



Presentato il quarto Report Italiano sul Crowdfunding realizzato dall'omonimo Osservatorio della School of Management del Politecnico di Milano

IL CROWDFUNDING RADDOPPIA: RACCOLTI 517 MILIONI DI EURO

In un anno (dati al 30 giugno) sia l'equity crowdfunding che il lending hanno registrato un aumento di oltre il 100%, mostrando un tasso di crescita relativo che non fa sfigurare l'Italia rispetto ad altri Stati europei nonostante la differenza sui volumi continui invece ad essere importante.

Giudici: "Queste nuove forme di investimento si confermano per tutti una buona opportunità"

Milano, 18 luglio 2019 - Il crowdfunding raddoppia: lo scorso 30 giugno l'*equity crowdfunding* ha superato la soglia degli 82 milioni di euro raccolti (un anno fa erano assai meno della metà), mentre il *lending* è arrivato a ben 435 milioni, circa due volte la cifra alla stessa data del 2018. La raccolta nell'ultimo anno è stata rispettivamente di 49 milioni (170 campagne censite, quasi una ogni 2 giorni, con un tasso di successo del 75% nei primi 6 mesi quando la media dell'intero campione dal 2014 è del 71,7%) e di 207 milioni, con un tasso di crescita relativo che non fa sfigurare l'Italia rispetto ad altri Stati europei, anche se il gap sui volumi si mantiene consistente.

Sono le principali evidenze emerse dal quarto Report italiano sul Crowdfunding realizzato dall'Osservatorio omonimo della School of Management del Politecnico di Milano, presentato questa mattina. L'Osservatorio sul Crowdfunding studia quel sottoinsieme del crowdfunding che permette a persone fisiche, ma anche investitori istituzionali e professionali, di aderire direttamente attraverso una piattaforma Internet abilitante a un appello per raccogliere risorse destinate a un progetto imprenditoriale, concedendo un prestito (*lending-based model*) oppure sottoscrivendo quote del capitale di rischio della società (*equity-based model*).

Nell'*equity crowdfunding*, fra le emittenti guadagnano spazio le PMI, ma il mercato è ancora dominato dalle startup innovative (72% dei casi nell'ultimo anno) in particolare di Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna. Purtroppo, un'analisi inedita dei team delle emittenti che hanno avuto successo nella raccolta mostra una scarsissima presenza femminile, una media di 3 componenti e 42 anni ciascuno, così come gli investitori continuano ad essere soprattutto maschi di età media sui 45 anni.

Negli ultimi 12 mesi si sono registrate le prime exit, attraverso IPO o acquisizioni, ma anche i primi write-off. L'Italian Equity Crowdfunding Index, ideato dall'Osservatorio, ha calcolato al 30 giugno un apprezzamento complessivo del valore di portafoglio pari al 9,43%. Molto attiva poi l'industria del *real estate crowdfunding*: in un anno le piattaforme sono passate da 2 a 6 e altre sono in partenza.

"Il crowdfunding si sta dimostrando sempre più una buona opportunità sia per le imprese che vogliono finanziare le proprie attività, sia per gli investitori a caccia di rendimenti - spiega Giancarlo Giudici, Direttore Scientifico dell'Osservatorio -. Ora è arrivato il momento della verità rispetto alle 'promesse' fatte".

L'equity crowdfunding

Gli ultimi mesi hanno portato alcune interessanti novità regolamentari per l'*equity crowdfunding* che saranno meglio definite con la prossima revisione del Regolamento Consob: in particolare, la possibilità per i portali autorizzati di collocare titoli di debito, seppure con alcune limitazioni, e di offrire delle 'vetrine' per la compravendita delle azioni sottoscritte.

Al 30 giugno 2019 risultavano autorizzati in Italia 35 portali, ma un buon numero di questi non si era ancora attivato. Le campagne di raccolta sono state finora 401 organizzate da 369 imprese diverse, 170 solo negli ultimi 12 mesi, quasi una ogni 2 giorni. Il tasso di successo continua a mantenersi elevato: 75% nei primi 6 mesi del 2019, quando la media generale dell'intero campione dal 2014 è 71,7%.

Il valore medio del target di raccolta per i progetti non immobiliari è 191.956 euro, 664.231 quello degli immobiliari. Mediamente viene offerto in cambio il 10,4% del capitale (valore mediano 6,4%); si consolida la prassi di offrire titoli senza diritto di voto sotto una certa soglia di investimento (e votanti sopra la soglia). La piattaforma che ha finalizzato e raccolto più capitale è Mamacrowd (al 30 giugno sfiorava i 22 milioni di euro) seguita da Crowdfundme (vicina a 15 milioni ma con il maggior numero di campagne pubblicate) e Walliance (11,1 milioni). In media ogni campagna riceve il sostegno di 85,6 investitori.

Fra le emittenti guadagnano spazio le PMI, ma il mercato è ancora dominato dalle startup innovative (72% dei casi nell'ultimo anno) soprattutto di Lombardia, Lazio ed Emilia Romagna, che operano nei servizi di informazione e comunicazione. Gli obiettivi principali correlati alla raccolta di capitale sono investire nel

marketing e nel brand (55% dei casi) e nello sviluppo della piattaforma ICT (33%). La valutazione pre-money media e mediana si aggira intorno a 1,5 milioni di euro.

Un'analisi inedita dei team delle emittenti che hanno avuto successo nella raccolta mostra una scarsissima presenza femminile, una media di 3 componenti e 42 anni ciascuno. L'importo medio investito dai sottoscrittori è pari a 4.512 euro ed è aumentato negli ultimi 12 mesi rispetto al passato. Gli investitori continuano ad essere soprattutto maschi, età media intorno ai 45 anni.

Dopo la campagna di raccolta, alcune aziende riescono a crescere in termini di fatturato e marginalità, ma altre rimangono al palo. Poche diventano profittevoli nell'immediato, pochissime riescono a superare i target previsti nel business plan. Negli ultimi 12 mesi si sono registrate le prime exit, attraverso IPO o acquisizioni, ma anche i primi write-off. Su questa base l'Italian Equity Crowdfunding Index ideato dall'Osservatorio ha calcolato al 30 giugno un apprezzamento complessivo del valore di portafoglio pari al 9,43%.

Il lending crowdfunding

Per quanto riguarda il *lending*, al 30 giugno 2019 risultavano attive in Italia 6 piattaforme destinate a finanziare persone fisiche (consumer) e 7, più 3 in partenza, per le imprese (business), di cui ben 3 specializzate nel real estate. In ambito business aumentano le piattaforme che offrono il modello di investimento 'diretto', dando possibilità di scelta immediata al finanziatore su come allocare i prestiti, mentre in quello consumer prevale il modello 'diffuso', con il denaro suddiviso su tanti crediti diversificati.

Alcune piattaforme prevedono fondi di protezione per ripagare eventuali prestiti in sofferenza, altre fanno leva unicamente sulla garanzia pubblica del Fondo statale per le PMI. Nel prestito ai privati, Younited Credit è sempre leader con un totale erogato di 220 milioni di euro (107 negli ultimi 12 mesi) ma non raccoglie dai piccoli risparmiatori di Internet, mentre Smartika ha più prestatori attivi. La raccolta totale del mercato è stata di 279,3 milioni di euro, di cui 122 milioni nell'ultimo anno (+40% rispetto al flusso dell'anno prima).

Nel prestito alle imprese, Borsadelcredito.it, October e Prestacap occupano il podio. Sono diverse le piattaforme che hanno fatto leva sugli investitori istituzionali attraverso fondi di credito, cartolarizzazioni e accordi per moltiplicare le risorse a disposizione e scalare le attività. Il volume complessivo cumulato è di 156 milioni di euro, con un contributo dell'ultimo anno di 84 milioni (+48% sul flusso precedente).

Il real estate crowdfunding

L'industria del *real estate crowdfunding* negli ultimi 12 mesi è stata particolarmente vivace in Italia. Se un anno fa si contavano solo 2 piattaforme attive, oggi sono ben 6, oltre a quelle in partenza. I progetti finanziati nell'ultimo anno sono stati 8 in ambito *equity*, per un valore di 8,8 milioni di euro raccolti, più 30 in ambito *lending*, per un volume di 6,8 milioni. Il totale è dunque di 15,6 milioni di euro.

Informazioni per la stampa:

Stefania Vicentini

email: sv@dicomunicazione.it

mobile: +39 335 5613180

www.dicomunicazione.it