



\* Digital Transformation Manager, Serial Entrepreneur, Event Maker. Fondatore di Scai Comunicazione, agenzia digitale, Michele Franzese si occupa di business development e digital strategy, fa parte della faculty del Master in Digital Transformation Giunti Academy. Ha lanciato startup, tra cui PickMeApp e VERSO. Ha ideato diversi format di eventi: uno su tutti Heroes, racconta il futuro del business e si tiene ogni anno a Maratea.

# L'EQUITY VISTO DA VICINO

Protesi bioniche e assicurazioni del futuro. Tra Lecce e Torino, c'è chi lancia la sfida alle più importanti realtà del settore. Storie, prodotti e servizi diversi, con un unico denominatore: si sono finanziati con l'equity crowdfunding

**La parola crowdfunding** rientra nel lessico che, d'istinto, colleghiamo all'innovazione tecnologica, ma sarebbe riduttivo pensarci solo in questi termini: ha il merito di essere un ottimo strumento per raccogliere fondi senza dover passare attraverso canali più "tradizionali", come le banche. Il crowdfunding è nato tantissimi anni fa, nel 1884, per la costruzione del piedistallo che ancora oggi sorregge la Statua della Libertà a New York, ma nella sua forma attuale di finanziamento dal basso e raccolta fondi collettiva online in cambio di una "ricompensa" (*reward-based crowdfunding*) è stato sviluppato da tre giovani newyorkesi

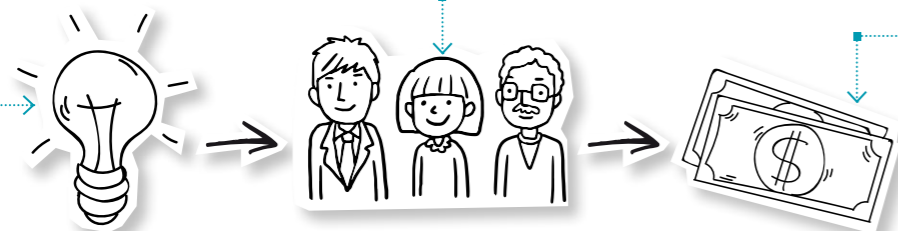
che fondarono Kickstarter nel 2009. L'equity crowdfunding invece, è una modalità di raccolta fondi relativamente nuova: l'Italia nel 2013 è stato il primo paese in Europa (e uno dei primi nel mondo, perché negli Usa già esisteva, ma con forti limitazioni) a introdurre questa opportunità, con una legge e successivo regolamento, più volte modificato fino alla forma attuale. Che semplifica le procedure e allarga la platea degli interessati ([www.consob.it/web/area-pubblica/equity-crowdfunding-normativa-nazionale-secondaria](http://www.consob.it/web/area-pubblica/equity-crowdfunding-normativa-nazionale-secondaria)). A dare impulso all'equity crowdfunding ha contribuito anche una detrazione significativa del 30% sugli investimenti in startup (che la Legge di bilancio 2019 ha portato al 40%, se l'Ue darà l'ok a questa opportunità).

**EQUITY CROWDFUNDING**

**170** campagne censite, quasi una ogni 2 giorni

**75%** tasso di successo

**82 milioni** di euro, fondi raccolti al 30 giugno 2019 (rispetto ai 36 milioni del 2018)



Giovanni Zappatore con la protesi della mano stampata in 3D.

## COME FUNZIONA L'EQUITY CROWDFUNDING

Diventare soci del progetto che si sostiene

Questo modello di raccolta fondi consente ai sostenitori di progetti e/o iniziative di diventare soci a tutti gli effetti della società che raccoglie i fondi, senza passare per il commercialista o il notaio. Quali sono le aziende che possono finanziarsi? Più o meno tutte! Una vera boccata di ossigeno per chi non riesce ad accedere al mondo del venture capital o alla finanza agevolata. Ma gli investitori, prima di investire, vogliono vedere *traction*: metriche, utenti e numeri che, in settori più complessi, diventa difficile mostrare nei primi anni di attività. Prima, cioè, di aver prototipato, sperimentato, sviluppato e promosso il proprio prodotto/servizio. Ecco perché le due storie che voglio raccontarvi sono speciali. Entrambe in settori particolarmente complessi, con importanti barriere all'ingresso, *player* multinazionali in competizione e necessità di ingenti capitali.

### Prima storia: Bionit Labs

Come avete affrontato la sfida dell'equity crowdfunding?

«Raccogliere fondi per una startup nel settore med-tech è estremamente complesso» spiega Giovanni Zappatore, Ceo di Bionit Labs, il team che ha inventato Adam's Hand, la protesi della mano stampata in 3D ([www.adamshand.it](http://www.adamshand.it)). «Soprattutto in Italia, dove l'importo degli investimenti è di gran lunga inferiore al resto del mondo. Perché? Tempi mediamente più lunghi per rientrare dall'investimento e difficoltà normative di accesso al mercato, che si aggiungono a quelle legate allo sviluppo commerciale».



Edoardo Monaco, ideatore di un'assicurazione social.

Come avete convinto più di 100 piccoli investitori a credere in voi? «Siamo riusciti a trasmettere come intendiamo superare i limiti di questo mercato, per creare un'azienda profittevole che assicuri un ritorno ai suoi investitori».

### Seconda storia: Axieme

Quali gli strumenti per "convincere" gli investitori?

«La prima vera sfida è metterci la faccia» afferma Edoardo Monaco, Ceo di Axieme ([www.axieme.com](http://www.axieme.com)), la prima assicurazione social tutta italiana. «Incontrare i potenziali investitori di persona e convincerli della bontà dell'idea, ma anche della qualità del team». Una battaglia vinta e poi lanciata online. «Chi pensa che basti pubblicare il progetto online parte male. L'ibridazione tra fisico e digitale è la chiave di volta. Sapeste quante ore al telefono ho passato e quanti treni ho preso durante la nostra campagna».

Se pensate che l'equity crowdfunding sia una passeggiata, farete meglio a cambiare idea! Ogni campagna è una sfida che implica impegno, investimenti e un racconto imprenditoriale visionario, ma trasparente. E dopo una campagna di successo, bisogna prepararsi ad affrontare la complessità di gestione dei tanti soci che vorranno essere informati e coinvolti nelle fasi di vita successive al round di finanziamento.

## CONSIGLI PER CHI AVVIA UNA CAMPAGNA

- Definisci chiaramente la tua idea e le principali *milestone* per svilupparla.
- Costruisci una community, incontra le persone, racconta loro il tuo progetto.
- Chiarisci sempre cosa farai con i soldi e crea un clima di fiducia intorno al tuo progetto.
- Trova subito un investitore professionale disposto a investire nel tuo progetto (affinché la campagna sia valida è necessario che investa almeno il 5% del totale della raccolta).
- Fai un progetto di marketing serio e convincente, con un piano editoriale che chiarisca tutti gli aspetti del tuo business e sia in grado di parlare al cuore e alla testa dei tuoi potenziali investitori.
- Usa tutti i canali quelli digitali e quelli tradizionali.
- Fai parlare di te la stampa.
- Segui la campagna ogni giorno, rispondi alle richieste di chiarimenti e organizza un webinar per chiarire ogni aspetto del tuo business.