

nòva.tech

IDEE E PRODOTTI
PER L'INNOVAZIONE

Motto perpetuo

«Non c'è spinta al cambiamento maggiore che quella di una comunità che scopre di che cosa vuole prendersi cura»

Margaret J. Wheatley

Streamer. Terza puntata della guida per diventare streamer di successo. Come scegliere regia, effetti speciali e argomenti: cinque consigli per provare a raccontare storie su Twitch



Domenica su Nova
L'intelligenza artificiale per decodificare e catalogare le culture giovanili. Con l'obiettivo di progettare insieme il lavoro del futuro

Trova di più sul sito
isole24.com/tecnologia

.professioni .casa — LUNEDÌ .export — MARTEDÌ .lavoro — MERCOLEDÌ nòva.tech — GIOVEDÌ .marketing — VENERDÌ .moda — SABATO .lifestyle — DOMENICA

Raccolta online. Crescita di equity e lending grazie alla normativa fiscale ma anche a piattaforme come quelle immobiliari

Crowdfunding a sostegno dell'economia oltre il digital

Alessia Maccaferri

D a Rovereto partiranno entro la fine dell'anno le prime finestre fotovoltaiche. Prenderanno le strade del mondo grazie a una famiglia di brevetti internazionale e a un team, spinoff della Bicocca di Milano, che ha saputo convincere quasi 500 investitori. Con una raccolta di due milioni e 250 mila euro di equity, Glassto Power ha segnato il record italiano di crowdfunding. Non solo. Ha marciato la maturità di uno strumento di finanziamento che comincia ora a raccogliere frutti: tra il 2015 e il 2018 il volume accumulato della raccolta attraverso piattaforme internet ha raggiunto i 244,7 milioni di euro, con un raddoppio nell'ultimo anno, secondo il report curato da Starteed. Un mercato che si stima abbia volumi almeno doppi, se non tripli, considerando anche le piattaforme straniere che operano in Italia, come Kickstarter o Indiegogo. Ma mentre la tipologia a donazione/ricompensa è cresciuta in modo lineare fino ad accumulare quasi 52 milioni di euro in tre anni, la vera evoluzione italiana è nel boom del lending e dell'equity crowdfunding che diventano strumenti per finanziare l'innovazione e l'economia reale.

«Certamente c'è grande attenzione alle rinnovabili - spiega Tommaso Baldissera, ceo della piattaforma CrowdFundMe, su cui è avvenuta la campagna record - Dopo anni di investimenti nell'e-commerce e in prodotti non tangibili, ora c'è un ritorno all'economia reale, a chi vuole investire nelle classiche pmi, a chi presenta voci di entrata e uscita facilmente interpretabili». E proprio CrowdFundMe ha annunciato che sarà la prima piattaforma di crowdfunding a livello mondiale a quotarsi in Borsa (mercato Aim), «entro il primo trimestre dell'anno».

Nell'equity crowdfunding - che vale quasi 60 milioni di euro di cui più di 41 generati nell'ultimo anno - l'investimento avviene attraverso la sottoscrizione di capitale di rischio e a tutti gli effetti l'investitore diventa socio dell'impresa (startup e dal 2017 anche Pmi innovative). «Di certo si è diffusa una maggiore consapevolezza sul crowdfunding e ha giovato la crescita dell'offerta degli emittenti, sia startup sia pmi, che ha stimolato la domanda - commenta Claudio Bedino, ceo di Starteed - Quest'anno ci aspettiamo un ulteriore doppio giro di boa. Dovrebbero arrivare nuove "exit", dopo la prima di Walliance. E questo sicuramente darà fiducia agli investitori sulla possibilità di capitalizzare l'investimento. E poi si auspica la nascita di un mercato secondario, dove sarà più facile lo scambio delle quote societarie».

Al successo del 2018 ha contribuito la detrazione fiscale al 30% che que-

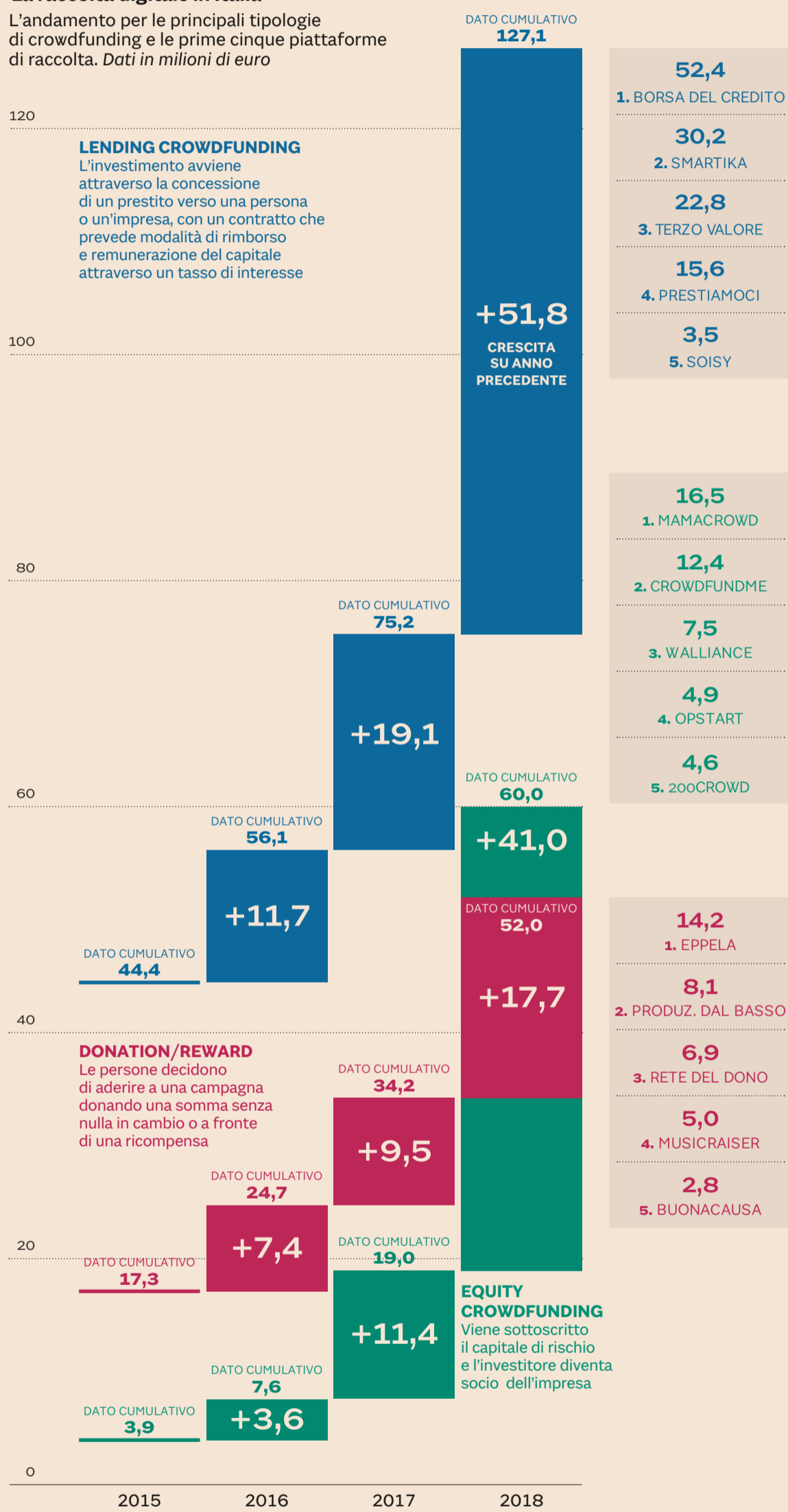
st'anno passerà al 40 per cento. Inoltre si è assistito anche a «diverse società che hanno fatto più round, a multipli crescenti e all'avvio delle piattaforme specializzate nell'immobiliare che hanno dato opportunità alle pmi» spiega Giancarlo Giudici, direttore Osservatorio Crowdfunding del Politecnico di Milano. Non a caso la prima "exit" è stata quella di Baia Blu Capital Srl - sul portale di Walliance - per un progetto immobiliare a Jesolo. Giudici prefigura per il 2019 uno scenario ancora dominato dalle startup, a meno che «come è successo all'estero, si facciano avanti quelle pmi che hanno un contatto diretto con le persone, un parco clienti diffuso interessato a investire nell'azienda, a fronte magari di sconti e agevolazioni».

Il rapporto diretto con la comunità è fondamentale anche per quella che pare destinata a essere la seconda campagna italiana di successo: quella di StartUpItalia su Mamacrowd, prima piattaforma italiana di equity, secondo la classifica di Starteed. A due settimane dalla scadenza è stato raccolto quasi un milione e 700 mila euro da parte di oltre mille investitori. «È un segnale importante: si stanno avvicinando non solo gli early adopter vicino all'ecosistema delle startup, ma anche nuovi piccoli investitori. È stato compreso il senso di partecipazione e di apertura del progetto» spiega Paolo Barberis, fondatore di Dada e di Nana Bianca, socia di StartUpItalia. La società, che chiuderà il 2018 con due milioni di euro, punta a organizzare un web summit, a costruire a Milano un distretto fisico con coworking e infine un academy per i lavori del futuro. «Penso che venga premiato lo sforzo di metter a terra tante cose dette sulle startup. La progettazione di un luogo fisico e l'offerta di prodotti come l'app 4books, oltre il magazine, ha dato al progetto una concretezza che è stata riconosciuta - aggiunge Barberis - In effetti dopo gli anni in cui il crowdfunding premiava progetti solo digital, ora si stanno riconoscendo anche progetti più industriali, che sappiano comunque parlare alle comunità e al loro futuro».

L'altro pilastro del boom del crowdfunding è il lending dove l'investimento avviene attraverso la concessione di un prestito verso una persona o un'impresa. Gli investimenti tra il 2015 e il 2018 hanno raggiunto i 127 milioni di euro di cui 51,8 nel solo 2018. Ha giocato a favore l'assoggettamento dei proventi da investimento alla ritenuta del 26%. «Per il settore business, sicuramente ha influito la crescita dei piccoli risparmiatori che si avvicinano a questa possibilità e - aggiunge Giudici - l'arrivo degli investitori istituzionali: prevediamo che i fondi di credito continuino a crescere anche quest'anno».

La raccolta digitale in Italia

L'andamento per le principali tipologie di crowdfunding e le prime cinque piattaforme di raccolta. Dati in milioni di euro



Fonte: "Il crowdfunding in Italia. Report 2018", a cura di Starteed

Trend

La nuova scommessa dell'energia

Dopo l'immobiliare la new entry del crowdfunding italiano potrebbe essere l'energia, settore che in Europa conta una trentina di piattaforme con oltre 300 milioni di euro raccolti. «I tempi sono maturi anche per l'Italia che ha scontato alcuni limiti regolatori nel crowdfunding poi superati - spiega Chiara Candelise, economista esperta di energia che lancia a marzo Ecomill, piattaforma italiana specializzata di equity crowdfunding, grazie a una partnership con Banca Etica - In Gran Bretagna ho

perando eventuali opposizioni locali. Sul legame col territorio si muove per esempio Edison Crowd, un'iniziativa promossa da Edison di lending crowdfunding attraverso cui i cittadini possono prestare risorse per finanziare progetti (un teleriscaldamento nel Cuneese e una centrale idroelettrica a Palestro nel Pavese). «Con il crowdfunding, i cittadini possono investire piccole somme con un ritorno non solo finanziario - osserva Candelise - ma anche etico, nel caso del green».

—A.Mac.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CONTAMINAZIONI

CLIMATE CHANGE

Per una politica alimentare europea

Non più Politica Agricola Comune, ma Politica Alimentare Comune. Con ben ottanta proposte concrete di riforma, viene presentato oggi al Parlamento europeo il rapporto di Ipès-Food, il think-tank di Bruxelles che lavora da tre anni con centinaia di operatori del settore - fra cui Coldiretti, Slow Food e il Barilla Center for Food and Nutrition - per trasformare la Pac comunitaria da politica agricola in politica alimentare, adattandola alle nuove sfide dell'effetto serra, della perdita di biodiversità, dell'epidemia di obesità e della fuga dei giovani dalla terra.



Riforma della Pac. Una proposta per un'agricoltura sostenibile

«L'Unione europea non ha una strategia globale per realizzare i propri obiettivi alimentari», sostiene l'autore principale del documento, Olivier De Schutter, che mette in luce una serie di contraddizioni fra obiettivi alimentari/ambientali e politiche agro-commerciali. Il rapporto di Ipès-Food delinea un quadro dei sistemi alimentari europei sotto l'ombrello di una "Common Food Policy": una strategia sostenibile, mirata a riallineare le varie politiche settoriali che influenzano produzione, trasformazione, distribuzione e consumo del cibo.

—Elena Comelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

ADVERTISING

Amazon si trasforma in rivale di Facebook

Facebook ha ufficialmente un nuovo concorrente. Il social media creato da Mark Zuckerberg ha citato il supermercato globale come uno dei suoi principali rivali, nello specifico nel mercato dell'advertising, in un filing alla Sec. Il riconoscimento arriva dopo che la trimestrale ha sancito la presenza e la forte crescita di Amazon nell'advertising online, la cui alta redditività ha trainato il colosso di Jeff Bezos a profitti record nell'ultimo trimestre dell'anno. Il gruppo di e-commerce globale non specifica finora una voce ad hoc per la pubblicità, che però rappresenta il grosso della voce "Altro", lievitata del 95% a 3,4 miliardi di dollari nel trimestre, arrivando a oltre 10 miliardi nell'intero 2018 in un comparto finora dominato da Google e Facebook, rispettivamente numero uno e due a livello globale. Nel mercato Usa ora Amazon potrebbe aver già superato Microsoft al terzo posto. I rivali restano ancora lontani: eMarketer stima che Amazon possa crescere quest'anno dal 2,1 al 2,9% del mercato globale, ben distante dal 31,3% di Google e dal 20,5% di Facebook. Ma il recente passato ha dimostrato che nel digitale le cifre possono variare molto rapidamente. Tanto più che Bezos sembra aver capito che sbagliava quando snobbava la pubblicità: adesso è diventato lui stesso un grande inserzionista



Ripensamenti. Jeff Bezos odiava la pubblicità: ora ci ha ripensato

—P.Sol.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

FINTECH

Ant Financial vale come Europa e Usa insieme

Quando si tratta di fintech, Ant Financial sembra in grado di giocare una partita tutta sua, al pari di intere regioni. La società nata dalle costole del colosso cinese dell'e-commerce Alibaba ha investito nelle tecnologie per il settore finanziario 14 miliardi di dollari nel 2018, non molto lontano dai 15,9 miliardi raccolti per lo stesso settore in Nord America (12,4 miliardi) ed Europa (3,5 miliardi). Nata come società di pagamento per Alibaba e diventata il numero uno globale per i pagamenti in mobilità, Ant ha iniziato a diversificare la propria attività sui servizi bancari più tradizionali. Dopo un periodo di assoluta libertà, ora però il conglomerato si è trovato a dover fare i conti anche in patria con i vincoli regolamentari dopo che la Banca centrale cinese ha imposto requisiti patrimoniali più stringenti per i fondi monetari in cui Ant si era lanciata, arrivando a una valutazione di 150 miliardi di dollari. Anche per questo ha scelto di spostare il suo focus strategico sulla tecnologia: una scelta che sembra puntare direttamente sul futuro. E una strategia che sembra contagiare un po' tutta l'Asia, dove, al netto di Ant, gli investimenti fintech sono arrivati lo scorso anno a 8,6 miliardi di dollari, più o meno a metà strada tra America ed Europa.



L'ispiratore. Jack Ma, patron di Alibaba, da cui è nata Ant Financial

—P.Sol.

© RIPRODUZIONE RISERVATA