

Il Crowdfunding: un nuovo strumento di finanziamento per diversi tipi di utenti

Inviato da Nicola Tartaglia
giovedì 04 agosto 2016

Una forma di finanziamento “dal basso” che potrà esser utile a ogni tipo di investitore. Si chiama ed è una nuova forma di finanziamento che, partendo “dal basso”, ha già permesso a molti di portare avanti il proprio progetto con successo, rilevandosi come uno degli strumenti più innovativi dell’era digitale. Cosa c’è alla base? Il progetto collaborativo per uno sforzo comune. Dall’inglese (crowd = folla e Funding = finanziamento) questo innovativo strumento riprende un principio antico: il processo collaborativo di più persone che decidono di sostenere uno sforzo comune per la realizzazione di un progetto in cui credono. Una raccolta fondi non tesa, tuttavia, esclusivamente a scopi di beneficenza, ma anche a veri e propri investimenti finanziari e imprenditoriali. Caratteristiche del Crowdfunding. Principale caratteristica di tale strumento di raccolta è il suo esser interamente basata sul web, per il tramite di piattaforme specializzate. Il procedimento è relativamente semplice: l’ideatore o gli ideatori del progetto lo illustrano, indicando la somma necessaria per la realizzazione e, per alcune tipologie di crowdfunding, la remunerazione prevista per chi contribuirà nella raccolta fondi con il proprio contributo. Tale remunerazione può consistere in una quota di partecipazione o in semplici beni materiali. Il resto lo fa il web ed in particolare i Social network, piazza virtuale nella quale il rimbalzare della notizia permette una diffusione globale della campagna. Il crowdfunding ed i social network. I social network rappresentano probabilmente il vero punto di forza, la leva e la ragione del successo di questa tipologia di metodo di finanziamento. Si ripropone, evidentemente, lo schema della raccolta fondi in piazza. L’uomo col megafono; l’idea benefica; l’artista espone la propria opera; il musicista suona la propria musica offrendo il disco e “porgendo il cappello” per chiedere offerta di sostegno, per continuare la propria produzione. La piazza, oggi, è la piazza virtuale. Il social network con il suo essere realtà parallela, con i pro e contro, diventa oggi mercato e luogo di prova delle proprie capacità. Il web, la condivisione, ma soprattutto la forza e l’innovatività della propria idea fa il resto. Perché nella totale libertà del web solo un’idea forte e un progetto valido può far breccia ed emergere nella moltitudine. Sotto questo punto di vista infatti il social network diventa un enorme mercato con un’offerta infinita, e naturalmente più grande è il mercato, maggiori sono le difficoltà. Le diverse tipologie di crowdfunding. Vediamo le differenti tipologie di crowdfunding, ciascuna indirizzata ad un tipo di utente promotore, nonché a differenti tipi di finanziatori: ogni tipologia ha infatti dei corrispettivi specifici in cambio della quota monetaria ricevuta.

- **Equity based:** Questa tipologia di finanziamento prevede per gli investitori non professionali una quota di partecipazione nel capitale dell’impresa. Si tratta probabilmente della forma di crowdfunding più vicina alle tradizionali forme di partecipazione societaria. L’investitore diventa socio minoritario della società che porta avanti il progetto, dà una quota monetaria e riceve come remunerazione una partecipazione in società.
- **Il Donation-based:** è una tipologia di Crowdfunding è basata sui c.d. atti di liberalità, negozi giuridici a titolo gratuito caratterizzati da uno spirito di liberalità. La donazione, dal quale prende il nome tale tipo di crowdfunding, è la categoria principe di questi atti. L’investitore non riceve alcun tipo di ricompensa, alcun premio in cambio del proprio denaro: sostiene una causa, crede in un progetto o un obiettivo finale: ritiene, pertanto di contribuire materialmente a tale progetto. Si tratta pertanto di una modalità tipica degli enti No-profit e del terzo settore.
- **Il Lending based:** in tale forma di crowdfunding gli investitori vengono ripagati nel tempo del loro investimento; è una sorta di investimento a lungo termine che trova il suo margine di redditività negli interessi che vengono concordati al momento dell’accordo tra investitore e azienda. Per le sue caratteristiche si propone come una valida alternativa al credito bancario.
- **Il Reward based:** è un tipo di crowdfunding basato su una ricompensa (reward), generalmente consistente in un’unità di prodotto o altri pacchetti, oppure un servizio particolare fornito dall’impresa. Particolarmente adatto per le start-up. Con che modalità si svolge la raccolta? Per diverse tipologie di investitori ed emittenti si propongono anche differenti modalità di raccolta, a seconda della propensione al rischio degli utenti.
- **All or nothing** – La somma target indicata dall’impresa o startup o dall’aspirante imprenditore deve essere raggiunta entro un periodo di tempo ben definito. Il mancato raggiungimento di tale somma denota il fallimento della campagna, con la conseguenza che le transazioni non avverranno: il denaro, quindi, resterà sul conto dei sostenitori, o verrà in ogni caso restituito.
- **Keep it all-** Letteralmente “prendi tutto”. Tale modello è opposto del precedente: in caso di mancato raggiungimento dell’obiettivo prefissato entro la scadenza stabilita le risorse finanziarie ottenute rimangono nella società emittente.
- **All and more:** come nella modalità “All or nothing”, nel caso in cui l’obiettivo non venga raggiunto le somme vengono restituite; tuttavia, nel caso in cui l’obiettivo venisse raggiunto il progetto sarà esente da alcuni pagamenti.

Posso fidarmi delle piattaforme di raccolta? La risposta è: assolutamente sì. Ciò per un semplice motivo: ognuna di queste piattaforme deve esser registrata presso uno specifico elenco sotto il controllo esclusivo della CONSOB. L’organo di vigilanza delle società e della Borsa ha criteri molto rigidi, che partono da uno screening iniziale di coloro i quali si candidano alla gestione del portale. Una forte vigilanza in entrata che guarda non solo alle caratteristiche della società-persona giuridica, ma anche e soprattutto dei singoli soggetti facentene parte, primi tra tutti gli amministratori. Per diventare gestore di un portale, infatti, sarà necessario dimostrare di possedere tutti i requisiti di onorabilità e professionalità richiesti dal Regolamento Consob. Requisiti che dovranno esser mantenuti durante tutto lo svolgimento di attività del gestore, pena la decadenza della stessa. Si affianca così ad una fase di screening pre ingresso un’attività rigida di monitoring, nell’interesse tanto degli emittenti quanto degli investitori.

RICHIEDI CONSULENZA SU QUESTO ARGOMENTO