

Finanziamenti | Progetti | Analisi

# Crowdfunding, la crescita è limitata a poche piattaforme

## L'indagine della Cattolica rivela le caratteristiche delle 82 realtà esistenti

di Riccardo Bianchi

«Sono tante, troppe, e soprattutto molte sono immature sotto vari aspetti. Però quelle che funzionano sono in netta crescita e vedono il futuro positivamente, anche se lamentano la mancanza di una vera cultura del settore, problema più sentito dei limiti legislativi».

Si possono riassumere così i risultati della ricerca sul crowdfunding in Italia nel 2015, realizzata dall'Università Cattolica del Sacro Cuore in collaborazione con Tim e Starteed, coordinata dalla professoressa Ivana Pais e che sarà presentata domani in occasione di Sharitaly, l'evento milanese sull'economia collaborativa.

Tra le 82 piattaforme esistenti nel paese, di cui 69 attive e 13 in fase di lancio, 51 hanno risposto al questionario. I risultati prendono in considerazione alla stessa maniera tutte le piattaforme, piccole e grandi. In parte, ciò permette di spiegare alcuni dati che possono sorprendere, come il fatto che solo il 67% permetta di pagare con carta di credito, che il 57% preveda il monitoraggio dei progetti dopo il loro finanziamento o che soltanto alcune contemplino la rendicontazione delle spese. «Ci sono poche realtà che fanno da intermediarie per progetti importanti, e sono le più attente al servizio, e tante che raccolgono pochissimo» spiega la professoressa Pais, tra i primi in Italia ad occuparsi del settore.

Sul lato economico, il valore complessivo dei progetti finanziati dal 2005 a oggi tocca i 34 milioni di euro. Di questi, però, il 59% arriva dall'unica piattaforma italiana ibrida donazione-debito e il 19% da quelle con ricompen-

sa. Il tasso di successo è mediamente del 30%, in calo rispetto al 37% dell'anno scorso, e resta sopra la media solo alcune categorie: debito, ricompensa ed equity.

Secondo le stesse realtà intervistate, il basso successo è legato al fatto che chi apre i progetti non ha chiara la necessità di dover strutturare una campagna di comunicazione e spesso si lega a temi poco sentiti o ha un target di riferimento troppo vago. Però è anche vero che il 27% delle piattaforme non fa selezione all'entrata tra i progetti pubblicati, anche se i 21 mila pubblicati sono solo il 21% dei quasi 100 mila presentati: «Per alcuni è una strategia, soprattutto per le realtà di donazione, in cui i soldi li ricevi anche se non hai raggiunto l'obiettivo prefissato. Non si guarda alla qualità di cosa viene pubblicato, ma si dà solo lo spazio».

Per quanto riguarda le nuove nascite, si nota un cambiamento: «Dopo anni di copia-incolla e di piattaforme tutte uguali, ora nascono

già specializzate su un settore specifico e con diverse modalità di raccolta - ammette Pais - Il termine crowdfunding è un cappello che in futuro racchiuderà vari modelli, molto differenti tra loro».

Tornando ai fondatori, l'età media è di 38,5 anni, il 32% ha una formazione economica e il 68% è uomo. Preferiscono la società a responsabilità limitata il 53%, e solo il 18% ha registrato una startup innovativa. Nelle piattaforme lavorano 249 persone, con una media di 5,7 lavoratori ciascuna. Scarseggiano i finanziamenti di venture capitalist all'apertura, anche soprattutto banche: tra le realtà che hanno risposto, il 54% afferma di essere nata esclusivamente con fondi personali.

Difficile infine analizzare i dati sui fatturati passati e previsti. Gli intervistati dichiarano di aver raggiunto in media gli 86 mila euro nel 2014 e di puntare a 153 mila nel 2015. A prima vista un'ottima crescita, se non fosse che le risposte alla domanda sono arrivate solo da un terzo dei partecipanti al sondaggio.

Nel prossimo futuro si prevede una crescita dei progetti con scopi "civici", domineranno ancora quelli sociali, anche nell'equity, e scarseggeranno quelli imprenditoriali, al contrario dei paesi anglosassoni dove il profit spadroneggia. Per questo quasi il 50% delle piattaforme auspica partnership con grandi aziende, ma 3 su 4 vorrebbero prima di tutto che si diffondesse la conoscenza di cosa sia davvero il crowdfunding, su cui gravano ancora paure e/o troppe aspettative. Quasi nulla, invece, l'attenzione della politica per la raccolta fondi. Alcuni casi ci sono stati, ma spesso su siti proprietari, come ha fatto il Movimento 5 Stelle. Ma lo stesso è successo in America per le campagne molto grandi (Obama nel 2008, Lawrence Lessig per le primarie democratiche del 2016), oppure ci si è affidati ad altre realtà, come gli spagnoli di Podemos, che hanno scelto Banca Etica per le regionali in Andalusia.



**MILANO** Nel dibattito sulla sharing economy vanno distinti i commons dalla ripartizione di diritti proprietari in uso esclusivo. Solo così si possono chiarire i confini dell'economia collaborativa.

@ilbianchi



