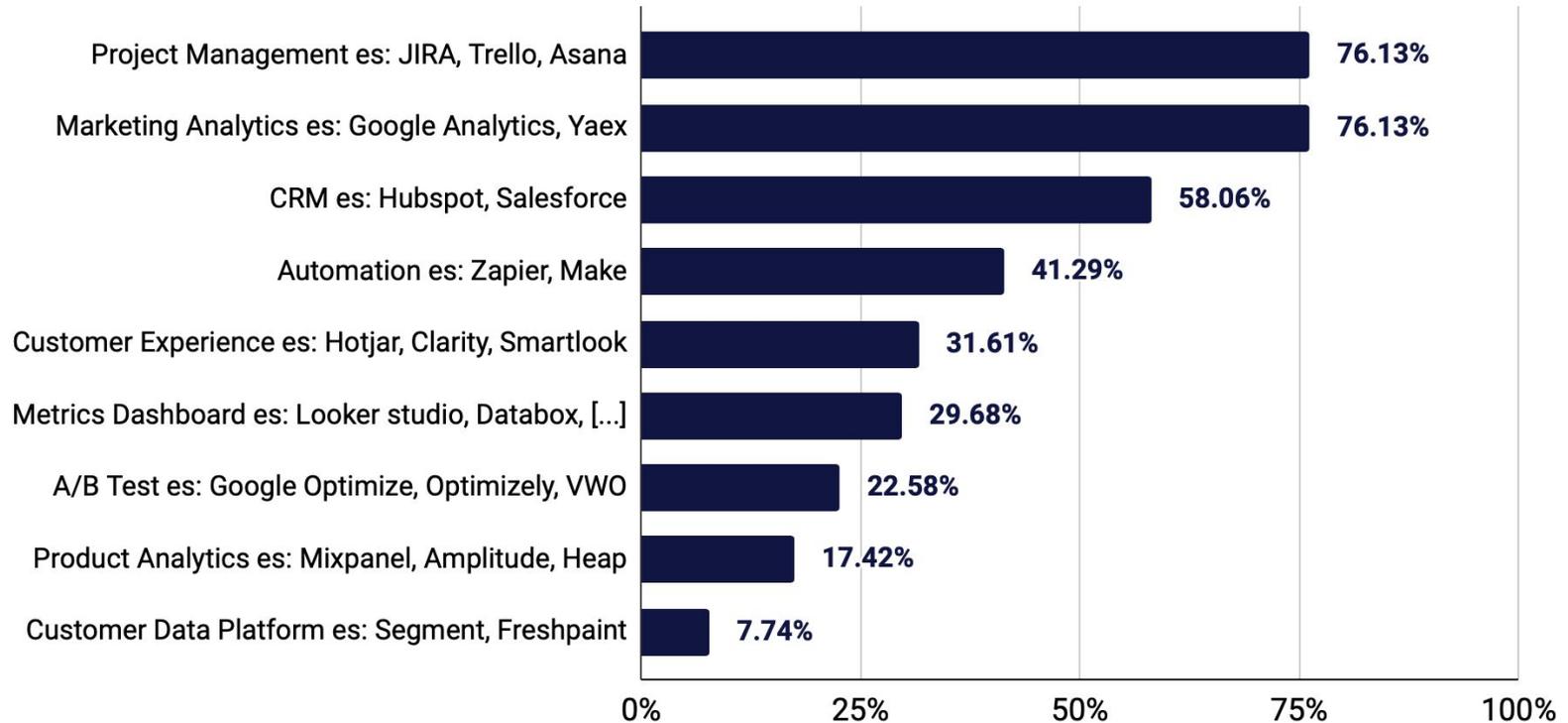
Manca però aggiornamento e definizione strategica di step, obiettivi e ownership che permettono di non perdere opportunità di crescita come per esempio i Growth loops.

*anche se sembra mancare consapevolezza sul grado di complessità necessario: aziende evolute seguono processi poco strutturati (gut feeling?) mentre startup in fase di validazione creano troppo presto dei processi complessi.

Tool

Quali tool usiamo più spesso?

Quali sono i tool più usati?



Quindi?

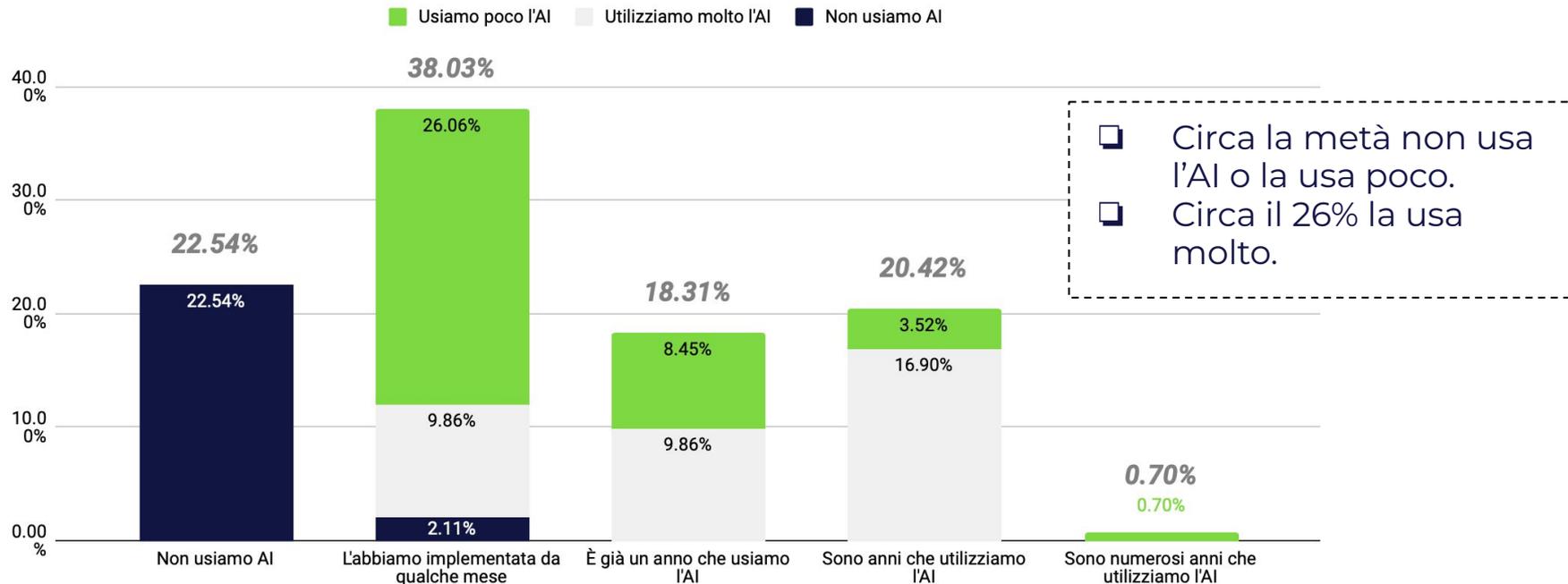
Punti positivi: il 76% usa analytics o tool di tracciamento marketing

Male però che non siano installati sistemi di **CDP solo il 7%** (che dopo un primo setup permettono di tracciare in modo più facile e immediato tutte le metriche), **product analytics** il 17% e soprattutto **sistemi qualitativi**, il 31%, che nelle fasi iniziali sono fondamentali per migliorare UX e value proposition del prodotto/servizio.

AI

Quanto e da quando la usiamo?

Qual è il rapporto con l'AI?



Quindi?

Il 26% usa molto l'AI, ma il 50% la usa poco o per niente.

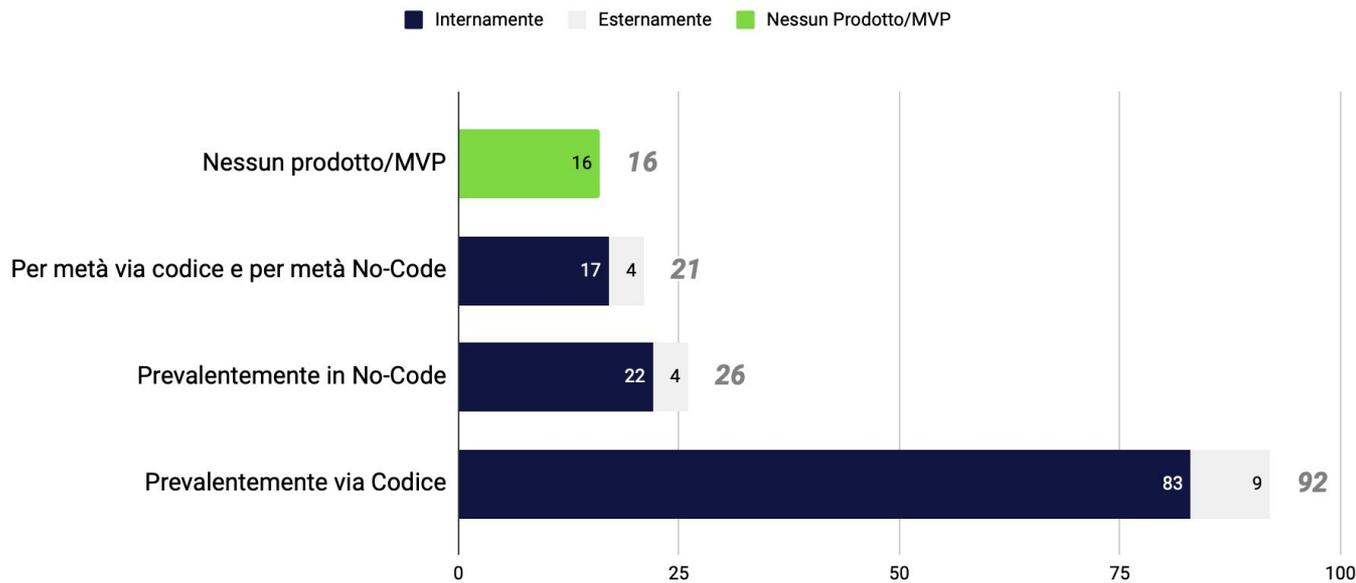
Una tecnologia trasformativa e potenziante come l'AI **usata così poco** dalle realtà più agili e innovative del paese è un'opportunità potenziale persa.

Prodotto

Come diamo vita al prodotto?

Come viene sviluppato il prodotto?

**Non tutte le aziende hanno risposto*



Quindi?

Punti positivi: ottimo che l'89.6% abbia un prodotto sul mercato

Attenzione però che meglio avere un prodotto **ibrido** no-code + code (solo il **13.5%** dei casi) nelle prime fasi dell'azienda soprattutto per rendere **agile** la sperimentazione veloce da parte del team marketing

Correlazioni

Veniamo ai dati!

Per crescere di più...

Sperimenta sull'attivazione

69% di correlazione con la crescita

Assumi più dev

49% di correlazione con la crescita

Accetta il fallimento

47% di correlazione con la crescita

Usa tool di product analytics

43% di correlazione con la crescita

Non sperimentare su Referral

-24% di correlazione con la crescita

Per avere più ricavi...

Assumi più persone

62% di correlazione con le revenue

Fai più round di raccolta

53% di correlazione con le revenue

Assumi più dev

44% di correlazione con le revenue

Crea team più multidisciplinari

34% di correlazione con le revenue

Non sperimentare full funnel

-15% di correlazione con le revenue

In più...

Una cultura del fallimento tiene i team più piccoli

Le startup che fatturano di più raccolgono di più

Usare tool di data visualization porta al successo

Studio delle correlazioni tra fattori

Per 105 delle 155 unità è stato possibile risalire ad almeno una di queste informazioni:

Valori presenti	Fatturato 2022	Fatturato 2021	Fatturato 2020	N. Round	Dipendenti (2022)
	87	59	34	55	59

Growth Index - Indice di crescita
Crescita di fatturato tra due esercizi

Fatturato massimo



Campi originali

Correlazione con le componenti individuali del successo

Metodo

L'indicatore binario di successo è calcolato combinando i valori standardizzati delle quattro variabili presentate. La loro somma varia essa stessa tra [0,1] ed il 70esimo percentile della distribuzione ha valore 0.1, dunque i record con somma delle variabili > 0.1 sono riconosciuti come casi di successo.

SUCCESSO (0,1)

Correlazione (variabili numeriche)
R di Pearson

Chi2 test di indipendenza (variabili categoriche)

DATA

Come l'abbiamo scoperto?



*Proviamo a spiegarvi cosa hanno fatto quei nerd di **Dataz!***

Raccolta dati: Sono stati raccolti dati su fatturato 2020, 2021 e 2022, numero di round di investimento e numero di dipendenti nel 2022. Questi dati sono stati ottenuti da 105 delle 155 startup analizzate.

Calcolo del Growth Index: È stato calcolato un indice di crescita basato sulla crescita del fatturato tra due esercizi. Questo indice è stato poi utilizzato come una delle componenti per definire il successo di una startup.

Normalizzazione dei dati: I dati sono stati normalizzati utilizzando il MinMax Scaling, che trasforma i valori in un range compreso tra 0 e 1. Questo permette di confrontare variabili con unità di misura diverse.

Definizione del successo: È stata creata una variabile binaria "successo" combinando i valori standardizzati di quattro variabili: Growth Index, fatturato massimo, numero di round di investimento e numero di dipendenti.

Identificazione delle startup di successo: La somma delle quattro variabili standardizzate varia tra 0 e 1. Il 70° percentile di questa distribuzione ha valore 0.1. Le startup con una somma delle variabili maggiore di 0.1 sono state considerate come casi di successo.

Studio delle correlazioni: Sono state studiate le correlazioni tra le componenti individuali del successo (Growth Index, fatturato massimo, numero di round di investimento e numero di dipendenti) e altre variabili numeriche e categoriche. Per le variabili numeriche è stata utilizzata la correlazione di Pearson, mentre per le variabili categoriche è stato utilizzato il test Chi-quadrato di indipendenza.

E ora?

Stiamo preparando il prossimo report

1. Partecipa

Abbiamo ricevuto molti feedback interni ed esterni, il prossimo sondaggio avrà **domande più mirate** per trarre conclusioni ancora più utili.

Il modo perfetto per contribuire è farne parte!!!

Candidati qui

2. Interviste

Tu rispondi

Ti faremo delle domande di approfondimento per il report

Noi ti aiutiamo

Ad implementare processi di growth in azienda, **prima call gratuita!**

Prenota qui

3. Contenuti

Noi pubblichiamo

Abbiamo molti contenuti di **approfondimento** in programma

Tu leggi

Come strutturare un processo di sperimentazione?
Come fare CRO e quali tool utilizzare?
Come coinvolgere un growth advisor?
Come misurare i dati con le dashboard?...

Leggi i contenuti

Fonti

Link utili da leggere (ma aspettate i nostri contenuti top che arrivano presto sul sito)



Qualche articolo

- [How To Become A Customer Acquisition Expert \(T-Shape\)](#)
- [Traction vs Growth.](#)
- [The First Step To Building A Growth Machine \(The Growth Process\)](#)
- [10 Important Points about Growth by Brian Balfour](#)
- [Do Things That Don't Scale](#)
- [Startup = Growth](#)
- [Before the Startup](#)
- [Every Company Needs a Growth Manager.](#)
- [Network Effects Aren't Enough](#)
- [Growth Loops are the New Funnels](#)
- [The Activation Playbook](#)
- [The Racecar Growth Framework \(e qui\)](#)
- [Achieve Sustainable Growth by Focusing on Two Business Levers](#)



Letture Consigliate

Good Profit: Come Creare Valore per gli Altri ha Costruito una delle Società di Maggior Successo al Mondo: Charles G. Koch esplora come la creazione di valore per gli altri possa portare a un profitto sostenibile, condividendo le strategie che hanno reso la sua azienda una delle più prospere al mondo. [📖](#)

Measure What Matters: Come le Aziende di Successo Gestiscono gli Obiettivi: John Doerr illustra l'importanza di stabilire obiettivi chiari e misurabili (OKR) per guidare la crescita e il successo aziendale, presentando casi studio di aziende come Google e Bono.

The Lean Startup: Come Ogni Impresa Innovativa Usa il Ciclo di Feedback per Creare Prodotti e Servizi di Successo: Eric Ries propone un approccio scientifico per sviluppare e gestire startup, enfatizzando l'importanza di testare le ipotesi e adattarsi rapidamente alle esigenze del mercato.

Blue Ocean Strategy: Come Creare Spazi di Mercato Incontaminati e Rendere la Concorrenza Irrelevante: W. Chan Kim e Renée Mauborgne presentano una metodologia per uscire dalla concorrenza diretta, creando nuovi mercati attraverso l'innovazione del valore.

The Innovator's Dilemma: Quando le Tecnologie di Successo Creano il Fallimento delle Aziende: Clayton Christensen analizza perché le aziende leader possono fallire nonostante una buona gestione, attribuendo la causa all'incapacità di adattarsi alle innovazioni disruptive.

Growth Levers: Matt Lerner fornisce un quadro pratico per identificare e sfruttare le leve di crescita più efficaci nelle startup e nelle aziende in fase di espansione, basandosi su esperienze reali nel mondo del venture capital e del marketing.

Running Lean: Ash Maurya offre una guida pratica su come validare idee di business e ridurre il rischio nelle startup, utilizzando principi snelli e un processo iterativo per trovare il product-market fit più rapidamente.

Grazie

Ci leggiamo nel prossimo report!