

Equity crowdfunding in volata

Anche se i numeri sono ancora ridotti rispetto ad altri paesi europei, i primi sei mesi del 2017 hanno registrato un boom. Segno che lo strumento piace agli investitori privati ed è efficace per sopperire alla carenza di credito per start-up e Pmi

di Paola Stringa



Il 2017 sarà l'anno del vero decollo. L'equity crowdfunding, questa forma di finanza alternativa, anche in Italia sta diventando una risorsa sempre più rilevante e necessaria al servizio delle start-up e della Pmi. In soli 6 mesi è stata superata la raccolta di tutto il 2016, secondo l'analisi effettuata da Crowd Advisor su dati CrowdfundingBuzz.it e presentata a Palazzo Mezzanotte a luglio.

Numeri alla mano

In particolare è emerso che la raccolta sulle piattaforme italiane ha superato i 5 milioni nella prima parte di quest'anno, mentre nel 2016 la raccolta era stata di 4,3 milioni durante tutto l'anno (+25%). Dal 2014 sono stati

raccolti 12,5 milioni di euro per un totale di 53 imprese finanziate. Tra quelle finanziate nel 2017 (23 sinora) 19 sono start-up innovative, 2 piccole imprese e una è un Oicr (Organismo di Investimento Collettivo del Risparmio). L'investimento medio degli investitori che hanno sottoscritto le quote offerte in ogni campagna di successo, è stato di 3.500 euro, ma sono già 1.464 coloro che hanno creduto nella potenzialità di crescita di qualche impresa dall'inizio del 2017.

La specificità degli investitori italiani

Fuori dai numeri, cerchiamo di capire che cosa sta succedendo in questo mondo parallelo a cui la Borsa italiana ha aperto i battenti per fare il suo primo bilancio.



Che il crowdfunding si stia dimostrando un'alternativa efficiente per la raccolta di capitali, è ormai un dato certo, anche se, come è emerso dall'analisi, occorre, in una fase di maggiore maturità, qualificare meglio gli investimenti, anche in funzione del fatto che è aumentata sia la platea degli investitori sia quella delle aziende da finanziare, poiché dallo scorso maggio anche la Pmi può raccogliere con questo metodo capitali da reinvestire. La più marcata caratteristica dell'equity crowdfunding italiano ha a che fare con la specificità degli investitori: quasi un terzo di loro raramente ha mai considerato altre forme di investimento, dunque l'equity crowdfunding potrebbe essere la porta d'accesso al settore finanziario per chi non ha mai trovato prima prodotti finanziari

che rispondessero ai suoi gusti e ora, grazie al maggiore coinvolgimento che sente verso i progetti che sta valutando, scende in campo.

Le piattaforme più vivaci

Le 19 piattaforme per ora autorizzate in Italia – per un totale di 109 campagne (Secondo Report Italia Crowdfunding-Polimi) – attirano insomma soggetti neofiti nel campo della finanza e questo target potrebbe quadruplicare nei prossimi anni. Le due piattaforme che hanno contribuito maggiormente ai risultati dei primi 6 mesi del 2017 sono CrowdFundMe e Mamacrowd, ciascuna con 7 società finanziate. Le altre piattaforme hanno seguito un approccio più rivolto agli operatori tradizionali, registrando investimenti medi più alti, mentre la strategia delle prime 2 sembra focalizzata verso la costruzione di un rapporto con i piccoli investitori (dai 1.800 ai 4mila euro). Tutta questa crescita è stata sostenuta fortemente a livello istituzionale, anche se si tratta di numeri ancora molto limitati rispetto a quanto accade in altri paesi europei (come Uk, Francia o Germania).

Verso una crescita organica

«Consob e Governo hanno sensibilmente migliorato la normativa – afferma **Fabio Allegreni**, fondatore e partner di Crowd Advisors –, questo ha contribuito a una potente accelerazione sull'equity crowdfunding, in più, ci sono stati diversi casi di successo e questo ha enormemente contribuito al suo sviluppo e a far crescere la numerosità ma anche la qualità dell'offerta come della domanda. Come advisor riteniamo che anche la maggiore maturità delle piattaforme possa innestare una crescita organica del settore». Ora, la recente estensione dell'equity crowdfunding a tutte le Pmi, non più solo alle innovative, allargherà certamente ancora la platea a imprese dei settori più tipici e rappresentativi del Made in Italy, che prima restavano esclusi. «Si tratta spesso di imprese ad alta potenzialità di crescita che propongono modelli di business comprensibili anche a un numero elevato di investitori» conclude Allegreni.

Le case history di successo

Tra le start-up finanziate da CrowdFundMe che si possono già annoverare tra le case history di maggiore successo, ci sono Cinny (un'app per creare e condividere video istantanei che cambiano in base alle emozioni), Sharewood (una piattaforma per condividere materiale sportivo, già definita l'AirBnB dell'attrezzatura) e My Cooking Box (un nuovo sistema di distribuzione di prodotti di qualità della cucina italiana). In questa prima parte del 2017 poi è stato registrato l'overfunding (obiettivo raggiunto) anche per: Taskhunters, la piattaforma leader in Europa che permette agli studenti universitari di svolgere lavori temporanei per aziende e privati, nel rispetto delle varie normative sul diritto del lavoro.



Paladin, la prima app con cui guadagnare attraverso la messa a noleggio di oggetti inutilizzati di medio e alto valore. Babaiola, la prima community dedicata ai viaggiatori

Le piattaforme che hanno ospitato campagne di successo

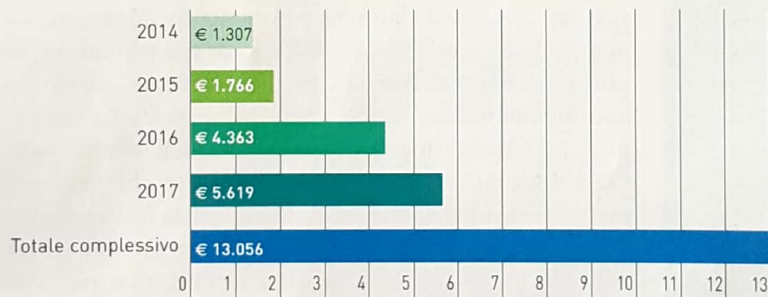
Numero di campagne di equity crowdfunding chiuse con successo



Fonte: www.crowdfundingbuzz.it

Le campagne finanziate con successo

Raccolta tramite campagne di equity crowdfunding finanziate (€/000)



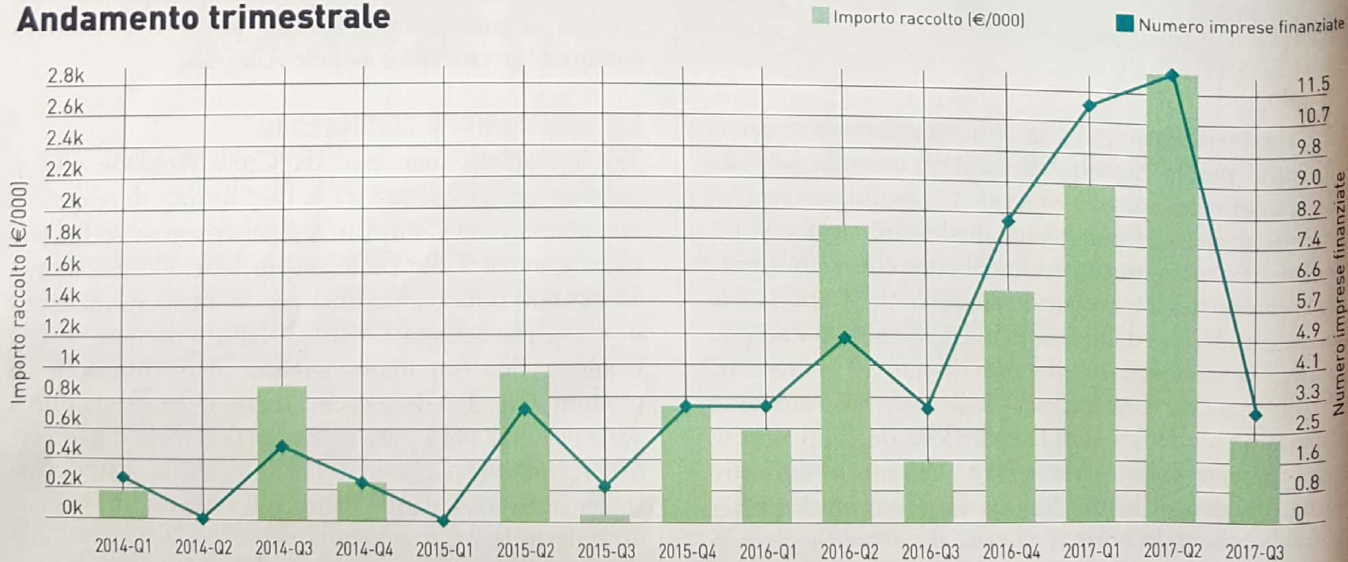
Fonte: www.crowdfundingbuzz.it

Lgbt, che permette di pianificare le proprie vacanze in destinazioni adatte e gay friendly con l'interazione degli utenti iscritti alla piattaforma. Home3D, la soluzione cloud per creare ambienti 3D da condividere ed esplorare attraverso l'immersione in realtà virtuale: un sistema di progettazione che rappresenta un rivoluzionario strumento di marketing per i professionisti del settore immobiliare.

L'ambizione di Glass to Power

Mentre è partita a luglio – sulla stessa piattaforma – la campagna di Glass to Power, per costruire la finestra fotovoltaica trasparente di case, uffici e centri commerciali. Si tratta di un progetto portato avanti da uno spin off dell'Università Bicocca di Milano, che utilizza una tecnologia G2P per ottimizzare l'efficienza energetica degli immobili, basata su lastre semitrasparenti di materiali plastici in cui vengono mescolati dei "cromofori" capaci, con l'assorbimento della luce solare, di riemettere fotoni a lunghezza d'onda infrarossa. Tutto ciò che è stato raccolto sarà impiegato al 65% in spese di ricerca e sviluppo, che includono l'ingegnerizzazione del prodotto, e al 35% in spese di marketing al fine di acquisire nuovi partner tecnologici e commerciali. L'ad di CrowdFundMe, **Tommaso Baldissera Pacchetti** (intervistato in questo numero da Attilio De Pascalis) ha parlato «Di ottimi risultati che ci spronano a proseguire lo scopo di diventare leader in Italia nel nostro settore».

Andamento trimestrale



Fonte: www.crowdfundingbuzz.it