

nòva.tech

Modelli. Lerro (Aiec): «Spinta forte alla digitalizzazione. In progettazione piattaforme attente all'impact, tra recupero ecobonus, comunità energetiche, rilancio delle attività»

Crowdfunding, più digitale con un occhio all'impacto

Alessia Maccaferri

Nuove piattaforme digitali, una inedita componente impact e un'immobiliare sempre più appetibile. L'eredità dell'emergenza Covid19 mostra un volto rinnovato del crowdfunding che, anche durante il lockdown non ha mai smesso di attrarre progetti e investitori, sia per il lending (il prestito) sia per l'equity (con l'acquisizione di quote). Complice ovviamente l'andamento dei mercati che ha spinto gli investitori a guardare anche alla finanza alternativa. «In questo periodo c'è stata una forte spinta verso la digitalizzazione - spiega Alessandro M. Lerro, presidente dell'Associazione italiana dell'equity crowdfunding (Aiec) - Durante lockdown sono state concepite nuove piattaforme soprattutto nell'immobiliare che saranno lanciate entro l'estate».

Paradigma impact

Nell'ultimo anno si era intravisto un interesse verso una componente sociale o con un approccio green. Ora i segnali sono più evidenti. L'ultimo in ordine di tempo è quello di Mama-crowd, prima piattaforma italiana di equity crowdfunding che per debuttare nell'immobiliare ha scelto G311 - Green Living, il progetto che propone un nuovo concetto abitativo post lockdown (giardini, ampi spazi, servizi condivisi) e punta a raccogliere fino a 4,4 milioni di euro.

«Ormai la parola d'ordine è sostenibilità. Nella pipeline di nuove piattaforme si inizia a parlare di impact

«Durante il lockdown sono state concepite nuove piattaforme soprattutto nel settore immobiliare»

e ci sono progetti in questa direzione. Pensiamo, per esempio, al finanziamento del bonus fiscale, che consente di recuperare le spese per efficientamento energetico - spiega Lerro - Con il Dl rilancio è stato portato al 110%. Le imprese non possono più contare su un acconto. Per questo stanno nascendo progetti di lending crowdfunding finalizzato a sostenere le aziende che lavorano nell'efficientamento energetico finanziando la parte iniziale dei lavori. Questo tipo di iniziativa rientra nell'impact perché ha una ricaduta positiva sull'ambiente e sul tessuto sociale».

Comunità locali

Un ambito a impatto sociale è quello della riqualificazione urbana, dove la componente immobiliare sposa l'interesse sociale. «Ci sarà spazio per processi di riqualificazione purché ci sia come sottostante un modello di business favorevole per investitori retail con propensione al rischio limitata e che hanno bisogno di un certo rendimento. Ora un progetto di riqualificazione è ancora più interessante se l'investitore stesso vive nel territorio su cui insiste il progetto. Il ritorno non è solo di rendimento finanziario: quell'investitore sa che il suo investimento ha una ricaduta vicina al suo territorio. Stiamo vedendo per esempio nel lending progetti nel settore energetico che hanno a che fare con le comunità». Proprio le comunità energetiche saranno alla base di una rivoluzione sostenuta anche dalle ultime direttive europee. Si tratta di comunità dove la produzione e/o il consumo di

energie avviene in condivisione. Valorizzano i territori anche piattaforme come Ener2crowd che propone investimenti con tasso di rendimento differenziati a seconda che gli investitori si trovino o meno nel luogo in cui si svolge l'intervento.

Rilancio delle attività

Il lending crowdfunding offre nuove possibilità anche per garantire la sopravvivenza a quelle attività economiche pesantemente penalizzate dall'emergenza. «Stiamo iniziando a ragionare su un profilo interessante della crowd economy, che non è solo un fenomeno finanziario ma anche di marketing - prosegue Lerro - Per esempio prendiamo uno dei settori più colpiti dalla crisi del Covid19, che è quello della ristorazione. Immaginiamo un ristoratore che desidera rilanciare l'attività con un finanziamento attraverso il crowd. Ecco allora potrebbe impostare una campagna non solo sulla raccolta di denaro a fronte di tasso di interesse ma sulla fidelizzazione degli investitori, che possono essere i suoi clienti, la sua comunità locale. Si potrebbe crea un engagement con un effetto benefico che va al di là del mero prestito ma che si ripercuote positivamente sul territorio».

La corsa dell'immobiliare

Il trend positivo del real estate del 2019 è proseguito imperturbato anche in questi mesi dell'anno (vedi articolo sotto), che anzi hanno favorito la nascita di nuove piattaforme. Ultima nata Bridge Asset e altre sono pronte al lancio, sia nell'equity sia

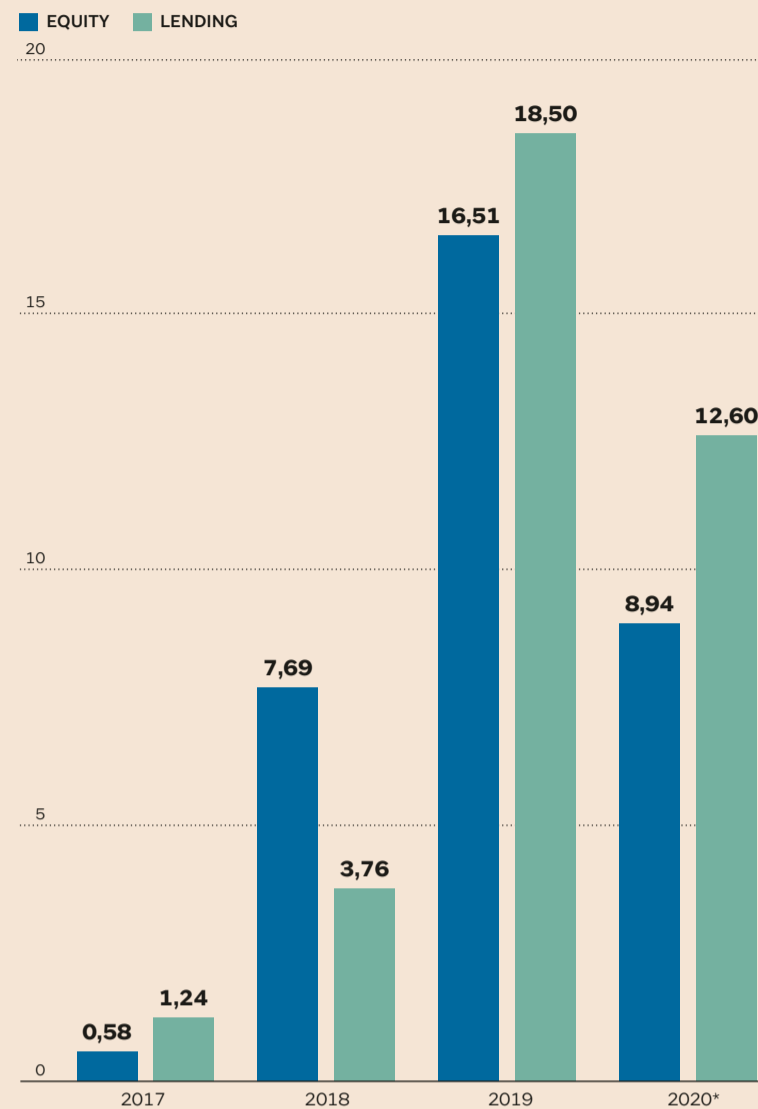
442,7

MILIONI DI EURO
Il valore accumulato in Italia dal 2015 a oggi nel crowdfunding secondo Ernst & Young

La corsa del real estate crowdfunding

L'andamento della raccolta sulle piattaforme in Italia.

Dati in milioni di euro



(* Dati aggiornati a fine maggio. Fonte: analisi ed elaborazioni EY su fonti varie

nel lending. «Abbiamo passato il lockdown a lavorare su nuove piattaforme che debuttano ora. - spiega Lerro - C'è stato un notevole incremento di progetti, in gran parte nel settore immobiliare. Si sta sviluppando un'offerta con progetti più strutturati e spiegati meglio. C'è da aspettarsi piattaforme sempre più informative e con maggior approfondimento perché non solo aumenta la domanda ma anche il livello sia per importo di investimento sia per sofisticatezza dell'investitore. Non solo retail ma retail, retail con consulente finanziario, società

di investimento». E Lerro cita il record italiano in equity segnato sulla piattaforma BacktoWork24 da Finnovia: una campagna da 7,6 milioni, condotta in partnership con Intesa Sanpaolo. L'investimento medio è stato superiore a 30mila euro. Cresce l'offerta ma anche la domanda. Complice il fatto che, a differenza di altri ambiti come quello tecnologico, l'investimento nel real estate è più facile da comprendere per l'investitore retail e il rischio è più basso per la presenza di un asset immobiliare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

OLTREFRONTIERA

POST-COVID19

Mobilità, Waze rende pubblici i dati

Con oltre 130 milioni di utenti attivi mensilmente in 185 Paesi e 56 lingue, Waze è indiscutibilmente la più grande community digitale di automobilisti del mondo. Cosa hanno pensato per rispondere alle esigenze del post Covid-19? A due iniziative gratuite, una pagina Web dedicata e il programma Waze for Cities, attivo dal 2014. Mobilità post Coronavirus, Waze rende pubblici i dati. La finalità della prima, è quella di raccogliere dati da governi, enti pubblici e organizzazioni locali per comunicare in modo efficace con i cittadini. Con Waze for Cities, invece, verrà potenziato lo scambio bidirezionale di dati tra l'app e le municipalità e gli enti del trasporto pubblico

-G.Rus.

SOCIAL

Anche Reddit e Twitch bloccano Trump

Adesso ci sono quasi tutti. Twitch e Reddit bloccano Trump sui contenuti d'odio. La prima, piattaforma livestreaming di proprietà di Amazon, ha annunciato di aver sospeso temporaneamente il canale del presidente americano Donald Trump per «condotta carica d'odio». Il sito ha citato due violazioni delle regole. Reddit, sito di social news e intrattenimento, ha invece messo al bando un forum di lunga data usato dai fan di Donald Trump nell'ambito dei suoi sforzi contro l'odio. Ormai diucioi che sono davvero pochi i social network neutri by default. Twitter è stata la prima a bloccare temporaneamente il presidente suggerendo che quello che diceva poteva non essere verificato. Persino Facebook, storico alfiere della libertà di espressione, è da qualche anno giunto a più miti consigli dopo essere tornata a insistere sulla lotta alle fake news lanciando una campagna informativa per aiutare gli utenti a imparare a riconoscere la disinformazione sui social, ha promesso che avvertirà gli utenti che stanno per condividere notizie vecchie. Trump è stato sicuramente l'alfa e l'omega della presa di coscienza della natura editoriale delle reti sociali. Ma forse la spinta più decisa è arrivata dopo la morte di George Floyd con la protesta ormai globale contro la violenza della polizia Usa e le condizioni della comunità afro-americana. Il boicottaggio contro le campagne d'odio sui social di importanti brand come Coca Cola e Starbucks che hanno bloccato gli spot su Facebook e Twitter dimostrano come il livello di attenzione sia schizzato alle stelle. Per dimostrare vicinanza alla comunità neri alcune multinazionali hanno dichiarato guerra alle campagne d'odio sui social. I social, che sono aziende quotate in Borsa, hanno recepito al volo il messaggio.

-L.Tre.

APP ECONOMY

Con il lockdown le app balzano a 50 mld \$

Il lockdown ha dato impulso alla app economy, sia in termini di download che di spese. Nel primo semestre i consumatori hanno speso un totale di 50,1 miliardi di dollari a livello globale, in crescita del 23,4% su un anno prima, quando il business era cresciuto del 20% su base annua, secondo i dati di Sensor Tower. Le installazioni di app nuove sono balzate del 26,1% a un totale di 71,5 miliardi di download. Su quest'ultimo fronte Google Play domina il mercato con 53,2 miliardi di app scaricate (+27,3% annuo) contro i 18,3 miliardi (+22,8%) dell'App Store. La situazione si inverte per quanto riguarda le spese: il negozio di Apple ha generato 32,8 miliardi di dollari in in-app purchase, abbonamenti e pagamenti premium (+24,7%), quasi il doppio rispetto a Google Play, con un incremento del 21% a 17,3 miliardi.

-A. Mac.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Porta il tuo business nella realtà virtuale.

In pochi mesi è cambiato tutto. L'emergenza Covid-19 ha accelerato la conversione digitale di ogni processo di business. Per esistere è necessario essere smart e per essere smart è obbligatorio essere digital.

La **Virtual Reality** è oggi la tua concreta opportunità per competere ed essere visibile sul mercato: partecipando da remoto a fiere ed eventi, mettendo in mostra ovunque i tuoi prodotti in modo facile e memorabile, illustrandone chiaramente il funzionamento, fin nei minimi e più complessi dettagli. Con la grande possibilità che il digitale ci offre di infinite interazioni.

Fisicamente lontani, ma virtualmente vicini.

Dsign agenzia di comunicazione digitale

hello@dsign.it

dsign.it/vr