

SUPERATI GLI 8 MLN NEL 2017. INTESA SANPAOLO LANCIA LA SUA PIATTAFORMA DI DONATION

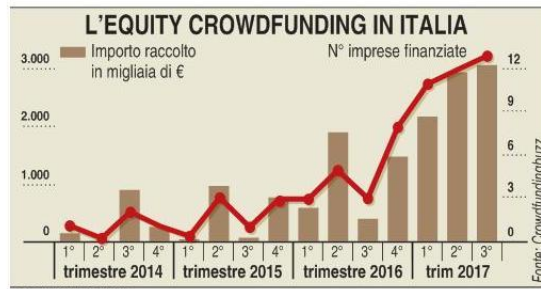
# Crowdfunding boom tra luglio e agosto

DI STEFANIA PEVERARO

Le piattaforme di equity crowdfunding in Italia da inizio anno hanno raccolto ben 8,14 milioni spalmati su 36 campagne di successo, stracciando quello che per l'Italia era già stato un record nel 2016, con 4,36 milioni di raccolta per 19 campagne. Il dato è di CrowdfundingBuzz, che ha calcolato anche - ed è la nota più eclatante - che tra luglio e agosto sono stati raccolti ben 3,06 milioni in 13 campagne, di cui un milione è stato raccolto soltanto nell'ultimo mese di agosto in tre campagne condotte su un'unica piattaforma, quella di Mamacrowd, che fa capo a Siamo Soci. Mamacrowd diventa così di gran lunga la piattaforma sulla quale sono stati raccolti più capitali quest'anno con 3,26 milioni, seguita da Crowdfundme con 2,26 milioni. Il mercato, insomma, sta guadagnando spessore. E non sta accadendo soltanto per la ricerca di capitali per finanziare business. Anche il settore del no profit cresce in Italia grazie alle piattaf

forme web di raccolta fondi, tanto che Intesa Sanpaolo ha deciso di lanciarne una propria, battezzata For Funding. La nuova piattaforma di donation crowdfunding, operativa da ieri, parte con tre progetti: uno per Unicef, uno per la Fondazione Bambino Gesù e un terzo per la Fondazione Gruppo Ospedaliero San Donato.

Tornando alle campagne di agosto di Mamacrowd, Ermes Cyber Security ha raccolto 290 mila euro da 27 investitori, Yocabè ha raggiunto il proprio obiettivo minimo di 132.500 euro grazie a due soli investitori (Club Acceleratori spa e PI Campus) e Green Energy Storage, a fronte di un obiettivo minimo di 250 mila euro e di uno massimo di 500 mila, ha ottenuto manifestazioni di interesse per oltre 1,2 milioni, con 300 investitori che hanno partecipato al round.



GRAFICA MF-MILANO FINANZA

All'estero si va già oltre l'equity crowdfunding. Tramite le tecnologie blockchain sono state lanciate delle vere e proprie ipo in moneta elettronica, battezzate ico o initial coin offering, che spesso però assumono le forme di campagne di reward crowdfunding, che cioè danno in cambio ai sottoscrittori beni o servizi prodotti dalle aziende finanziate. L'ultimo esempio è stato quello di Burger King in Russia. L'idea è stata quella di lan-

ciare un nuovo programma di loyalty che consiste nel dare al cliente un buono, chiamato Whoppercoin, per ogni rublo speso. Questi buoni possono essere poi spesi nei ristoranti Burger King per comprarsi per esempio un Whopper burger. Queste monete possono però essere messe in vendita online e a tendere si potrebbe creare un mercato di Whoppercoin. La stessa cosa accadrebbe se si potessero vendere i punti Fragola dell'Esselunga. Nella maggior parte dei casi di ico, infatti, le monete emesse non sottendono diritti patrimoniali ma, semplicemente, danno la possibilità di acquistare i servizi offerti dalla startup stessa. Per questo si tratta in fondo di campagne di reward crowdfunding. In Italia per ora non si è ancora visto nulla di simile, ma dove i casi si stanno moltiplicando le autorità di vigilanza hanno deciso di accendere un faro. Come accaduto in Cina nei giorni scorsi. (riproduzione riservata)

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

