
Sommario

Composizione del mercato del crowdfunding in Italia.....	3
Lista descrittiva delle piattaforme di Crowdfunding italiane.....	3
Storia e Geografia delle piattaforme di crowdfunding italiane.....	7
Genesi delle piattaforme di crowdfunding italiane: motivazioni e influenze.....	8
I modelli di crowdfunding sul panorama italiano.....	8
Demografia delle piattaforme di crowdfunding italiane.....	8
Forma giuridica, soci e dipendenti.....	8
Numeri del crowdfunding italiano.....	9
Mercati e pubblico di riferimento, competitor, reti di collaborazione.....	10
Criticità del mercato del crowdfunding italiano.....	11
Il quadro normativo.....	11
Cos'è il crowdfunding secondo gli addetti al settore.....	12

Indice delle figure e dei grafici

Fig.1 Suddivisione delle piattaforme di crowdfunding italiane per modelli.....	3
Grafico n.1 Linea temporale della nascita di piattaforme di crowdfunding in Italia.....	7
Fig. 2 Diffusione geografica delle piattaforme di crowdfunding italiane.....	7
Grafico n.2 Valore totale dei progetti finanziati diviso per modelli di crowdfunding.....	9
Fig. 3 Suddivisione dei modelli delle piattaforme italiane per valore complessivo dei progetti finanziati.....	10

*[*immagine di copertina: tag cloud creata con le definizioni di crowdfunding date dagli intervistati]*

Composizione del mercato del crowdfunding in Italia

Le piattaforme di crowdfunding attive al 15 novembre 2012 sono 16; ne sono state individuate altre 5 ancora in fase di lancio.

Otto piattaforme italiane appartengono al modello reward-based e cinque al modello donazioni. Solo una piattaforma può essere inserita in qualche modo nel modello equity-based e 2 nel modello Social Lending.

In totale, dodici piattaforme hanno risposto al nostro questionario online.

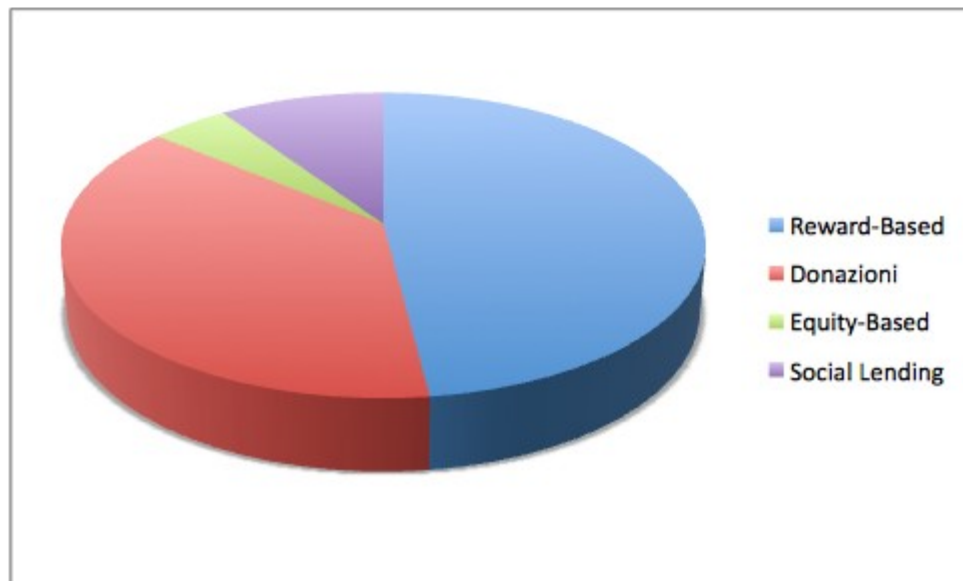


Fig.1 Suddivisione delle piattaforme di crowdfunding italiane per modelli

Lista descrittiva delle piattaforme di Crowdfunding italiane

Reward-based/Generaliste

Kapipal - www.kapipal.com

Kapipal è stata fondata da Alberto Falossi nel 2009 e si definisce un sito per raccogliere soldi online. Si tratta di una piattaforma generalista che permette di finanziare qualsiasi progetto, in special modo progetti personali, come un compleanno o una lista nozze. Kapipal si definisce anche la prima piattaforma **internazionale** a supportare il crowdfunding personale. Non impone alcuna commissione sui progetti.

Eppela - www.eppela.com

Eppela è una piattaforma di reward-based crowdfunding fondata nella seconda metà del 2011 da Nicola Lencioni e gestita da Chiara Spinelli. Permette di finanziare progetti innovativi e creativi nei campi di arte, tecnologia, cinema, design, musica, fumetto, innovazione sociale, scrittura, moda, no profit.

Starteed - www.starteed.com

Starteed è stata fondata a fine 2011 da Claudio Bedino. La piattaforma, lanciata a settembre 2012, è un sito di crowdfunding che aiuta le persone a finanziare le proprie idee grazie al supporto finanziario e sociale della Community di Starteed. La piattaforma integra la campagna di crowdfunding con tutte le fasi successive dello sviluppo e vendita del prodotto, offrendo al creatore la possibilità di vendere il proprio prodotto sulla piattaforma stessa.

Produzioni dal Basso PdB - www.produzionidalbasso.com

PdB è ritenuta la prima piattaforma di crowdfunding in Italia, fondata nel 2005 da Angelo Rindone. Lo scopo della piattaforma è quello di “offrire uno spazio a tutti coloro che vogliono proporre il proprio progetto attraverso il sistema delle produzioni dal basso.”

Produzioni dal basso è gratuita ed ogni proposta viene gestita in modo autonomo e senza alcuna intermediazione.

Boomstarter - www.boomstarter.com

BoomStarter è una piattaforma generalista di crowdfunding, nata a settembre 2011 proponendosi come primo progetto con una raccolta fondi di 8000 Euro. È un esempio di piattaforma reward-based con modello ‘take-it-all’. Non è certo se la piattaforma sia ancora attiva.

Crowdfunding-Italia - www.crowdfunding-italia.com

Crowdfunding-Italia è una piattaforma di crowdfunding generalista, nata a ottobre 2012. La registrazione a Crowdfunding-Italia è gratuita e c'è alcuna commissione sui fondi raccolti.

De Revolutione - www.derevolutione.com (*)

DeRev è “una piattaforma che consente di trasformare le tue migliori idee in Rivoluzioni allo scopo di migliorare concretamente il mondo in cui viviamo”. Fondata da Roberto Esposito, la piattaforma dovrebbe lanciare a novembre 2012.

Zummolo - <http://www.zummolo.com> (*)

Zummolo si definisce “una piattaforma di crowdfunding che aiuta giovani creativi imprenditori con un nuovo modo di vedere”. La piattaforma non è ancora stata lanciata.

Reward-based/Settoriali

Musicraiser - www.musicraiser.com

Musicraiser è una piattaforma di crowdfunding reward-based esclusivamente dedicata alla musica. Fondata dal cantante dei Marta Sui Tubi, Giovanni Gulino, e dalla compagna dj e producer Tania Varuni, la piattaforma è stata lanciata a ottobre 2012 e accetta progetti di raccolta fondi per dischi, tour promozionali, videoclip, concerti, festival e tutto ciò che ha a che fare con la musica.

Cineama - www.cineama.it

Cineama è una piattaforma e una community dedicata al cinema aperta ai professionisti, ai creativi e agli appassionati di cinema e dintorni. La piattaforma - fondata nel 2011 da Tania Innamorati, Federico Bo, Antonio Badalamenti, Fabrizio Mosca e Savina Neirotti – unisce crowdsourcing e crowdfunding, coinvolgendo direttamente i cineamatori nelle fasi di creazione, produzione, promozione e distribuzione di film, documentari, cortometraggi, web series.

Donazioni**ShinyNote** - www.shinynote.com

ShinyNote nasce nel 2009 da un'idea di Roberto Basso e Fabrizio Trentin, bresciani. Il via ufficiale della piattaforma avviene a marzo 2011. ShinyNote nasce con l'idea e il proposito di "soddisfare il bisogno degli individui di trovare uno spazio condiviso di espressione affettiva ed emotiva". La piattaforma rappresenta uno spazio condiviso tra organizzazioni non profit e semplici cittadini-utenti, nel quale narrare storie più o meno positive di persone comuni e finanziare progetti di solidarietà.

Iodono - www.iodono.com

Iodono è un sito di personal fundraising nato nella prima parte del 2010 da un'idea di Direct Channel, società milanese leader nel database management nel settore editoriale e del non profit. L'obiettivo è di permettere alle persone di donare online e di raccogliere fondi per le ONP e per le cause a loro più vicine.

BuonaCausa - www.buonacausa.org

BuonaCausa è "l'ethic network dedicato alle buone cause e ai progetti che richiedono sostegno." La piattaforma consente ad associazioni, testimonial, aziende, donatori e attivisti di collaborare su iniziative e progetti di valore sociale.

Retedeldono - www.retedeldono.it

Retedeldono è una piattaforma web per la raccolta di donazioni a favore di progetti d'utilità sociale ideati e gestiti da organizzazioni non profit. Nata nel 2011 da un'idea di Anna Maria Siccardi e Valeria Vitali, ha l'obiettivo di diffondere in Italia la cultura e la pratica del personal fundraising.

Fund For Culture - <http://www.fundforculture.org/> (*)

Fund For Culture è un sistema di raccolta fondi per la cultura, che vuole "favorire l'incontro tra chi vuole fare cultura in Italia e chi vuole sostenerla a partire da piccole donazioni."

Il progetto nasce a Napoli a ottobre 2010 da un'idea di Adriana Scuotto e Antonio Scarpati. La piattaforma serve "per finanziare iniziative culturali – come ad esempio mostre, restauri, archivi, pubblicazioni, spettacoli e film - promosse da artisti, associazioni no profit, fondazioni culturali, istituzioni pubbliche." Fund For Culture è ancora in fase di lancio.

Donazioni/Community funded reporting

Youcapital - www.youcapital.it

Youcapital è una piattaforma per la gestione, la pubblicazione e la raccolta di fondi per progetti, inchieste giornalistiche ed altre attività nel mondo dell'informazione e della comunicazione. Nasce a marzo del 2010 su iniziativa dell'Associazione Culturale Pulitzer.

Pubblico Bene - www.pubblicobene.it (*)

Pubblico Bene è un progetto sperimentale di giornalismo d'inchiesta finanziato dai lettori e basato sulla partecipazione di lettori e giornalisti, realizzato grazie al contributo del progetto GECO. La piattaforma, che promuove "un nuovo modello di informazione indipendente, su base locale, ispirato al modello del community funded reporting", è tuttora in fase di lancio.

Donazioni/Ricerca

OpenGenius - www.opengenius.org (*)

Open Genius propone una nuova soluzione per aiutare a risolvere la mancanza di fondi per la ricerca: pubblicare i progetti di ricerca sul Web e permettere ai donatori di finanziarli direttamente attraverso il crowdfunding. La piattaforma non è ancora stata lanciata.

Equity-based/Angel Investing Platform

SiamoSoci - www.siamosoci.com

SiamoSoci è un marketplace for startup, un "motore di ricerca che permette agli investitori di trovare aziende di cui comprendono il business". Tramite la piattaforma, le aziende non quotate possono raccogliere capitali da investitori privati per finanziare la crescita, facilitando anche la creazione di "club deals" (investimenti di gruppo) tra investitori con diverse professionalità.

Social Lending

Smartika - www.smartika.com

Approdata in Italia nel 2007 come Zopa Italia, dopo un periodo di pausa dovuto a problemi con la Banca d'Italia, Smartika è ripartita nella prima metà del 2012.

Smartika, gestita da Maurizio Sella e dal resto del team che aveva portato Zopa in Italia, offre la possibilità di praticare il social lending in Italia, in modo regolamentato e vigilato da Banca d'Italia a tutela degli utenti.

Prestiamoci - www.prestiamoci.com

Prestiamoci, piattaforma italiane di prestiti tra persone, nasce nel 2010, fondata da Mariano Carozzi, Paolo Galvani e Giovanni Tarditi, imprenditori con importanti esperienze nazionali e internazionali nel mondo della banca e della finanza. "Prestiamoci si pone l'obiettivo di promuovere il più possibile lo scambio di denaro tra privati, senza l'intermediazione di banche o altri istituti di credito".

() piattaforma in fase di lancio (15 Novembre 2012)*

Storia e Geografia delle piattaforme di crowdfunding italiane

La piattaforma con più lunga tradizione è Produzioni dal Basso (lanciata nel gennaio 2005), seguita da Smartika nel 2008 (allora denominata Zopa Italia), Kapipal nel 2009 e Prestiamoci nel 2010, ma l'anno di esplosione del crowdfunding è il 2011 con Shinynote, Eppela, Cineama.it, Retedeldono e SiamoSoci, seguite nel 2012 da Musicraiser, Starteed e Crowdfunding-Italia. In media, tra l'idea e il lancio della piattaforma passa un anno.

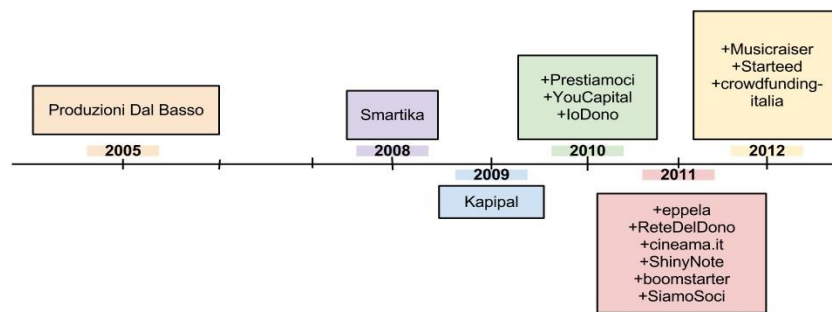


Grafico n.1 Linea temporale della nascita delle principali piattaforme di crowdfunding in Italia

Le sedi delle piattaforme sono concentrate al Nord Italia, c'è un'unica piattaforma con sede al centro Italia (Roma) e nessuna piattaforma al Sud o nelle isole. Una sola piattaforma ha sede all'estero (Londra, GB).

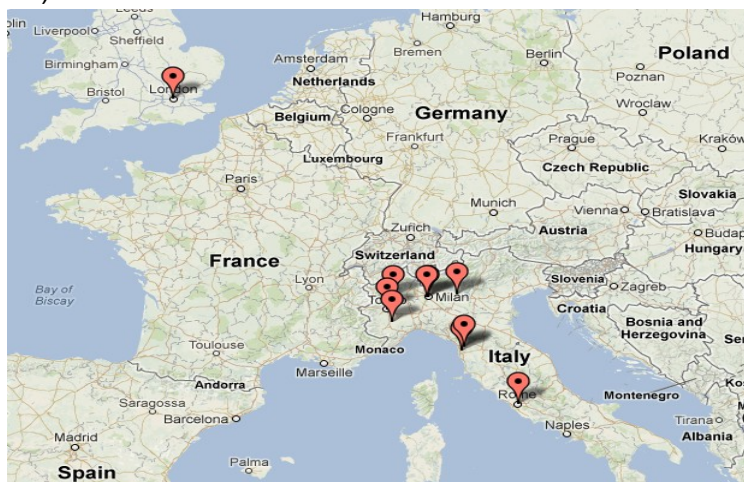


Fig. 2 Diffusione geografica delle piattaforme di crowdfunding italiane

Genesi delle piattaforme di crowdfunding italiane: motivazioni e influenze

L'idea di aprire la piattaforma è venuta prevalentemente dal contatto con esperienze straniere (soprattutto americane) e dalla volontà di replicarle nel nostro Paese: *“A partire da un'idea di piattaforma collaborativa attorno alle idee e ai progetti, ho scoperto il crowdfunding americano e ne sono rimasto affascinato. Da subito ho compreso che poteva essere una rivoluzione, resa possibile grazie all'evoluzione social della rete, che poteva rendere possibili tanti sviluppi anche nel vecchio continente”, “Le piattaforme italiane non sono conosciute e non sono gratuite. [La nostra piattaforma] nasce esclusivamente a scopo benefico e gratuito”, “Dall'esperienza del primo social lending al mondo”, “Studiando una piattaforma straniera”.*

Si differenzia ProduzioniDalBasso, nata con molto anticipo rispetto al resto delle piattaforme nazionali e globali: *“Nel 2005 non esisteva il termine crowdfunding, quindi mi è venuta in mente solo l'idea un sistema orizzontale per sostenere le autoproduzioni. L'ambiente in cui è nata questa idea è quello dell'hacking italiano”.*

I modelli di crowdfunding sul panorama italiano

Tra le piattaforme intervistate, due terzi sono reward- o donation-based. La forma di crowdfunding prevalente è il reward-based, seguita dal donation-based. Molte piattaforme non si riconoscono nelle forme tradizionali di crowdfunding e propongono una propria definizione: Shinynote *veicola donazioni*, ProduzioniDalBasso fa *“folkfunding”*, SiamoSoci è una piattaforma di *“angel investing”*, Retedeldono fa *“personal fundraising”* per il non profit e Cineama, almeno per il momento, fa essenzialmente crowdsourcing.

Demografia delle piattaforme di crowdfunding italiane

I fondatori e CEO hanno tra i 30 e i 50 anni, anche se la media scende nel campo del reward-based dove oltre metà degli intervistati ha un'età inferiore ai 35 anni. I fondatori hanno maturato esperienze professionali negli ambiti di intervento delle loro piattaforme oppure nella comunicazione. Oltre il 70% ha un titolo di studio equivalente o superiore alla laurea.

Tra i soci, le donne sono l'8% del totale; l'età è compresa tra i 26 e i 51 anni, la media è 39 anni; l'85% sono laureati; il 69% si sono conosciuti in contesto professionale, solo uno per parentela, la quota restante attraverso amici comuni.

Forma giuridica, soci e dipendenti

Solo due piattaforme non sono iscritte al Registro delle imprese. Le altre sono prevalentemente Srl, con l'eccezione di Prestiamoci e Smartika (Spa) e Crowdfunding-Italia (Limited, con sede in Regno Unito). Metà degli intervistati hanno un solo socio o nessun socio, soprattutto nel caso delle piattaforme reward-based. La media sale, anche in misura significativa, nelle piattaforme di equity e social lending, che hanno in media 8 soci. La piattaforma con più soci ne conta 31. La metà delle piattaforme ha tra i 2 e i 4 dipendenti, l'altra metà non ne ha. Anche i collaboratori (stabili e occasionali) sono poco numerosi: al massimo, si tratta di 7 persone.

Numeri del crowdfunding italiano

I progetti ricevuti complessivamente da tutte le piattaforme dal momento del loro lancio sono più di 30.000, di cui oltre il 75% ricevuti dalle piattaforme di social lending; quelli approvati/pubblicati sono quasi 9.000, di cui il 28% ha avuto buon esito.

Il valore complessivo dei progetti finanziati è pari a 13 milioni, a cui concorrono in misura rilevante le piattaforme di social lending (78%) e equity-based (15%). Solo il 7% del valore totale dei progetti finanziati è da imputarsi al reward-/donation-based crowdfunding.

Modello	Valore Totale Progetti	Progetti Pubblicati/Approvati	Progetti finanziati con successo
Reward-based	E 726.705	1522	242
Donazioni	E 245.000	176	130
Equity-based	E 2.000.000	110	8
Social Lending	E 10.304.500	5313	1855
TOTALE	E 13.274.205	8819	2477

Grafico n.2 Valore totale dei progetti pubblicati/approvati e finanziati diviso per modelli di crowdfunding

I progetti ricevuti dalle piattaforme reward-based e donation-based sono quasi 3000. Circa 1700 sono stati accettati e di questi il 22% è stato finanziato con successo, per un totale che sfiora il milione di euro.

I progetti ricevuti dalle piattaforme di social lending sono oltre 26000, di cui oltre 5000 accettati. La percentuale di prestiti erogati con successo è circa il 35% (1855) per un totale di oltre 10 milioni di euro.

La piattaforma di equity-based si ferma a 2 milioni di euro finanziati.

I progetti di reward-based/donation-based crowdfunding sono riusciti a raccogliere finora una media di quasi 2600 euro a progetto, i numeri del social lending sono più alti (4150/progetto), l'equity based/angel investing si distacca vistosamente con una media di 250mila euro a progetto, ricalcando in qualche modo un trend globale (secondo il report di Massolution "Crowdfunding Industry Report" pubblicato a maggio 2012, i 2/3 delle campagne di crowdfunding reward/donation-based raccolgono meno di 5000\$, mentre più dell'80% delle campagne equity-based raccolgono oltre 25.000\$).

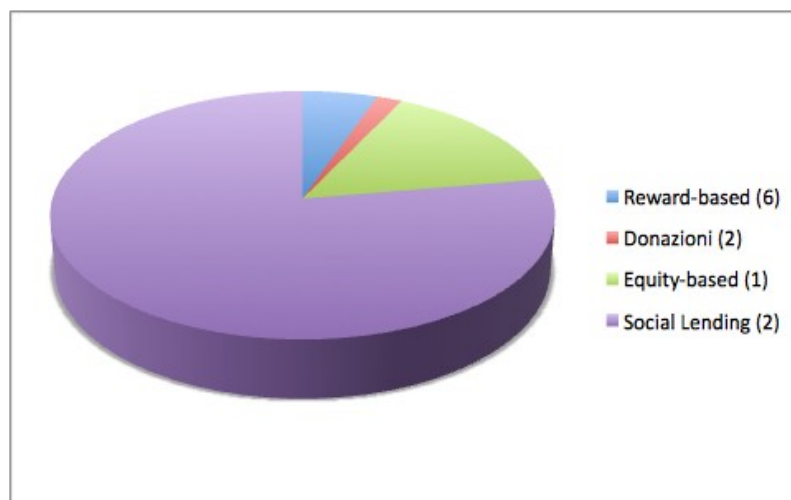


Fig. 3 Suddivisione dei modelli delle piattaforme italiane per valore complessivo dei progetti finanziati (tra parentesi il numero delle piattaforme che hanno fornito dati sul valore totale dei progetti finanziati)

Mercati e pubblico di riferimento, competitor, reti di collaborazione

Il mercato di riferimento è nazionale, con l'eccezione di due piattaforme che si posizionano sul mercato europeo.

Tutte le piattaforme si rivolgono a singole persone, che possono proporre i propri progetti (con l'eccezione di Retedeldono, destinata esclusivamente ad associazioni e organizzazioni non profit); Cineama è dedicata anche alle aziende, Musicraiser e ProduzioniDalBasso ad associazioni, SiamoSoci ad entrambe; Shinynote ad associazioni e alla pubblica amministrazione; Starteed, Eppela e Crowdfunding-Italia a tutte queste categorie di destinatari.

I competitor sono prevalentemente altre piattaforme di crowdfunding a livello nazionale (50%) o internazionale (30%), ma anche banche e finanziarie (20%).

Le reti di collaborazione sono più variegata: oltre ad altre piattaforme nazionali (19%) o internazionali (6%) e a banche e finanziarie (16%), le piattaforme segnalano altre aziende e professionisti (in ugual misura, pari complessivamente al 26%), ma anche enti di formazione e associazioni (pari entrambi al 16%). Gli scambi riguardano soprattutto informazioni sul mercato e sulla tecnologia.

Le piattaforme che hanno stipulato accordi formali di collaborazione sono solo tre. Oltre allo scambio di informazioni (sui clienti, il mercato, la tecnologia e la gestione d'impresa), questi accordi sono finalizzati all'acquisizione di risorse finanziarie, tecnologie e spazi.

Criticità del mercato del crowdfunding italiano

Le principali criticità segnalate dagli operatori del settore si concentrano su:

- Quadro normativo non chiaro: molti addetti ai lavori reputano il corrente quadro legislativo restrittivo e poco chiaro. Inoltre lamentano finanziamenti ridotti e tassazione elevata (non valido per le piattaforme donation based, che operano nel settore non profit)
- Difficoltà di comprensione dei principi base del CF da parte dei progettisti, mancanza di strategie alla base delle campagne di crowdfunding, mito del 'basta mettere online', quindi difficoltà a reperire progetti di qualità
- Mancanza di cultura. Sospetto e diffidenza, digital divide, differenze culturali, scarsa propensione alla donazione degli italiani
- Difficoltà nella promozione e diffusione della conoscenza delle piattaforme stesse e del crowdfunding in genere
- Difficoltà di networking con gli addetti al settore
- Difficoltà tecniche (soprattutto nei sistemi di pagamento)

Alcune piattaforme ammettono di fare ben poco per venire incontro a queste difficoltà. Tuttavia sembra che stia emergendo sempre di più una consapevolezza della necessità di fare evangelizzazione ed educazione. Alcune piattaforme hanno dichiarato di essere molto attive sotto questo aspetto, organizzando e partecipando a incontri e eventi pubblici per promuovere la propria piattaforma e la cultura del crowdfunding, cercando di mettersi in contatto diretto con le organizzazioni che presentano progetti. Una piattaforma ha affermato di fare 'tutoring dei progettisti'. In molte si avvalgono di ADV e Viral Marketing, PR, Social Network.

Il quadro normativo

La normativa sul crowdfunding recentemente approvata (inclusa nel Decreto Legge 18 Ottobre 2012 n.179, c.d. Decreto Crescita 2.0) è vista da alcuni come vincolante e potenzialmente dannosa perché troppo in anticipo rispetto al mercato. D'altro canto, uno dei timori espressi è la mancata attuazione della normativa, che si teme venga dimenticata con i *soliti ritardi legislativi*. Inoltre, la normativa dà molta visibilità all'equity crowdfunding, lasciando in penombra il reward-based, per il quale, secondo alcuni degli intervistati, sono necessarie per lo meno linee guida dal punto di vista legale e fiscale.

Per quanto riguarda la normativa sull'equity-based crowdfunding, l'augurio è che sia chiara e accessibile a tutti e che allo stesso tempo vada a proteggere gli interessi dei meno competenti.

Emerge anche una definizione interessante di 'soggetti competenti', che non parte dal concetto dell'investitore professionale, 'ma va allargato a tutti coloro che abbiano maturato la capacità di valutare un business plan e investire in esso'.

Secondo alcuni, gli incentivi fiscali agli investimenti in startup per privati e aziende sono importanti perché il crowdfunding si diffonda ed è fondamentale che vengano rese possibili detrazioni per le donazioni.

Molto più rilassata la risposta delle piattaforme donation-based, che operano nel settore non profit quindi non hanno particolari problemi a livello fiscale.

Le piattaforme di social lending sono regolate dalla Banca d'Italia quindi non hanno particolari problemi a livello legale.

Cos'è il crowdfunding secondo gli addetti al settore

Abbiamo chiesto a coloro che hanno compilato il questionario di definire il crowdfunding in poche righe. Questa tag cloud è stata creata con le loro risposte.



Infine, abbiamo chiesto alle piattaforme di citare i progetti più interessanti. Qui in breve le risposte più interessanti.

Tonki, Pictosis e Venezia Impossibile perché sono i primi progetti di una piattaforma lanciata da poco a suscitare interesse.

Santiago Non Molla perché è riuscito a coinvolgere la comunità di studenti e docenti dell'Università di Padova.

Un cortometraggio che ha raccolto una piccola cifra ma che è riuscito con grande forza di volontà a prendere la sua comunità offline per mano e portarla online.

Styloola perché gli investitori erano tutti sconosciuti all'imprenditore in precedenza. **Un progetto di delfinoterapia per bambini tetraplegici** che ha raccolto oltre 18 mila Euro grazie all'impegno di fundraiser privati.