

CROWDFUNDING: RACCOGLIERE CAPITALI ONLINE

Giancarlo Giudici
(Politecnico di Milano,
School of Management)

21.01.2019 - ore 15.00

PRIMA DI INIZIARE

Buongiorno.

Si ricorda che durante l'esposizione sarà possibile intervenire ponendo delle domande nella chat condivisa.

Al termine del webinar vi chiediamo gentilmente di compilare un brevissimo questionario di gradimento dove potete esprimere il vostro parere su quanto ascoltato.

USATE LA CHAT

Durante l'esposizione del webinar sarà possibile intervenire ponendo delle domande nella chat condivisa.

IN BREVE

Il webinar tratterà i seguenti temi:

- Definizione di crowdfunding
 - I modelli del crowdfunding
 - La regolamentazione
 - Equity crowdfunding
 - Social lending
 - Come 'lanciare' una campagna sulla rete
- ... il tutto arricchito da dati statistici ed esempi

DEFINIZIONE DI CROWDFUNDING

Potremmo definire il crowdfunding come «la ricerca di finanziamenti per un progetto specifico attraverso un ‘appello’ rivolto alla ‘folla’ dei navigatori di Internet»

Il progetto può essere di tantissimi tipi... noi parleremo soprattutto di progetti IMPRENDITORIALI, ma gli ambiti sono tanti e diversi (cultura, mecenatismo, sport, informazione, politica, solidarietà, ...)

L'appello può essere lanciato:

- Direttamente
- Tramite portali specializzati (piattaforme di crowdfunding, che chiedono una commissione sulla raccolta)

La raccolta può seguire tre ‘regole’:

- ‘All or nothing’
- Una soglia minima e massima
- ‘Take it all’

I MODELLI DEL CROWDFUNDING (1)

- Donation-based: finanziamento di progetti motivato da incentivi filantropici, culturali, politici, o di sponsorizzazione, senza alcuna remunerazione o beneficio materiale previsto, se non un ringraziamento intangibile (che per alcuni può comunque avere un valore intrinseco)
- Reward-based: finanziamento di progetti a fronte dell'aspettativa di ottenere in cambio una ricompensa o un premio tangibile non monetario. Solitamente è fornita la possibilità di scegliere tra diversi livelli di ricompensa, che aumentano di valore al crescere del contributo. Nessun contratto... è una 'promessa'!
- Pre-selling: la ricompensa è un 'pre-acquisto' del prodotto o servizio che verrà realizzato dall'impresa, in caso di successo nell'avvio delle attività (del tutto assimilabile a una operazione commerciale con annessi adempimenti ex. IVA / diritto di recesso)

I MODELLI DEL CROWDFUNDING (2)

- Lending-based ('P2P' lending): sottoscrizione di titoli o contratti di debito, che offrono un rimborso di capitale ed eventualmente una remunerazione, generalmente senza possibilità di rivalersi su una qualche garanzia
- Equity-based: sottoscrizione di capitale di rischio: si diventa a tutti gli effetti 'soci' dei proponenti (non è detto però con gli stessi diritti patrimoniali / di voto)
- Attenzione! I due modelli precedenti (che noi definiamo CROWDINVESTING) prevedono la sollecitazione di un investimento, quindi debbono sottostare a regole molto severe!

LA REGOLAMENTAZIONE

Il crowdfunding, come detto, è soggetto a normative specifiche, che possono anche essere differenti da Paese a Paese:

- LENDING

Le piattaforme sono in genere inquadrare come intermediari finanziari o istituti di pagamento. I finanziati possono essere sia persone fisiche sia imprese.

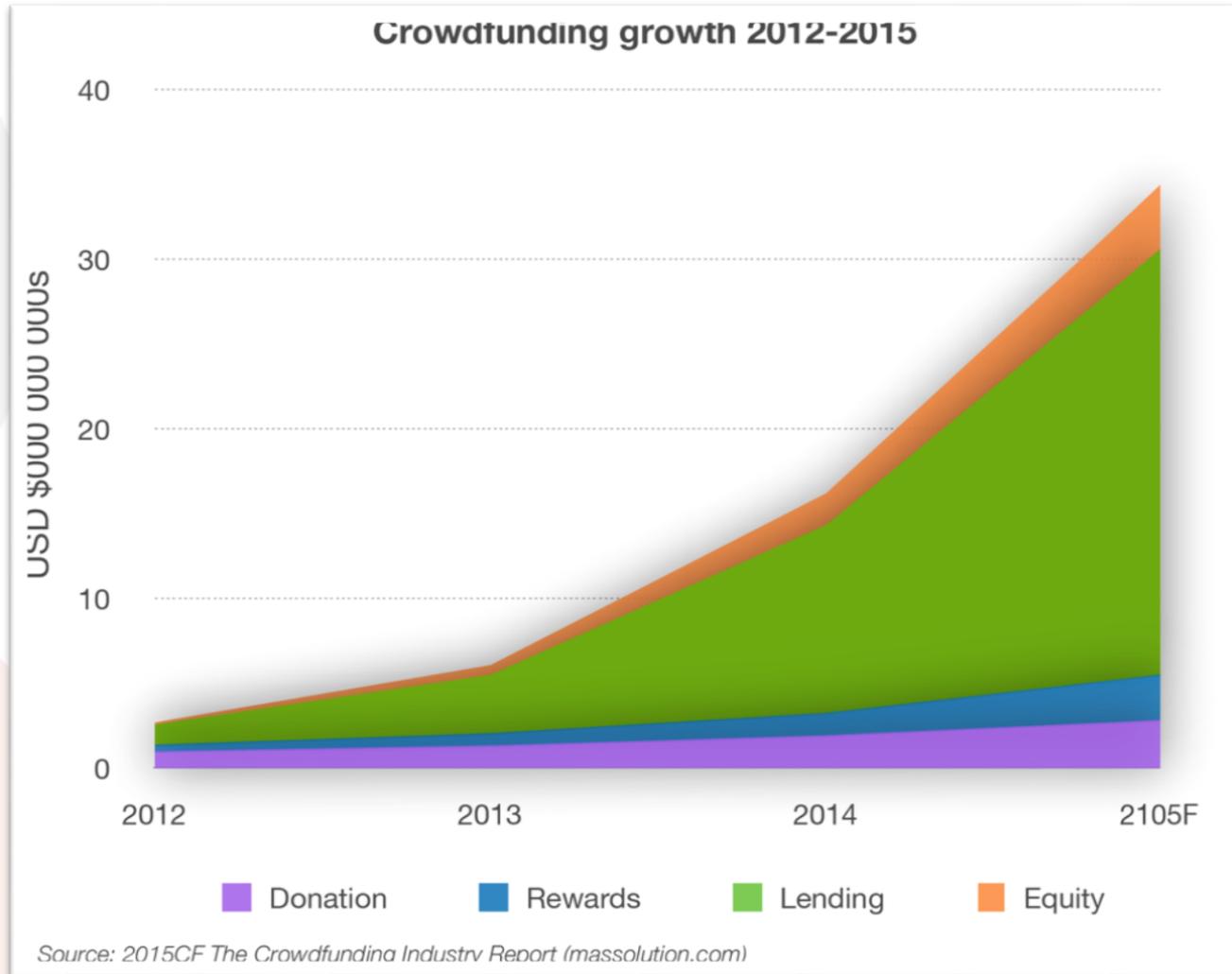
- EQUITY

Le piattaforme devono essere autorizzate dalla Consob. Solo le PMI (ai sensi Direttive UE) possono raccogliere capitale. Massimo consentito: € 8 milioni

Almeno il 5% (con eccezioni) della raccolta deve essere versato da investitori 'professionali' o qualificati.

Nell'UE è in corso un dibattito per una regolamentazione comune delle piattaforme che intendono operare trasversalmente su più Paesi UE.

UN FENOMENO IN CRESCITA



ESEMPIO DI CAMPAGNA PRE-SELLING

The screenshot shows the Indiegogo campaign page for 'FABtotum Personal Fabricator'. The page features the Indiegogo logo at the top left, navigation links for 'browse', 'learn', and 'create', and a search bar. The campaign title is 'FABtotum Personal Fabricator' with a subtitle 'FABtotum - the Multipurpose Open Source Low Cost Personal Fabricator. Scan, 3D Print, Cut/Mill. A seamless interaction between the digital and physical world.' and the location 'Technology - Milan, Italy'. Below the title are tabs for 'Campaign Home', 'Updates / 22', 'Comments / 905', 'Funders / 906', and 'Gallery / 10'. The main image shows three FABtotum units in red, black, and white. On the right, a progress bar shows '\$589,564 USD' raised, with a goal of '\$50,000'. A timer indicates '0 time left'. Below the timer, it states 'Fixed Funding' and 'This campaign has ended and will receive all funds raised. Funding duration: August 19, 2013 - October 17, 2013 (11:59pm PT)'.

Fatturato primo anno € 1,5 milioni – Acquisita da Zucchetti nel 2016

ESEMPIO DI CAMPAGNA PRE-SELLING



Tesla received nearly 330,000 orders within a week for its new Model 3. Photo: Slash Gear

Home > Business > Industries > Tech > Tech, Media & Telecom

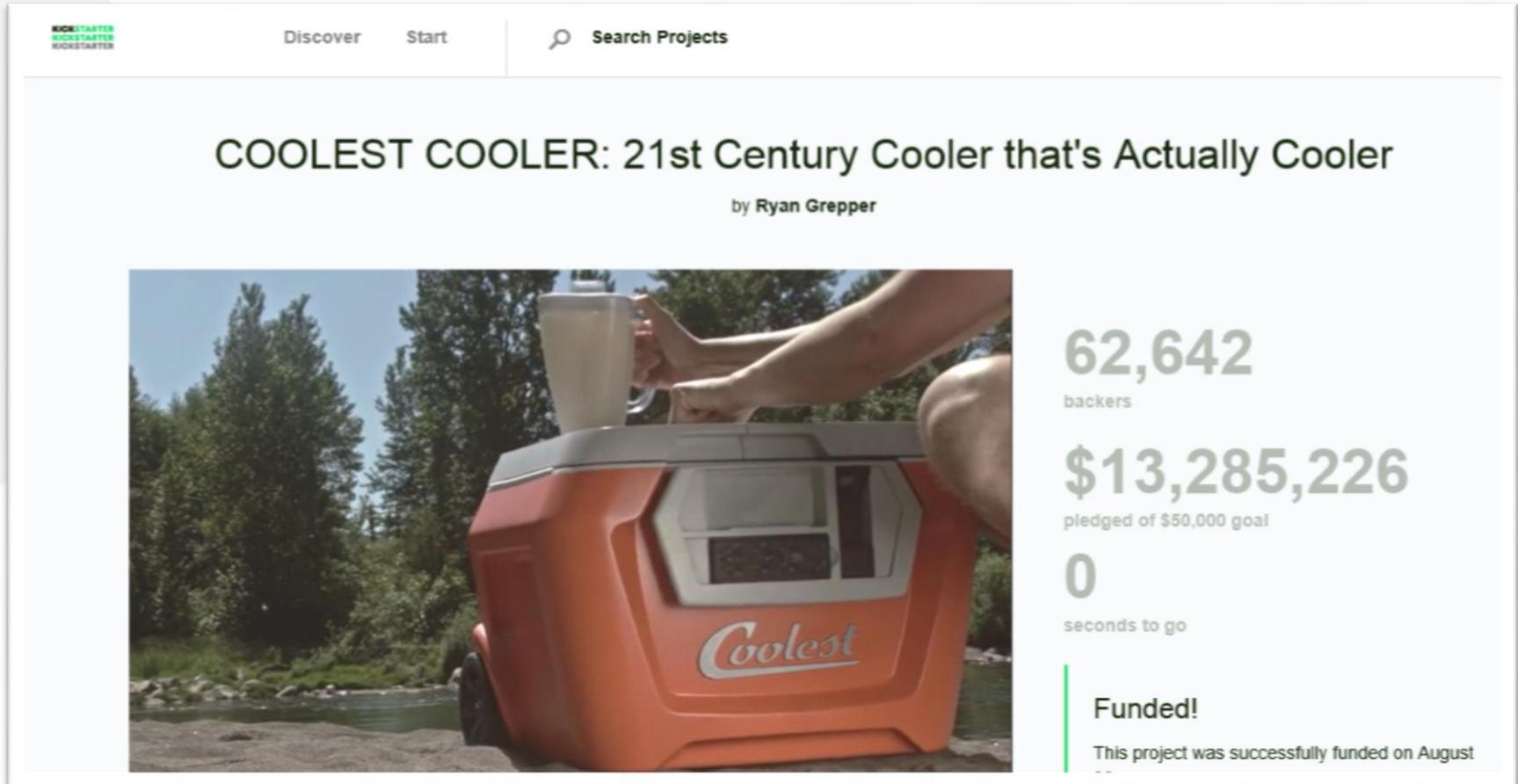


Ko Tin-yau

Apr 13, 2016 6:59pm

Tesla uses 'crowdfunding' to finance production of Model 3

PUO' ESSERE MOLTO POTENTE...



Discover Start Search Projects

COOLEST COOLER: 21st Century Cooler that's Actually Cooler

by Ryan Grepper



62,642 backers

\$13,285,226 pledged of \$50,000 goal

0 seconds to go

Funded!
This project was successfully funded on August

... MA ATTENZIONE ALLE PROMESSE!

TECH KICKSTARTER

The Coolest Cooler is turning into one of Kickstarter's biggest disasters

Not cool at all

By [Nick Statt](#) on November 18, 2015 07:48 pm [Email](#) [@nickstatt](#)



Coolest, the company behind a popular Kickstarter-funded cooler, is **now selling its product for \$499 on Amazon** in an effort to raise enough money to continue producing new units. The news may frustrate Kickstarter backers, who were promised the product in February of this year. Coolest said today it now plans to deliver the last shipment of coolers to Kickstarter backers by April 2016.

In a **video uploaded to YouTube**, CEO Ryan Grepper said the Amazon sale is to "keep the lights on" and "make certain that every single backer's Coolest can get made and shipped." The problem lies in the cooler's blending motor, which is made by a supplier that's currently on strike, he said. Coolest has been unable to find a viable replacement.

KICKSTARTER BACKERS ARE FURIOUS THE COOLEST IS SELLING ON AMAZON

NELLA PRATICA:

- In Italia una campagna donation-based o reward-based non necessita di particolari autorizzazioni o adempimenti; occorre però stare attenti agli aspetti contrattuali/fiscali
- Occorre segmentare le 'ricompense' e magari coinvolgere i contributori anche nella definizione del progetto (crowdsourcing)
- Fondamentale mobilitare il network e usare i social
- L'inizio della campagna è cruciale
- I portali più importanti: Kickstarter e Indiegogo (USA), Ulule in Europa, Eppela in Italia

EQUITY CROWDFUNDING

Una campagna di equity crowdfunding è certamente più complessa.

Occorre infatti definire:

- L'obiettivo di raccolta (minimo/massimo)
- La % del capitale della società (startup o PMI) da offrire in cambio
- I diritti dei soci sottoscrittori (quote votanti o non votanti, privilegiate, trascinamento, priorità nel rimborso...)

Nella pratica, occorre che l'assemblea dei soci approvi un aumento di capitale davanti al notaio, che può prevedere una parte inscindibile e/o scindibile, e deve essere conforme ai requisiti di normativa.

Occorre poi trovare un portale autorizzato dalla Consob.

EQUITY CROWDFUNDING: ESEMPIO

THEBESTEQUITY

Come funziona

Vedi i progetti

News

FAQ

Chi Siamo

Accedi

Registrati

Pordenone 2020

Guarda più tardi Condividi

PN
2020

**ENTRA
NEL
CLUB**

ALTRI VIDEO

0:23 / 0:25

YouTube

7%

€146,500
Raccolti su €2,200,000
Obiettivo

55
Offerenti

54
Giorni restanti

Termina il
15 March 2019

Offerta: 40% del capitale di Pordenone Calcio Srl; quote A, B e C in offerta

EQUITY CROWDFUNDING: ESEMPIO

WINELIVERY 3

Winelivery è il servizio che consegna in 30 minuti vino e alcolici alla giusta temperatura. Apre ora il suo "A Series" con l'obiettivo di una diffusione capillare in Italia e la prima apertura all'estero



EQUITY	5,3%	OBIETTIVO	€ 400.000
VALUATION	€ 7.200.000	INVESTITI	€ 1.215.873
	Premoney		Pari al 16,8% equity



Obiettivo	€ 400.000
Chip minimo	€ 500
Tipo società	Startup Innovativa

IN PRATICA...

Anche nell'equity crowdfunding fondamentale:

- Mobilitare il network e partire 'in quarta'
- Scaldare il cuore, non solo il portafoglio
- Puntare all'effetto 'lotteria'
- Offrire vantaggi e sconti per chi contribuisce di più
- Organizzare la gestione di una compagine societaria 'allargata' in cui chiunque potrebbe diventare socio; allo stesso tempo gli investitori sono i primi 'ambassador' dell'azienda

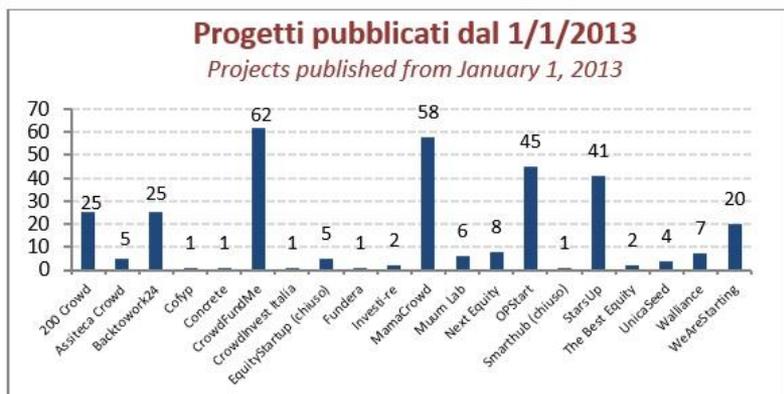
Aiuta il fatto che sono operativi detrazioni fiscali fino al 40% (per le persone fisiche) e deduzioni fiscali (per le società) che investono nel capitale di rischio di startup innovative (e PMI innovative, salvo OK definitivo da UE).

EQUITY CROWDFUNDING: I DATI (1)

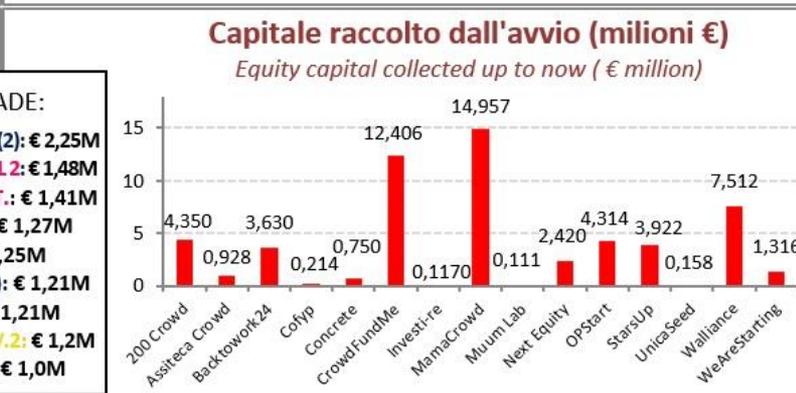
Portali autorizzati <i>Authorized web portals</i>	32 di cui: gestori 'autorizzati': 30	gestori 'di diritto': 2	
Offerte pubblicate <i>Offerings</i>	320 di cui: chiuse con successo: 200 (70,9%)	chiuse senza successo: 82 (29,1%)	
	attualmente in fase di raccolta: 38		
Offerte promosse da <i>Campaigns promoted by</i>	243 start-up innovative, 26 PMI innovative, 4 veicolo investimento, 20 altre PMI (*)		
	<i>innovative startups, innovative SMEs investment vehicles other SMEs</i>		
	(*) Vi sono casi di imprese che hanno promosso più campagne in periodi successivi		
Target medio di raccolta: <i>Average fundraising target:</i>	€ 211.810	Quota media del capitale di rischio offerto: <i>Average fraction of equity capital offered:</i>	11,83%
Per i soli progetti chiusi con successo: <i>For successful projects only:</i>	Percentuale media di raggiungimento del target: <i>Average % between raised money and target funding:</i>	187,3% (**)	
	Numero medio di finanziatori per ogni campagna: <i>Average number of investors per campaign:</i>	74,5	
(**) in alcuni casi si prevedeva la possibilità di chiudere con successo l'offerta anche con importi inferiori al "target", che viene definito come l'obiettivo di raccolta dichiarato all'inizio della campagna nel materiale informativo messo a disposizione			
Per i soli progetti chiusi senza successo: <i>For unsuccessful projects only:</i>	Percentuale media di raggiungimento del target: <i>Average % between committed money and target funding</i>	17,9%	
Capitale di rischio totale raccolto dall'avvio della legge: <i>Total equity capital raised up to now:</i>	€ 57.103.508		

www.osservatoriocrowdinvesting.it

EQUITY CROWDFUNDING: I DATI (2)



HIT PARADE:
GLASSTOPOWER(2): € 2,25M
BAIA BLU CAPITAL 2: € 1,48M
WYNWOOD 9 IT.: € 1,41M
SD CAPITAL: € 1,27M
SOISY: € 1,25M
WINELIVERY(3): € 1,21M
AD CASA: € 1,21M
CLUB ITALIA INV.2: € 1,2M
SYNBIOTEC: € 1,0M



Update: 20-Jan-19 Nota metodologica: i dati si riferiscono ai portali di equity crowdfunding autorizzati da CONSOB. La media della percentuale del capitale offerto esclude i progetti immobiliari e dei veicoli di investimento senza attività operativa. Il capitale raccolto si intende acquisito solo in caso di chiusura della campagna con successo. Le campagne vengono associate a un anno in funzione della data di chiusura e quelle in pre-adesione non sono considerate in quanto non vincolanti © 2019

www.osservatoriocrowdfunding.it

I RENDIMENTI FINORA OTTENUTI

Come visto, l'equity crowdfunding in Italia ha 'solo' 5 anni di vita ed è presto per parlare di rendimenti.

Si possono annoverare:

1 società che ha annunciato la quotazione in Borsa

1 società che ha realizzato il progetto e ha liquidato gli investitori con un rendimento positivo

2 società messe in liquidazione

Diverse società che hanno condotto round successivi di raccolta, quasi sempre a multipli maggiori (quindi non un 'apprezzamento' teorico dell'investimento).

L'investimento nell'equity crowdfunding è RISCHIOSO e ILLIQUIDO.
Parliamo di società molto piccole, non quotate.

SOCIAL LENDING

Le piattaforme di social lending gestiscono prestiti, che possono essere indirizzati a persone fisiche (CONSUMER) o persone giuridiche (BUSINESS).

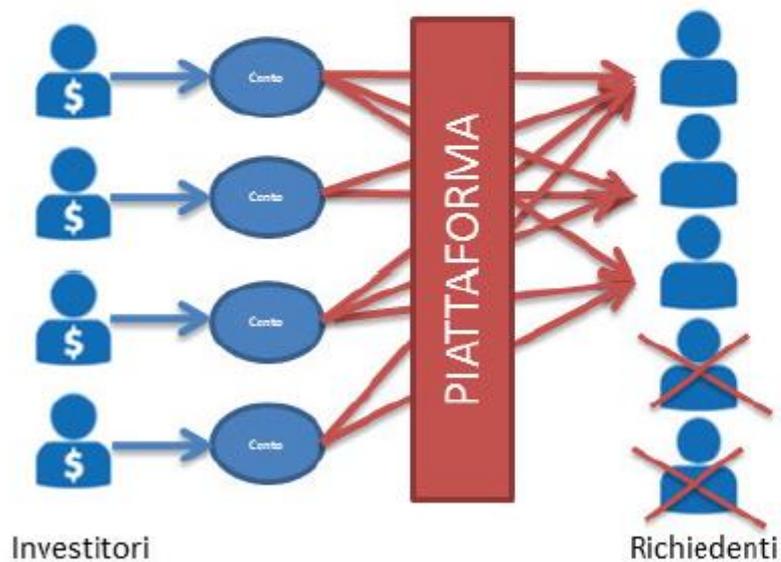
Le piattaforme sono abbastanza selettive e solo una piccola parte delle richieste viene 'approvata'.

Il meccanismo è del tutto simile a un prestito bancario, non garantito.

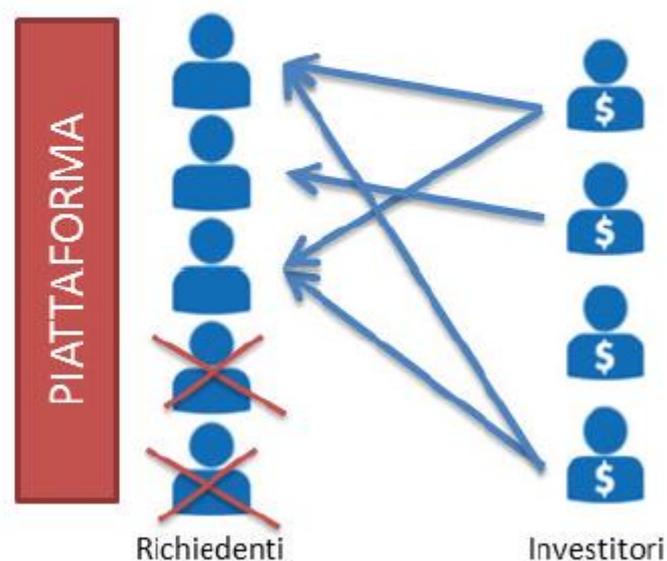
La piattaforma valuta il creditore e assegna un rating, in funzione del rischio percepito e della scadenza del prestito, e propone un tasso di interesse. Se accettato, il prestito sarà rimborsato in rate mensili comprensive di quota interessi e quota capitale.

SOCIAL LENDING: COME FUNZIONA

Modello 'diffuso'



Modello 'diretto'



SOCIAL LENDING: ESEMPIO

MacDue Srl

Non tutti sanno che il cubo di Rubik è distribuito in esclusiva in Italia da 25 anni da una piccola società brianzola, la MacDue. Fondata nel 1980, la società oggi ha 35 dipendenti e un'offerta che si sviluppa in tre principali settori: la divisione Pool&Garden che rappresenta un terzo del fatturato aziendale (60% piscine, 30% AirBed e 10% gonfiabili); la divisione Veicoli, con Bburago, Polistil e Maisto, con i loro *die-cast*, radiocomandi, piste, cavalcabili e dal 2012 anche con una linea infanzia e prescolare; la terza anima dell'azienda è la divisione BBJunior.

Con l'avvento di Internet, la società si è trovata ad affrontare la concorrenza della vendita *on line* e ha reagito firmando un contratto con Amazon, investendo in una campagna di comunicazione sul *web* e assumendo un *web manager*. Il capitale necessario (€ 250.000) è stato raccolto attraverso la piattaforma BorsadelCredito.it. “Le banche sono destinate a perdere terreno incalzate dai servizi *online*. Il Fintech diventerà sempre più importante come canale di finanziamento alle aziende e per tutti i servizi connessi - dice il presidente Giorgio Anelli - e quindi ho voluto sperimentare questa forma innovativa di finanziamento”.

SOCIAL LENDING: ESEMPIO

 **october** imprese investitori chi siamo

Latteria del Molise

presentato da October Italia

45.000 € 7.2% 36 mesi ● C



SOCIAL LENDING: I DATI

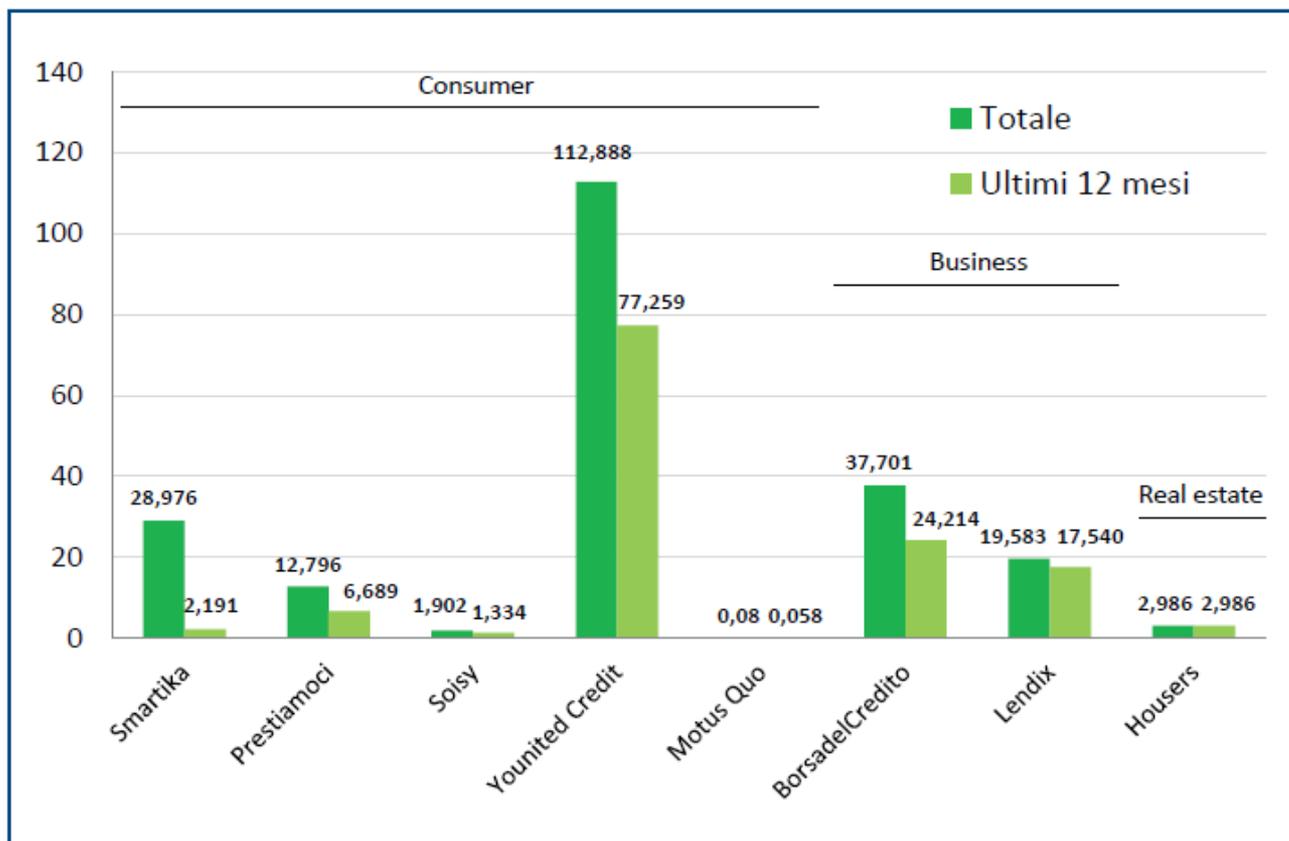


Figura 3.1

Ammontare dei prestiti erogati dalle piattaforme di lending crowdfunding italiane attive, alla data del 30/6/2018: valori totali e flusso annuale in milioni di euro.

Fonte: dati forniti dalle piattaforme

SOCIAL LENDING: RENDIMENTI

Investire nel social lending è RISCHIOSO.

Si tratta di prestiti non garantiti, spesso erogati a individui o micro-imprese. In caso di insolvenza, si può perdere anche il capitale.

Ecco perché alcune piattaforme 'spalmano' il capitale su più prestiti, per diversificare il rischio.

Alcune piattaforme inoltre applicano un margine in più ai prestiti, per finanziare un 'fondo di garanzia' che – nei limiti della capienza – supplisce a eventuali insolvenze.

Il rendimento lordo annuale che al momento le piattaforme dichiarano sui prestiti è in media fra il 4% e 6%.

Gli interessi sono tassati al 26%, come le altre rendite finanziarie.

IL CROWDFUNDING IMMOBILIARE

Ancora più recente in Italia è il mercato del crowdfunding nell'immobiliare, dove si parla di operazioni in ambito real estate (ex. realizzazione di nuovi appartamenti da vendere o mettere a reddito, ristrutturazioni, compravendite, finanziamento di impianti o infrastrutture).

Alcuni portali sono specializzati in queste operazioni:

EQUITY: Walliance, Concrete, House4Crowd

DEBITO: Housers, Trusters

Riassumendo...

- Il crowdfunding può essere una interessante opportunità di diversificazione delle fonti di finanziamento
- Non è però 'automatico' raccogliere e occorre preparare bene la campagna
- In funzione delle esigenze, occorre capire quale tipo di modello seguire (reward, equity, lending...), in quale mercato (Italia/estero) e quale è il target di contributori

Contatti



Prof. Giancarlo Giudici

Politecnico di Milano – School of Management

giancarlo.giudici@polimi.it

www.osservatoriocrowdinvesting.it

GRAZIE PER AVER PARTECIPATO

Prima di scollegarvi dal vostro PC vi chiediamo gentilmente di compilare un brevissimo questionario di gradimento dove potete esprimere il vostro parere su quanto avete ascoltato.