

350 milioni

La società italiana, quotata a Toronto, vale in Borsa 350 milioni dollari Usa ; nell'ultimo trimestre ha visto i ricavi salire del 54% a 10,6 milioni, a fronte di un rosso di 8,6 milioni

E-learning Docebo, l'unicorno brianzolo spicca il volo in Canada

Matteo Meneghello — a pag. 17

I CAMPIONI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

E-learning. Testa a Biassono, business globale: con l'Ipo a Toronto la società oggi fattura 40 milioni di dollari l'anno ma ne vale 350

Docebo, in Canada ha spiccato il volo l'unicorno di Brianza

Matteo Meneghello

Dal nostro inviato

BIASSONO (MB)

Sul piano organizzativo, con un business b2b, un approccio maturo agli strumenti finanziari ed estrema flessibilità nella gestione delle risorse umane, Docebo, realtà attiva nel settore dell'e-learning con un portafoglio clienti che comprende molti big della Silicon Valley, è un pezzo di Nord America nel cuore della Brianza. La società è stata fondata a Biassono e lì in questi anni è rimasta, insieme a tutto il team di sviluppo, a pochi passi dal verde del «central park» brianzolo, il parco di Monza, e dalle curve dell'autodromo. Questo nonostante il 70% del mercato sia oggi

negli Stati Uniti e in Canada, dove qualche settimana fa la società si è quotata con successo alla Borsa di Toronto e dove ora ha la strada spianata per diventare un unicorno, il primo italiano da molti anni, dopo la trionfale cavalcata di Yoox.

«Oggi capitalizziamo circa 350 milioni di dollari Usa - spiega il fondatore e ceo, Claudio Erba -. Abbiamo naturalmente l'ambizione di crescere ulteriormente e di»



Il fondatore.

Claudio Erba, insieme ad altri due soci, ha fondato la sua creatura a Biassono, in provincia di Monza, nel 2005 e da allora è partito alla conquista del mondo



ventare magari un unicorno, ma non siamo interessati all'etichetta in quanto tale. Quella deve essere una conseguenza, non l'obiettivo delle nostre azioni».

La società si è quotata sulla Borsa di Toronto lo scorso 10 ottobre: con l'Ipo ha raccolto circa 75 milioni di dollari canadesi, collocando 4.687.500 azioni al prezzo di 16 dollari. Non essere immediatamente percepiti come una società che sviluppava il proprio business in Italia è stato per Erba e il suo team un vantaggio nel percorso di finanziarizzazione che ha portato all'Ipo sul Tsx.

«La scelta fondamentale è stato aprire una sede negli Stati Uniti - spiega il fondatore -. Da lì il mercato ci è esploso in mano e tutto è venuto di conseguenza. Gli investitori si sono innamorati del nostro business e ci hanno dato fiducia»; anche perché il rischio paese, che di solito tiene alla larga i capitali esteri dall'Italia, in questo caso non sussisteva, vista la natura del business e lo sbilanciamento delle revenues in nord america.

La società è stata fondata nel 2005 e fino al 2012 ha sempre raccolto capitale in Italia. Poco, a dire il vero. «Dopo l'investimento in Usa, 60mila dollari spesi nel 2013,

crescevamo del 50 per cento all'anno, avevamo un track record invidiabile e servivano 2-2,5 milioni di euro per sostenere lo sviluppo - spiega Erba -. Ma il nostro business è sempre stato difficile da comprendere in Italia, dove siamo l'anti-portfolio per eccellenza di ogni venture capitalist. Basti pensare che con l'Ipo in Canada solo un fondo italiano ha deciso di investire, nonostante il roadshow che avevamo curato anche nel nostro paese».

Sono stati due fondi canadesi, in questi anni, a scommettere fortemente su Docebo: Intercap Equity, che oggi possiede l'11,21%, e Klass Capital, che detiene il 59,01% del capitale dopo avere rilevato negli anni le quote dei due soggetti italiani che maggiormente avevano creduto nelle potenzialità della creatura di Erba: Seeweb, angel investor che aveva dato fiducia a Docebo fin dagli esordi, e Andrea Di Camillo attraverso Principia sgr (uscita nel 2015).

Carlo Erba, il fondatore, oggi mantiene una quota del 5,79%. Nell'ultima trimestrale, pubblicata lo scorso 13 novembre, l'azienda ha comunicato ricavi per 10,6 milioni di dollari, in crescita del 54%,

per un dato cumulato nei primi nove mesi che sale a 29,145 milioni

(+53%). Il gross profit nei tre trimestri sale a 23,170 milioni, per una perdita netta di 8,615 milioni. Il mercato delle piattaforme di e-learning, assicura il fondatore, vale sette miliardi di dollari e cresce a un tasso del 10-20 per cento all'anno: l'obiettivo di Docebo è continuare a svilupparsi in modo efficiente, in modo da riuscire a conquistare ulteriori quote di un mercato al momento molto frammentato, ma dove il player italiano è comunque già tra i primi cinque leader. La stessa quotazione è una delle chiavi per questo obiettivo: come ha dichiarato Erba in occasione dell'ultima trimestrale, l'Ipo pone Docebo in «un'ottima posizione per espandersi e sfruttare le molte opportunità che ci attendono per migliorare l'approccio delle imprese all'apprendimento».

Tra i fattori distintivi del proprio business, Erba cita la modularità, e soprattutto l'enfasi sull'intelligenza artificiale. Un modello che permette alla società di essere «più efficiente dei nostri competitor nella Silicon valley - prosegue il fondatore -. Loro ci impiegano tre anni a ripagare un cliente acquisito, a noi ne basta uno».

A livello di mercato l'Italia resta marginale (vale solo l'8%) rispetto al Nordamerica, dove il footprint culturale è condiviso, e dove il cliente tipo è un'azienda medio-grande. La Brianza, però, resta l'hub di ricerca per tutto il mondo (oltre ad ospitare la proprietà intellettuale, le vendite e altre strutture di staff).

«Il problema non è il costo del lavoro, ma trattenere i talenti - spiega Erba, che ha costruito un team internazionale che vede affiancati cervelli di rientro, giovani freschi di Politecnico e laureati provenienti da dieci nazionalità diverse -. Un programmatore di software, un esperto di intelligenza artificiale o un data scientist è come un artigiano, perché la conoscenza deve maturare nel tempo, ha un buffer lungo. E per mindset e struttura del mercato, qui in Italia posso contare su una maggiore fedeltà del team che lavora per noi, in un ambiente di lavoro che è davvero difficile da trovare altrove».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La campanella.
Il primo giorno di quotazione di Docebo alla Borsa di Toronto, il 10 ottobre