

Equity Crowdfunding: reperire capitali per l'avvio e la crescita dell'impresa tramite piattaforme on-line

Webinar | 30 Gennaio 2025

Disclaimer

Il presente documento e le considerazioni ivi contenute sono di proprietà dell'autore (Over Ventures Srl) e non possono, né totalmente né parzialmente, essere riprodotti e utilizzati senza alcuna preventiva autorizzazione, fatta eccezione per l'uso esclusivamente personale.

I dati, le statistiche e i contenuti sono forniti con finalità esclusivamente informativa circa il funzionamento dell'equity crowdfunding e non intendono in alcun modo costituire sollecitazione al pubblico risparmio o promuovere alcuna forma di investimento o commercio; né promuovere o collocare strumenti finanziari o servizi di investimento o prodotti/servizi bancari/finanziari.

La riproduzione, per intero o in parte, del presente documento e la sua trasmissione, per intero o in parte, a terzi deve essere preventivamente autorizzata per iscritto da Over Ventures Srl.

Chi sono



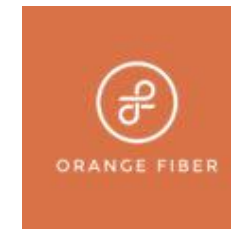
Giancarlo Vergine
Managing Partner

- Ingegnere Industriale con la passione per la **tecnologia**, il **fintech** e le **startup**
- Oltre 8 anni di esperienza in Consulenza Aziendale per aziende corporate in ambito Products e FMCG:
 - 2011-2016: Senior Consultant in **KPMG Advisory** (clienti: Sisal, Pirelli, Zegna, etc.)
 - 2016-2019: Manager in **Accenture** (Whirlpool, VF Corp., Leonardo, Bvlgari, etc.)
- Innovatore, Imprenditore & Investitore:
 - ✓ Dal 2016: **Startup Scout di CrowdFundMe** (part-time)
 - ✓ Dal 2019: **Head of Onboarding di CrowdFundMe** (full-time)
 - ✓ Dal 2022: **Founder & Managing Partner di Over Ventures** (full-time)

Con Over Ventures metto a sistema la mia decennale esperienza nel mondo della consulenza e dei servizi alle imprese con le competenze acquisite sul *venture capital* e le attività di *fundraising* per startup e PMI, e con il mio network di conoscenze all'interno dell'ecosistema dell'innovazione italiano e internazionale. Focus sull'**equity crowdfunding** e sul **crowdinvesting** collaborando con i principali portali europei. Oltre **180 round di investimento completati con successo**, e più di 7.000 pitch visionati!

Track Record

+180 Campagne di equity crowdfunding di successo dal 2016 ad oggi



Agenda

- Cosa è il Crowdfunding
- Tipologie di Crowdfunding
- Equity Crowdfunding
- Perché l'Equity Crowdfunding
- Vantaggi per le aziende
- Vantaggi per gli investitori
- Svantaggi per gli investitori e le aziende
- Sei adatto a fare un crowdfunding?
- Numeri mercato italiano
- Principali portali italiani e continentali
- Maggiori casi di successo italiani
- Principali exit & follow-on
- Osservatorio Crowdfunding: ECF Index
- Processo di raccolta end-to-end
- Attività di selezione delle piattaforme
- Attività preparatorie e onboarding
- Punti chiave del pitch
- Early Investors & Lead Investor
- Comunicazione & Marketing
- Attività Post-Raccolta

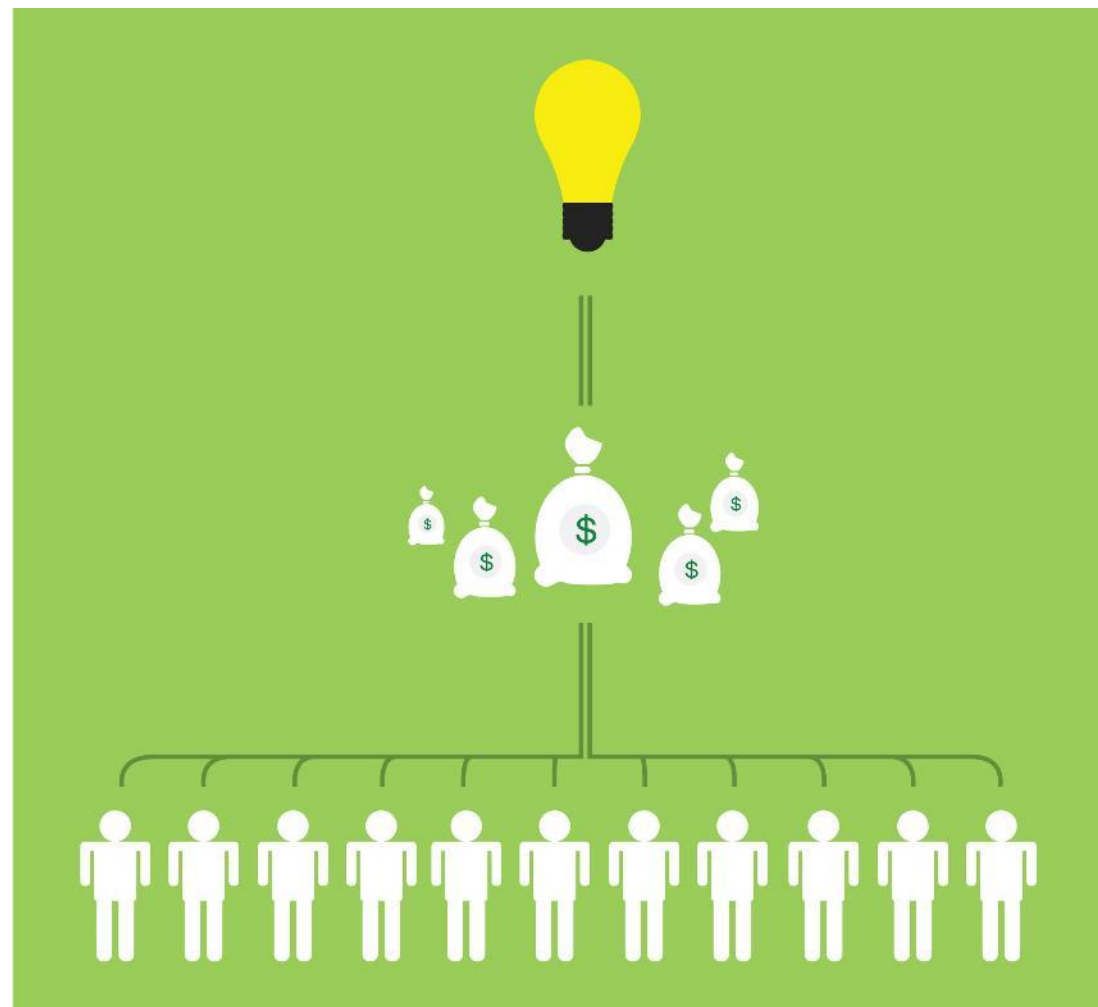
Cosa è il Crowdfunding

Il crowdfunding è uno **strumento di finanziamento** che permette alle **startup** e alle **PMI** di raccogliere capitali sul mercato, sfruttando canali alternativi o complementari a quelli tradizionali (es. banche, fondi pubblici, ecc.).

Il termine crowdfunding si riferisce al processo mediante il quale più persone conferiscono, mediante l'utilizzo di appositi **portali** o piattaforme, somme di denaro allo scopo di finanziare un progetto.

Tale modalità di finanziamento ha visto una grande espansione negli ultimi anni in quanto **facilita l'accesso degli utenti ad investimenti in tecnologie, nel business digitale e nelle idee più innovative.**

Le aziende che si avvalgono di questo innovativo strumento di **finanza alternativa** devono essere in grado di presentare le proprie idee al pubblico, che, a sua volta, ha la possibilità di investire nelle società ed essere in tal modo socio sostenitore del progetto.



Tipologie di Crowdfunding

Esistono varie tipologie di crowdfunding che si differenziano per **modalità** e **scopo** delle raccolte. Dal più famoso *Reward* (piattaforme: Kickstarter, Indiegogo, ecc.), al *Donation* (piattaforme: Gofundme, Rete del Dono, ecc.), fino ad arrivare al *Lending* (piattaforme: Credimi, Housers, ecc.) e infine all'*Equity* (piattaforme: Crowdcube, Republic, Crowdfundme, ecc.).

Oltre alla modalità e allo scopo della raccolta, anche il **settore specifico** delle società o degli individui in raccolta, può rappresentare una declinazione di uno specifico portale, ad esempio: Real Estate (Walliance, Recrowd, Trusters ecc.), Green (Ener2Crowd, Lita.co, ecc.) ecc.

REWARD



- Si rappresenta come un **acquisto in prevendita** di un determinato prodotto o servizio innovativo.
- Aziende, Designer, Creativi e Inventori.

DONATION



- Si rappresenta come una **donazione** a eventi o iniziative benefiche.
- Associazioni benefiche, ONG, Privati cittadini.

LENDING



- Si rappresenta come un **prestito** ad aziende o progetti imprenditoriali ad un tasso di interesse fisso.
- PMI e Privati Cittadini

EQUITY



- Si rappresenta come un **investimento** ad aziende o progetti immobiliari che permette di diventarne soci.
- Startup e PMI.

Equity Crowdfunding

Nell'**equity crowdfunding** a fronte della partecipazione e del sostegno all'iniziativa, **il finanziatore riceve una quota di partecipazione al capitale sociale della società offerente (siano quote o azioni) proporzionale all'importo investito e dotata di diritti amministrativi e patrimoniali come previsti nello statuto sociale e nella delibera di aumento di capitale da cui trae origine la raccolta sul Portale.**

AZIENDE



- Pre-Seed (di prodotto)
- Seed (digital)
- Serie A (fast growing)
- Community Funding
- PMI Innovative

PORTALI



- Scouting (Startup, PMI)
- Selezione (Crowd fit)
- Onboarding
- Comunicazione
- Operations

CROWD

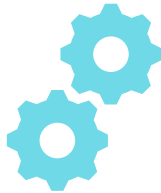


- Diversificazione
- Alto Rischio
- Potenziali ritorni elevati
- Democraticizzazione del VC



Perché l'equity crowdfunding?

SEMPLIFICAZIONE DELLA BUROCRAZIA



Investire in una campagna di equity crowdfunding è **semplicissimo**. Chiunque può farlo direttamente da casa, senza l'intermediazione di notai o camere di commercio. In circa 4 minuti, l'investitore potrà portare a termine l'operazione che si conclude con un bonifico bancario su un conto corrente vincolato a nome della società in raccolta.

ACCESSO RAPIDO A NUOVI CAPITALI



L'equity crowdfunding permette alle società di raccogliere capitali da una moltitudine di persone in poco tempo. Inoltre le startup o le PMI potranno diversificare i propri investitori, rivolgendosi a un pubblico retail estremamente ampio e **senza avere impatti rilevanti sulla governance aziendale**.

INCREMENTO DELLA VISIBILITÀ



Il crowdfunding costituisce a tutti gli effetti una **leva di marketing** molto efficace per le società oggetto delle campagne. Eventi ad-hoc, road-show, interviste televisive e collaborazioni con agenzie stampa permettono alle aziende emittenti di avere un'ampia esposizione mediatica che ne aumentano la **brand awareness**.

Vantaggi per le imprese



- ✓ **Incrementare** la propria visibilità, creando una **community** di potenziali clienti (per B2C), **brand ambassador** e **sostenitori**.
- ✓ **Validare** il proprio modello di business e la propria value proposition con il pubblico retail.
- ✓ **Semplificare** e **amplificare** la raccolta di fondi attraverso un processo digitale, automatico che permette agli investitori di diventare soci di una startup in pochi minuti.
- ✓ **Accedere** ad un network di investitori, imprese e professionisti del mondo dell'innovazione.

Vantaggi per gli investitori

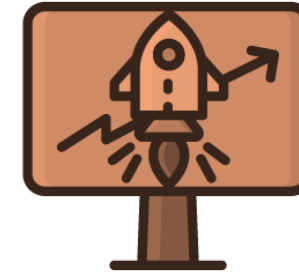


- ✓ **Accedere** anche con piccole quote ad investimenti in startup o aziende innovative e o di impatto, in deal solitamente riservati a fondi o a HNWI.
- ✓ **Investire e finanziare** le aziende e le startup di cui si è clienti e nelle quali si crede, non soltanto per mero ritorno economico-finanziario.
- ✓ **Diversificare** il proprio portafoglio investimenti, accedendo ad opportunità di finanziamento di *economia reale*.
- ✓ **Beneficiare** delle detrazioni (tra il 30% e il 50% solo per Startup o PMI Innovative) previste per chi investe in innovazione.

Svantaggi per gli investitori e le imprese



- × **Rischio del capitale** – gli investimenti in startup e in generale in imprese innovative è altamente rischioso (seppur potenzialmente molto remunerativo).
- × **Illiquidità** – gli investimenti in crowdfunding sono illiquidi, ossia non sono facilmente liquidabili come i titoli azionari o obbligazionari. Molte piattaforme però si sono attrezzate con delle bacheche di scambio (compravendita) secondario per facilitarne la risoluzione.



- × **Frammentazione della Cap Table** – se non si opta per una struttura con holding (spv) i soci diretti della società diventano numerosi e se pur soci «silenti» diventa oneroso gestirli in alcune situazioni. Le principali piattaforme agevolano la risoluzione di questo tema.
- × **Pubblicazione delle informazioni** – ovviamente una raccolta in crowdfunding mette in piazza tutte le informazioni societarie (ovviamente evitando quelle strategiche).

Momentum: sei adatto a fare un crowdfunding?

Negli ultimi anni, data l'ascesa dello strumento, una domanda molto comune tra gli imprenditori e i manager delle startup e delle imprese innovative è: **la mia impresa può raccogliere capitali attraverso il crowdfunding?**

Sebbene **a livello regolatorio oramai non ci siano particolari vincoli** di innovatività o specifiche tecniche, se non quello di essere una società di capitali (Srl o Spa), **ovviamente non tutte le aziende possono sfruttare favorevolmente il crowdfunding** per raccogliere capitali di rischio.

Quali sono dunque le **caratteristiche principali** da avere e le **condizioni al contorno** ottimali per **raccogliere capitali con successo** attraverso le piattaforme di equity crowdfunding?

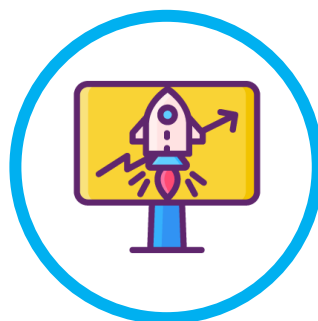
INNOVAZIONE



CRESCITA



METRICHE



PREMI



MERCATO



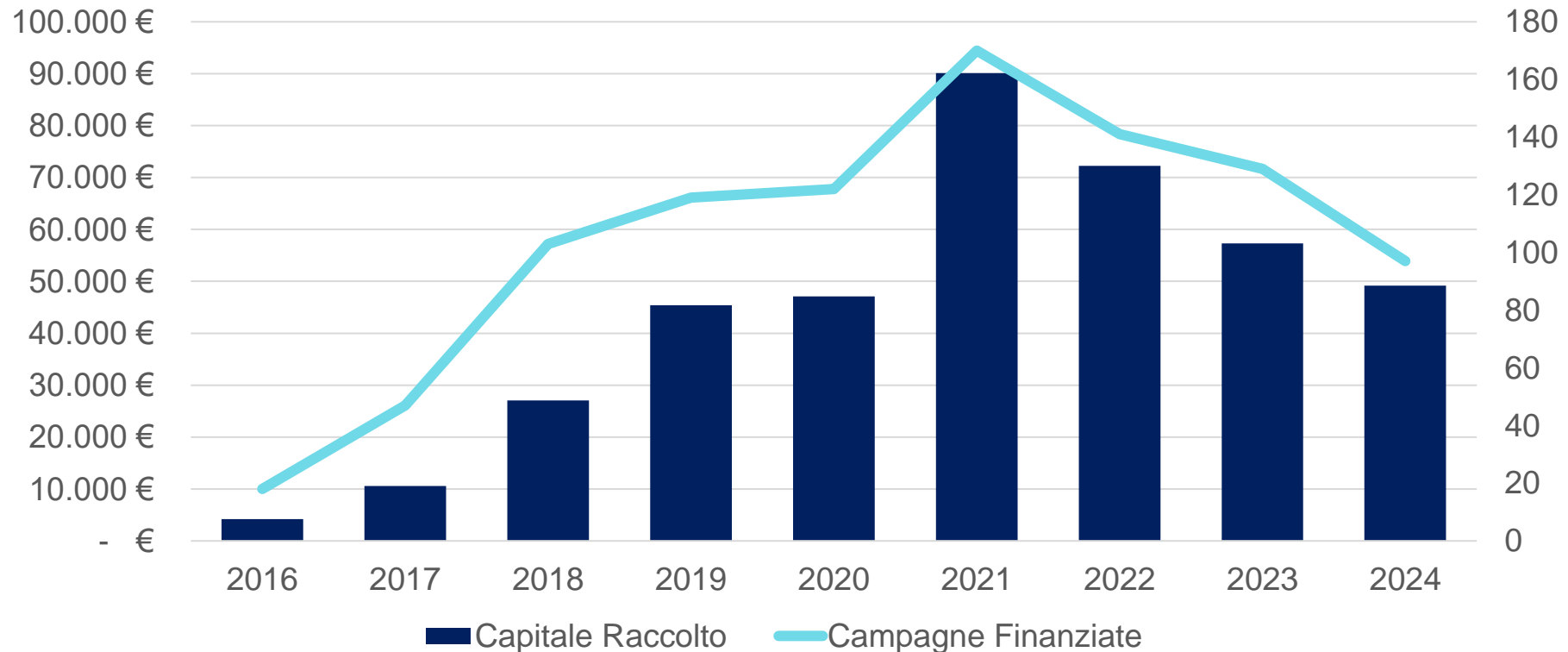
TEAM



Numeri del mercato italiano ed europeo

Il mercato italiano dell'equity crowdfunding ha preso avvio in maniera consistente a valle della pubblicazione del primo Regolamento Consob, nel 2016. Da quel momento in poi si è assistito ad una crescita esponenziale dei progetti finanziati e dei capitali complessivamente raccolti da tutte le piattaforme autorizzate. Negli ultimi anni il mercato ha subito una battuta di arresto, contestualmente a quanto accaduto nel mercato del venture capital.

CAMPAGNE DI SUCCESSO



Fonte dei dati: www.crowdfundingbuzz.it

Principali portali italiani e continentali

In Italia esistono oltre 41 portali di equity crowdfunding autorizzati da CONSOB e con l'avvento del nuovo **Regolamento Europeo** da Novembre 2023 sono drasticamente diminuiti. Di questi numerosi portali sono pochi quelli realmente attivi nell'ambito di operazioni in equity per startup e PMI:

ITALIA



EUROPA & UK



Processo di raccolta end-to-end

PRE-RACCOLTA

- ♠ Assessment di fattibilità
- ♠ Preparazione Documentale (Investor Pitch & Financials)
- ♠ Selezione Portale
- ♠ Application Portale
- ♠ Light Due Diligence
- ♠ Contrattualizzazione
- ♠ Onboarding
- ♠ Atti Notarili & Conto
- ♠ Pre-Commitment

RACCOLTA

- ♥ Coming Soon & Pre-Lancio
- ♥ Lancio
- ♥ Piano di comunicazione
- ♥ Q&A e Fireside Chat
- ♥ One Pager
- ♥ Overfunding
- ♥ Investitore Professionale – 5%
- ♥ Recesso
- ♥ Rubricazione

POST-RACCOLTA

- ♣ Iscrizione Soci alla CCIAA
- ♣ Comunicazioni e Investor Relations
- ♣ Investors Engagement
- ♣ Assemblee e attività amministrative
- ♣ Marketing e comunicazione post-raccolta
- ♣ Nuovi Round
- ♣ Exit

Attività di selezione delle piattaforme

Il processo di selezione delle società emittenti si basa solitamente su **3 livelli di analisi**, a valle di un primo screening preparatorio e di una call conoscitiva.

Analisi Business Plan



- Modello di business
- Mercato di riferimento
- Traction
- IP/Brevetti
- Team
- Proiezioni Finanziarie

Analisi Fattibilità Raccolta



- Validazione Pre-Money
- Maturità vs Fabbisogno
- Lead Investors
- FFF
- Momentum

Analisi Compliance



- Review Statuto
- Verifica Patti Parasociali
- Analisi Compagine
- Verifica Struttura Operazione
- Verifica IP/Brevetti

Attività preparatorie e onboarding sulle piattaforme

A valle del processo di selezione, se la società è ritenuta in linea per fare una raccolta attraverso il crowdfunding prende avvio il processo di **onboarding**. Tale processo prevede una serie di **attività amministrative** e di **preparazione dei contenuti**, che vengono svolte dalla società emittente con il **supporto operativo** e di **coordinamento** del team del portale.



Attività Amministrative

- **Atti Notarili (Aucap + Statuto)**
 - Struttura Operazione
 - Definizione Data Delibera
 - Condizioni e proporzioni
- **Conto Corrente Vincolato**
 - Scelta Banca
 - Introduzione a Dir. Centrale
 - Scambio Documentale
 - Apertura C/C



Setup Pagina Progetto

- **Contenuti Pagina Progetto**
 - Compilazione Template
 - Review copy
 - Integrazione finale
 - Review finale
 - Ottimizzazione SEO
- **Checklist Documentale**
 - Invio coming soon kit
 - Invio documenti societari
 - Invio media content



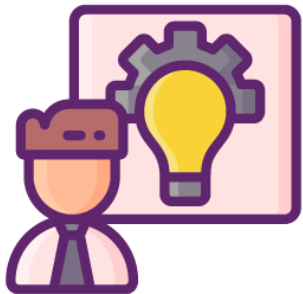
Warm-up & Lancio

- Checklist Review
- Invio documenti notarili
- Ricezione IBAN
- Attività Pre-commitment
- Piano di Marketing
- Predisposizione Prospetto Informativo
- **Lancio campagna!**

Punti chiave del pitch

Affichè un pitch sia capito e apprezzato da un numero consistente di **investitori crowd** è opportuno che contenga, in maniera semplice e sintetica, i tratti distintivi dell'azienda in raccolta. Nello specifico ci sono alcuni elementi imprescindibili da mettere in risalto, l'innovazione, la crescita dell'azienda (traction) , l'appetibilità del mercato di riferimento, il background del team e la prima validazione. Molto importante anche delineare la possibile **EXIT**.

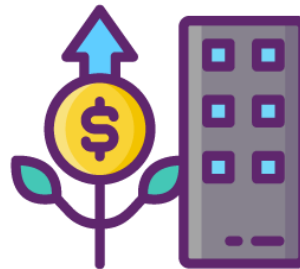
INNOVAZIONE



CRESCITA



MERCATO



TEAM



VALIDAZIONE



VIDEO



Per descrivere al meglio ed in maniera sintetica l'azienda al pubblico del crowdfunding, è consigliabile preparare un **video clip** di max 2:30 min.

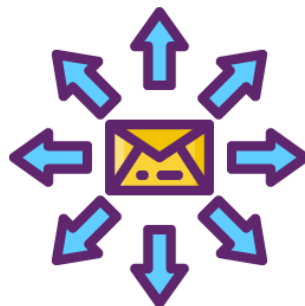
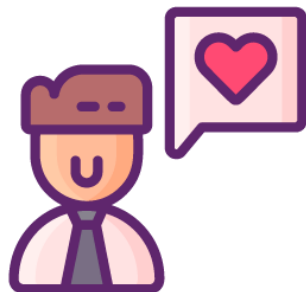
Early Investors & Lead Investor: il pre-commitment

«Nessuno entrerà in un ristorante vuoto, anche se dovesse essere il più bello della città!». Con questo parallelismo enogastronomico si tende a descrivere quello che deve essere l'approccio all'equity crowdfunding: l'utilizzo di uno **strumento potentissimo per la raccolta di capitali**, che richiede comunque un lavoro preparatorio non indifferente.

Come si può dunque arrivare preparati ad una raccolta di capitali? Serve ingaggiare il proprio network personale, professionale e nei business B2C la propria *community* (se la si ha).

Per le aziende con un modello B2B (di più rispetto alle B2C) invece è preferibile avere la validazione di un *Lead Investor* (partner industriale o finanziario che sia).

Family & Friends – Network Professionale



Lead Investor (B2B)



Community (B2C)



Comunicazione & Marketing

Il crowdfunding è un mix tra un'operazione di **raccolta capitali** ed una **campagna di marketing multi-canale**. Di fatto la società emittente per oltre 2 mesi rende pubblici i dati e le informazioni del proprio business attirando le attenzioni di investitori (piccoli o grandi che siano) e potenziali clienti (molto spesso le due figure si sovrappongono). Pianificare una corretta strategia di marketing è dunque un'attività rilevante ai fini del successo dell'iniziativa.



Scelta del portale – scegliere il portale migliore in termini di base utenti e casi di successo determina, con la sola pubblicazione la possibilità di ottenere un incremento dei clienti e delle vendite.



Newsletter – durante la raccolta uno degli strumenti più «potenti» per ottenere l'attenzione di un buon numero di investitori è la Newsletter, sia essa quella del portale o verso la propria community.



Social Media Marketing – nel corso delle raccolte crowd i social rappresentano una buona vetrina per far conoscere la campagna e il progetto. È opportuno sfruttare quelli più in linea con il target della società emittente per evitare un *conversion rate* bassi.



Comunicato Stampa & PR – prima durante e dopo la raccolta sicuramente lo strumento del comunicato stampa è quello che riesce a dare maggiore risalto alle campagne, anche se per essere appetibili ai giornalisti serve qualcosa di veramente notiziabile.



TV Show ed eventi fisici – in base alla tipologia di business e all'ammontare ricercato potrebbe essere proficuo sfruttare la televisione e/o un evento fisico ad hoc dove poter esporre il pitch ad una platea ben targetizzata di investitori.

Attività post-raccolta



Al termine di una raccolta di successo (obiettivo minimo raggiunto e quota di investimenti professionali al 5%) il portale provvede allo **svincolo dei capitali** al netto delle fee variabili, e alla condivisione della lista di sottoscrittori che la società emittente si impegna a **registrare (col supporto di un commercialista o un notaio) alla CCIAA** di riferimento.



Dalla chiusura della raccolta e dal completamento delle attività di backoffice, la società deve **comunicare**, con cadenza di 3 mesi (almeno) alla propria community di investitori, sia per attività amministrative sia per commentare l'andamento del business. L'ideale è definire un referente interno che si occupi di *investor relations* e comunichi periodicamente con la piattaforma.



Che siano in crescita o in decrescita, da quando si completa la raccolta online, è opportuno comunicare l'andamento del business attraverso alcuni **KPI** qualitativi e quantitativi (economico-finanziari). Questo per avere una **gestione trasparente** e mantenere la *fiducia* degli investitori che ovviamente diventano a tutti gli effetti un **asset aziendale** sia in termini di marketing che con l'orizzonte di futuri nuovi aumenti di capitale.

Q&A

Giancarlo Vergine
Founder & Managing Partner

[**gv@overventures.com**](mailto:gv@overventures.com)

