



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore


IL FUTURO FIRMATO
TELECOM ITALIA.



IL CROWDFUNDING IN ITALIA

REPORT 2015

Un completo report del mercato, una mappatura delle piattaforme italiane e un'analisi dei trends emergenti.

con il supporto tecnico di  **starteed**

Indice

- 03 / **La ricerca**
- 03 / **Il questionario**
- 03 / **Composizione del mercato in Italia**
- 07 / **Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate**
- 36 / **Storia e geografia delle piattaforme di crowdfunding italiane**
- 38 / **Le sedi**
- 39 / **Demografia delle piattaforme di crowdfunding italiane**
- 40 / **I fondatori**
- 43 / **La forma giuridica**
- 44 / **I dipendenti**
- 46 / **Mercati di riferimento**
- 47 / **Pubblico di riferimento**
- 48 / **Competitor e reti di collaborazione**
- 49 / **I numeri del crowdfunding italiano: modelli e campagne**
- 50 / **Il valore del crowdfunding**
- 51 / **Tipologia di campagne**
- 54 / **Campagne pubblicate**
- 55 / **Campagne finanziate**
- 56 / **Campagne pubblicate e finanziate**
- 57 / **I donatori/finanziatori**
- 58 / **Le quote di finanziamento**
- 60 / **Modalità di pagamento**
- 61 / **Canali di revenue, servizi aggiuntivi e fatturato**
- 62 / **Fonti di finanziamento**
- 65 / **Investimenti in marketing**
- 66 / **Potenzialità e criticità del mercato del crowdfunding italiano**
- 68 / **Cos'è il crowdfunding secondo gli addetti al settore**
- 70 / **I progetti segnalati dalle piattaforme**
- 74 / **Conclusioni**

La ricerca

La ricerca è stata realizzata dall'**Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano** e coordinata dalla prof. **Ivana Pais** (Professore associato di Sociologia economica nella facoltà di Economia dell'Università Cattolica), con il contributo di **TIM** quale sponsor dell'iniziativa ed il supporto tecnico di **Starteed**.

Il questionario

La raccolta dei dati è stata effettuata attraverso la somministrazione di un questionario online (tramite Qualtrics) agli amministratori delle piattaforme di crowdfunding nei mesi di settembre e ottobre 2015. **All'indagine hanno risposto 51 piattaforme (il 62% del totale)**, delle quali 40 sono attive (il 57% delle attive mappate) e 11 sono in fase di lancio (l'85% delle piattaforme in fase di lancio mappate). Nelle pagine seguenti vengono presentati i dati raccolti attraverso la rilevazione.

Composizione del mercato in Italia

In Italia si contano attualmente **82 piattaforme** di crowdfunding. Di queste, **69 sono attive** (al 21 ottobre 2015) e 13 sono in fase di lancio. Rispetto all'ultima mappatura delle piattaforme di crowdfunding, si nota un forte incremento: nel maggio 2014 si contavano 41 piattaforme attive, con un **aumento** ad oggi **del 68%**.

Accanto ai modelli tradizionalmente riconosciuti nel settore del crowdfunding¹, ovvero Ricompense, Donazioni, Equity, Debito, sono presenti piattaforme che offrono più di un modello e che possiamo definire ibride.

Fra le 69 piattaforme attive, 31 (pari al 45%) sono basate su Ricompense, 13 (il 19%) su Donazioni, 13 (19%) sono piattaforme Equity e 3 (il 4%) si fondano sul Debito². Le piattaforme ibride risultano 9 (13%), all'interno di queste, **il modello più diffuso è quello Ricompense+Donazioni**³.

Rispetto alla mappatura del 2014, a seguito dell'iscrizione al registro Consob, **cresce la percentuale delle piattaforme attive Equity** (dal 5 al 19%).

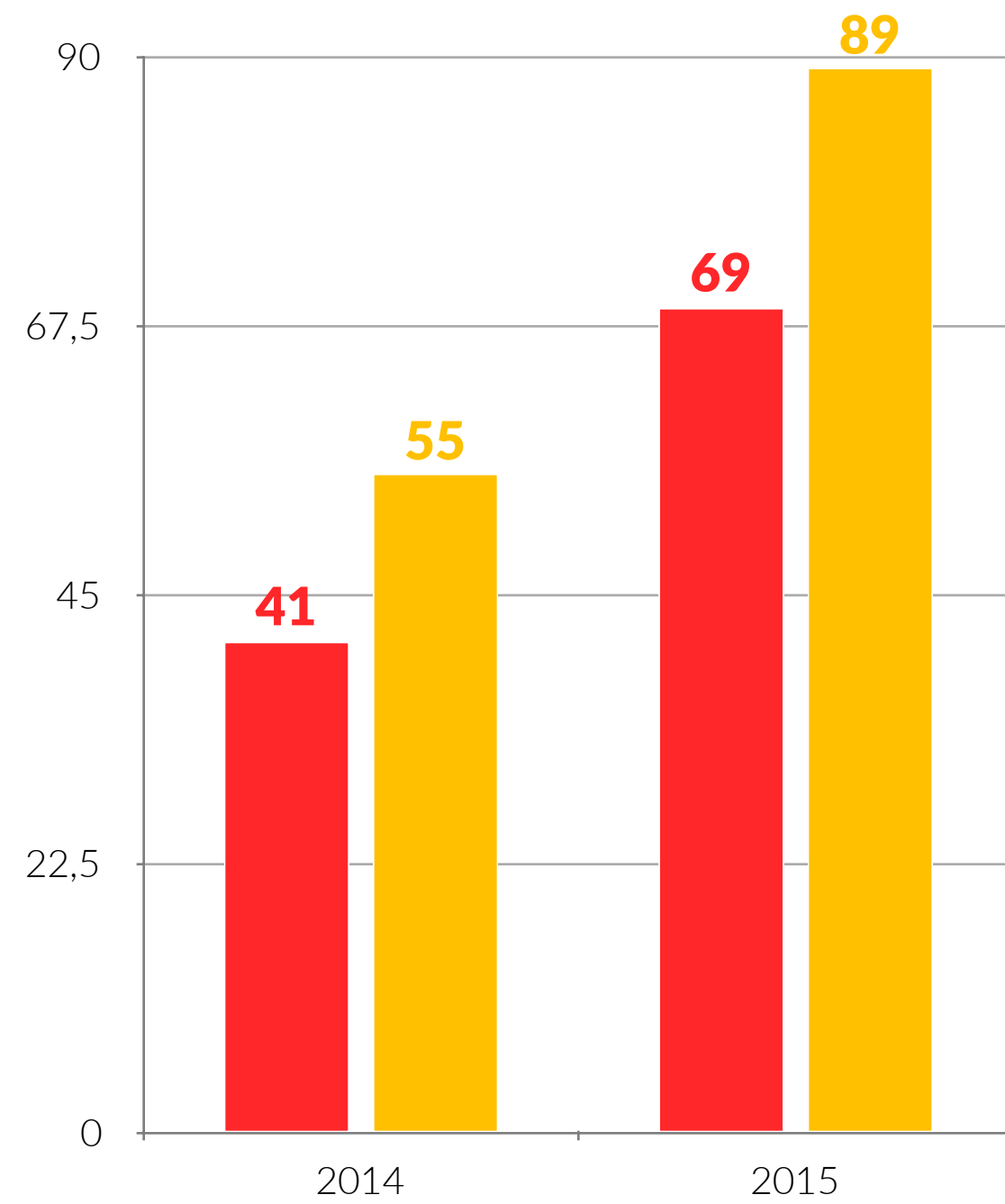
Diminuiscono invece le piattaforme ibride, in particolare quelle basate su Ricompense+Donazioni (dal 24 al 12%).

1. 2013 CF, Crowdfunding Industry Report, Massolution, Aprile 2013, <http://research.crowdsourcing.org/2013cf-crowdfunding-industry-report>

2. Inizialmente, la tipologia prevedeva anche il modello Pre-vendita. Constatato che però questo modello è stato scelto come modello unico da una sola piattaforma (Werealize) e da altre tre (Cubevent Starteed Com-Unity) in combinazione con il modello Ricompense e/o il modello Donazioni, si è fatta la scelta di accorpate il modello Pre-vendita con quello delle Ricompense.

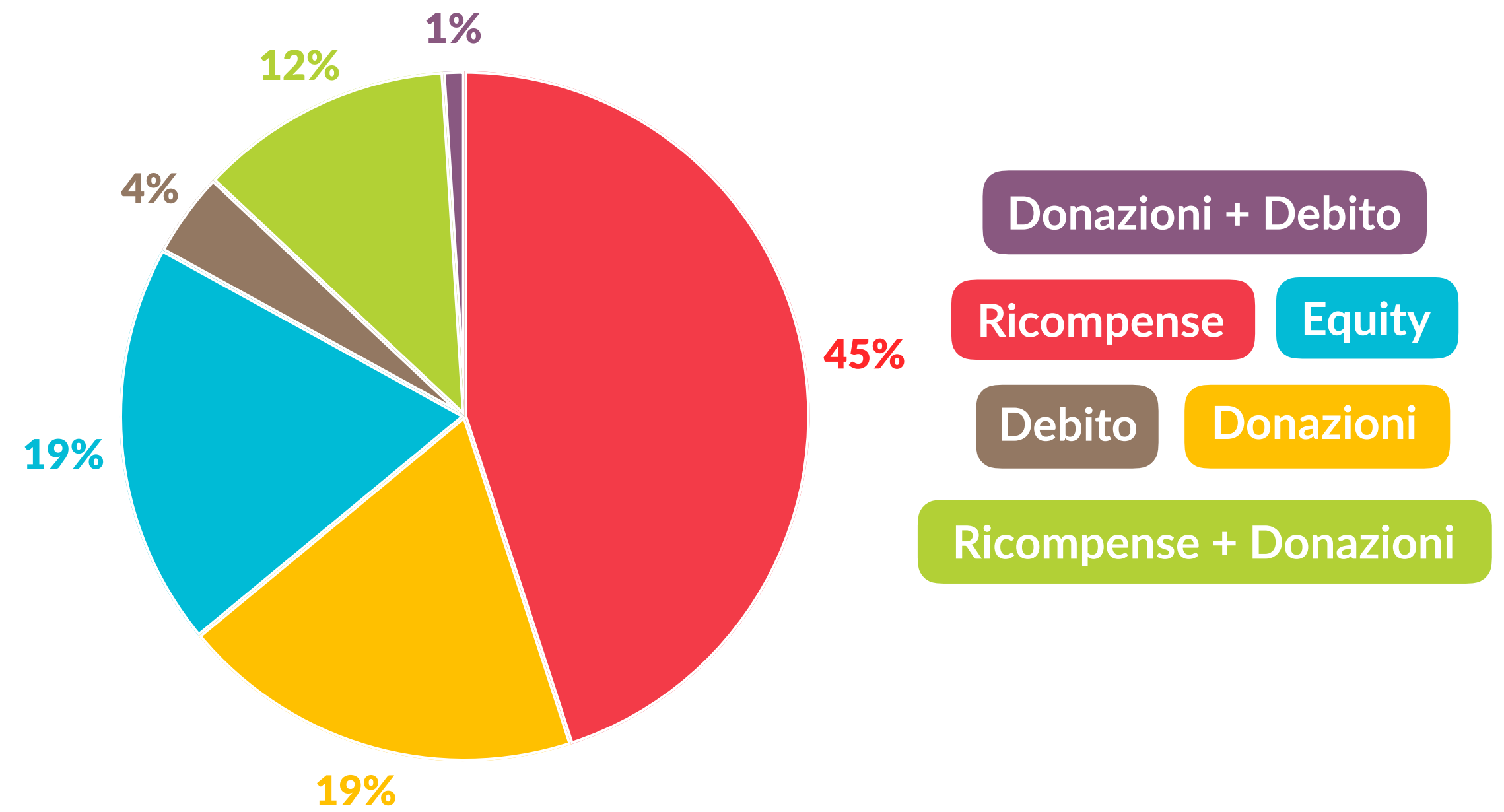
3. Per la costruzione della tipologia non sono stati considerati i modelli con peso dichiarato pari o inferiore al 15%.

Composizione del mercato in Italia



Piattaforme Attive
Totale Piattaforme

Piattaforme totali e Piattaforme attive sul mercato



Distribuzione delle piattaforme italiane attive di crowdfunding per modello

Composizione del mercato in Italia

Nello specifico, di seguito si elencano le piattaforme presenti in Italia suddivise per modello.

Ricompense: 31

BeCrowdy, Bookabook, Cineama, Cubevent, DeRev, Distribuzioni Dal Basso, Eppela, Finanziami il tuo futuro, ForItaly, Giffoni Innovation Hub, Gigfarm, Ginger, Kendoo, Land2Lend, Limoney, Micro Crédit Artistique, Musicraiser, Open Genova Crowdfunding, Rezz, Risorgimenti.Lab, School Raising, SportSupporter, Starteed, TIM#WCAP, Triboom, Upspringer, Vizibol, Werealize, WithYouWeDo, WOOP food, Wowcracy.

Donazioni: 12

1caffè, Commoon.it, Fidalò srl, Funditaly, Iodono.com, Let's Donation, Mecenup, Pensiamocinoi, Progetto Civibanca 2.0, Rete del Dono, ShinyNote, Universitiamo.

Debito: 3

Borsa del credito, Prestiamoci, Smartika spa.

Equity: 13

Assiteca Crowd, Crowdfundme, EquityStartUp, Investi-re.it, My Share, Next Equity, Opsidea, SiliconVeneto SmartHub, StarsUp, Startify, Unicaseed.

Ricompense + Donazioni: 8

BuonaCausa.org, Com-Unity, CrowdfundingItalia, Donordonee, Greenfunding, Meridonare.it, Produzioni dal Basso, Proposizione, Innamorati della cultura.

Donazioni + Debito: 1

Terzo Valore.

Ricompense + Equity: 1

Tip Ventures.

In fase di lancio: 13

Crowdarts, Ecomill, Equinvest Srl, Fundera, Mama Crowd, MuumLab, Oboli, Planbee, Slowfunding, Startzai, Symbid Italia, We4sport, WeAreStarting.

WITHYOUWEDO

WithYouWeDo è il progetto di TIM che favorisce lo sviluppo, la sperimentazione e l'adozione di strumenti digitali di sostenibilità economica per enti e associazioni, per promuovere idee ed iniziative innovative in 3 aree strategiche: **Cultura Digitale, Innovazione Sociale e Tutela dell'Ambiente.**

TIM vuole aiutare la crescita dell'ecosistema sociale italiano del Crowdfunding e monitorare il suo sviluppo.

Per questo motivo abbiamo promosso la ricerca: "Il Crowdfunding in Italia. Report 2015" in partnership con l'Università "Cattolica del Sacro Cuore" di Milano.

SCOPRI LA PIATTAFORMA E TUTTI I PROGETTI SU
WITHYOUWEDO.TELECOMITALIA.COM

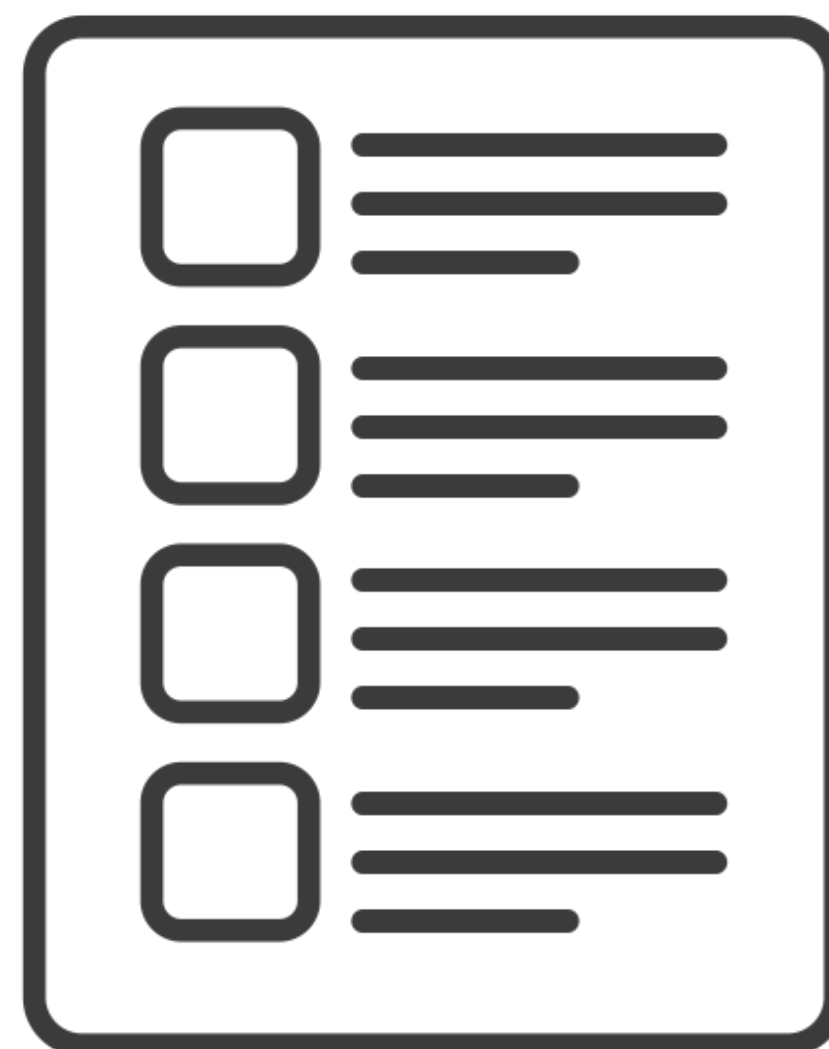
WithYouWeDo è parte del programma di Corporate SharedValue di TIM "#ilfuturoèditutti"

IL FUTURO FIRMATO
TELECOM ITALIA.



Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Nelle pagine seguenti vengono descritte le piattaforme di crowdfunding presenti in Italia che hanno risposto al questionario⁴.



Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Ricompense: 18 su 31



bookabook



CUBEVENT
EVENT INCUBATOR



GiffONI
INNOVATION
HUB

GINGER

Micro Crédit Artistique

MUSICRAISER



SPORTSUPPORTER
Crowdfunding

starteed

TRIBOOM
SPORT COMMUNITY



vizibol



WITHYOUWEDO

WOOP

Ricompense

BeCrowdy

www.becrowdy.com



Settoriale: arte e cultura

BeCrowdy è la piattaforma di crowdfunding reward-based per il sostegno della produzione artistica e culturale, grazie alla quale artisti, promoter e produttori possono proporre i propri progetti e finanziarli tramite l'aiuto della community. Attraverso il crowdfunding, BeCrowdy mira a costruire una comunità organizzata e consapevole, trasmettendo un messaggio che vada oltre il sostegno economico fine a sé stesso o limitato a un determinato progetto, puntando a diventare un portale di riferimento per la cultura e l'arte in Italia e non solo. Per questo, il suo obiettivo a lungo termine è quello di espandersi oltre i confini nazionali, in modo da innescare, oltre al finanziamento, anche la circuitazione dei progetti, trasformando la piattaforma in una vera e propria base per una rete culturale allargata.

Bookabook

www.bookabook.it

bookabook

Settoriale: editoria

Bookabook è la prima piattaforma italiana di crowdfunding del libro. Con Bookabook la community sceglie un libro, sostenendone "dal basso" la pubblicazione e realizzando così un modello di editoria partecipato. Il lettore ha accesso a un'anteprima, se gli piace, può decidere di sostenere il libro e fare un'offerta, dai 3 euro in su, assicurandosi, se la campagna va a buon fine, l'ebook e altri premi a seconda dell'impegno. Bookabook è un crowdfunding all-or-nothing. Il lettore non rischia nulla. Il cuore della piattaforma è una community in cui i lettori possono scambiare idee e opinioni con l'autore.

Cineama

www.cineama.it



Settoriale: cinema

L'attività di Cineama è iniziata nel 2011 con l'idea innovativa di proiettare in sala i film che gli spettatori stessi scelgono di vedere. Cineama sviluppa una distribuzione innovativa: scegliamo film con un "target audience" chiaro e utilizziamo al meglio le nuove tecnologie del web per diffonderne il messaggio. Il Crowdfunding è uno strumento potente per il cinema. Cineama vuole aiutare a pubblicizzare progetti particolarmente brillanti o socialmente rilevanti, e mettere a disposizione il proprio know-how per lanciare campagne efficaci che, oltre a finanziare i progetti, ne costituiscano poi lo "zoccolo duro" della fruizione nelle sale.

Ricompense

Cubevent

www.cubevent.com



Settoriale: eventi

Vogliamo rivoluzionare i processi con cui vengono organizzati gli eventi, annullando il rischio per gli organizzatori e proponendo eventi che abbiano un reale interesse di pubblico. Crediamo nel rapporto diretto tra artisti e fan, tra organizzatori e pubblico. Crediamo nella forza aggregativa dell'arte, nella sua capacità di produrre bellezza e valore, vogliamo essere da traino alla sua diffusione e fruizione innovando continuamente i modi e i processi per organizzare eventi.

DeRev

www.derev.com



Settoriale: innovazione sociale

DeRev è la piattaforma italiana di crowdfunding per finanziare progetti creativi, innovativi e sociali rivolti alla comunità. Amici, sostenitori e migliaia di appassionati hanno contribuito con oltre 5 milioni di euro alle campagne sulla piattaforma, finanziando e realizzando le idee più utili, affascinanti e coinvolgenti. Le campagne di DeRev consentono di autoprodurre e finanziare un progetto dal basso, ottenendo allo stesso tempo un'enorme visibilità e partecipazione attiva da parte del proprio pubblico. Sulla piattaforma è possibile sperimentare idee e testare un prodotto, ricevere feedback e suggerimenti, raccogliere pre-ordini e adesioni, e trovare investitori, partner o produttori. Anche DeRev, attraverso la propria community, l'ufficio stampa, la consulenza gratuita e oltre 5 milioni di iscritti sui social media, sostiene quotidianamente i progetti più creativi, innovativi o capaci di risolvere un'esigenza della comunità.

Giffoni

Innovation Hub

<http://giffonihub.com/crowdfunding>



Settoriale: creatività e cultura

In collaborazione con DeRev, Giffoni Innovation Hub seleziona i migliori progetti artistici, creativi e culturali per accompagnarli e supportarli in un percorso di accelerazione e finanziamento fino alla loro realizzazione e lancio sul mercato.

Ricompense

Ginger

www.ideaginger.it



Territoriale: Emilia Romagna

GINGER è un acronimo di Gestione Idee Nuove e Geniali in Emilia Romagna, piattaforma di crowdfunding territoriale operativa da giugno 2013. GINGER unisce allo strumento web del sito le consulenze del team e una rete di partnership strategiche al servizio dei progettisti. Il focus territoriale permette a GINGER di essere molto presente anche dal punto di vista offline e di aumentare il legame di fiducia tra progettisti e donatori. Offre inoltre la possibilità di creare campagne di DIY crowdfunding su tutto il territorio nazionale e di replicare il modello "local crowdfunding" in altri contesti territoriali.

**Micro Crédit
Artistique**



www.microcreditartistique.com

Settoriale: arte contemporanea

La mission della piattaforma è "aiutare chi ha un'idea per l'arte contemporanea e vuole realizzarla." Micro Crédit Artistique nasce nel 2013 da un'idea di Mauro Defrancesco e si occupa esclusivamente di arte contemporanea.

Musicraiser

www.musicraiser.com



Settoriale: musica

Musicraiser è la piattaforma principale in Italia di fundraising per la 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 conta oltre 2 Milioni di Euro raccolti destinati ai musicisti, grazie al crowdfunding e agli innovativi servizi di album e ticket special pre-order.

Ricompense

School Raising

<http://schoolraising.it>



Settoriale: scuola

Schoolraising.it è una piattaforma web dedicata al mondo della scuola. L'obiettivo è raccogliere tutti quei progetti scolastici che, a causa dei continui tagli ai fondi degli istituti, non possono essere realizzati, e organizzare, insieme alle scuole, una campagna di crowdfunding in grado di portare il progetto a raggiungere il budget necessario per poter essere realizzato.

SportSupporter

www.sportsupporter.it



Settoriale: sport

SportSupporter è la prima piattaforma di crowdfunding sportivo in Italia che si rivolge ad associazioni sportive, atleti e makers attivi nel campo delle soluzioni tecnologiche in ambito sportivo, ponendosi come facilitatore per la raccolta fondi. È inoltre la prima piattaforma che opera con il sistema 'ALL OR SOME STEP' dove il progetto è suddiviso in step o obiettivi tangibili raggiungibili separatamente. Idealmente la piattaforma SportSupporter ha per obiettivo quello di promuovere e sostenere le attività di associazioni sportive, di singoli atleti e di makers di soluzioni per lo sport, dando la possibilità a chiunque lo desideri di praticare la propria passione in strutture sane, confortevoli e sicure. Nella pratica, attraverso lo strumento del crowdfunding, SportSupporter diventa il punto di incontro tra i Progettisti che hanno necessità di reperire fondi e i Supporter che contribuiscono economicamente alla realizzazione di un progetto.

Starteed

www.starteed.com



Generalista / Do It Yourself

Starteed è leader nella fornitura di soluzioni personalizzate per il crowdfunding e la co-creazione. Grazie alla sua tecnologia ogni giorno privati, aziende, organizzazioni e istituzioni raccolgono fondi e opinioni direttamente sul proprio sito web, utilizzando un design personalizzato e mantenendo il pieno controllo su ogni aspetto dei progetti. Con Starteed è possibile creare singole campagne o interi portali riducendo significativamente tempi e costi di sviluppo rispetto ad una soluzione proprietaria.

Ricompense

Triboom

www.triboom.com



Settoriale: sport

Triboom è lo strumento che permette a tutte le squadre di radunare online i propri sostenitori, generando relazioni agevolate dalle nuove tecnologie disponibili. Sfruttando le logiche dei Social Network e strumenti di finanziamento collettivo (crowdfunding), le Società possono coinvolgere sostenitori e tifosi in iniziative ed eventi finora difficilmente realizzabili e ricevere in cambio un maggior sostegno anche economico.

Upspringer

www.upspringer.com



Settoriale: editoria

Upspringer è la prima piattaforma internazionale di crowdfunding dedicata alla letteratura.

Vizibol

www.vizibol.com



Settoriale: musica

Vizibol è la piattaforma di crowdfunding pensata per sostenere progetti legati all'ambito visivo della creatività: progetti nati per raccontare una storia attraverso il linguaggio delle immagini. Accoglie progetti che utilizzino i molteplici linguaggi della sfera visuale: dalla fotografia al disegno, dalla videoarte al cinema, al documentario, alla performing art. Il concetto di co- produzione si estende con Vizibol al concetto di co-creazione.

Ricompense

Werealize

<http://werealize.it/>



Settoriale: Design

Werealize.it è la piattaforma di crowdfunding e open innovation che consente a designers, makers e piccole aziende di collaborare e lanciare sul mercato prodotti originali ed innovativi, e prodotti in serie limitata.

WithYouWeDo

WITHYOUWEDO

<https://withyouwedo.telecomitalia.com>

Settoriale: innovazione sociale, cultura digitale e tutela dell'ambiente

WithYouWeDo è una iniziativa che si inserisce all'interno del programma "#ilfuturoèditutti": la nuova visione che ispira e guida le attività di Corporate Shared Value di TIM. La piattaforma nasce: per favorire lo sviluppo di progetti e ricerche nei settori di riferimento che prevedano tecnologie digitali, e per l'incontro tra domanda e offerta di fondi da parte sia dei singoli cittadini che di imprese e/o istituzioni del mondo profit e no-profit. TIM contribuisce col 25% dell'obiettivo, promuove i progetti via Web, Social Network, Sms e Media tradizionali, non prende fee, allarga le proprie condizioni di favore per le commissioni sui sistemi di pagamento, mette in palio una experience fra i donatori (Buffon e Facchinetti al momento).

WOOP food

www.woopfood.com



Settoriale: food, sostenibilità e biodiversità

WOOP food è la piattaforma per scoprire e supportare eccellenze agroalimentari italiane.

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Donazioni: 9 su 12



Donazioni

Commoon.it

www.commoon.it



Settoriale: design sostenibile e sociale

Commoon è un sito per sviluppare soluzioni per le proprie necessità; è il luogo in cui trasformare le necessità in soluzioni attraverso il supporto progettuale ed ottenere il budget necessario.

Fidalo srl

www.fidalo.eu



Generalista

Fidalo è una società di servizi che fa incontrare idee da sviluppare con la community di internet. Da questo incontro possono nascere progetti ai quali offriamo anche servizi di business e operation plan. Fidalo permette il finanziamento di questi progetti tramite le metodologie di crowdfunding.

Funditaly

www.funditaly.it



Generalista

Funditaly è la prima piattaforma di crowdfunding cooperativo. Il nostro obiettivo mira a una rinata e sentita collaborazione fra le persone, sviluppando un nuovo modo di sostenere cause comuni attraverso internet.

Donazioni

Iodono.com

www.iodono.com



Settoriale: terzo settore

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 no 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.

Let's Donation

www.letsdonation.com



Settoriale: terzo settore

Si definisce un social network della solidarietà: una piattaforma in cui Profit e Non Profit collaborano per lo stesso progetto. Le iniziative sociali e il crowdfunding sono i meccanismi di fondo.

Mecenup

www.mecenup.it



Territoriale: Toscana

Mecenup è la piattaforma di crowdfunding della Toscana, una comunità in rapida crescita che permette alle persone di cooperare per realizzare progetti e dare forma e concretezza a nuove realtà del territorio toscano che non riescono a far sentire la propria voce.

Donazioni

Progetto Civibanca 2.0

www.progettocivibanca.it



Settoriale: sviluppo del territorio

Progetto Civibanca 2.0 è un portale di crowdfunding al servizio del territorio dove opera la Banca Popolare di Cividale, proprietaria della piattaforma. La Banca Popolare di Cividale, Istituto locale e autonomo fondato nel 1886, da sempre contribuisce allo sviluppo sostenibile del territorio, dando il proprio sostegno all'impegno di scuole, enti, onlus, associazioni sportive e culturali, operando come sponsor per numerose iniziative promozionali a favore della comunità e delle attività produttive locali. Il "crowdfunding territoriale" del Progetto Civibanca 2.0, totalmente gratuito per le associazioni che vi aderiscono, fa leva sulla territorialità dei progetti e delle associazioni proponenti e sulla loro capacità di creare un impatto reale, diventando così uno strumento di sviluppo socio-economico.

Rete del Dono

www.retedeldono.it



Settoriale: terzo settore

Retedeldono è una piattaforma web per la raccolta di donazioni a favore di progetti d'utilità sociale ideati e gestiti da organizzazioni no 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.

Universitiamo

<https://universitiamo.eu>



Settoriale: progetti scientifici e culturali

Universitiamo by UNIPV è la piattaforma di crowdfunding dell'Università di Pavia, con i suoi 654 anni di storia la prima Università italiana e tra le prime nel mondo ad aprirsi con un proprio strumento alla formula innovativa del crowdfunding per sostenere una ricerca scientifica di frontiera, capace di migliorare la vita di tutti noi.

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Equity: 5 su 13

ASSITECA
CROWD

CROWD
FUND.
ME

nextequity
crowdfunding

StarsUp
PROFESSIONAL CROWDFUNDING

Equity

Assiteca Crowd
www.assitecacrowd.com



Generalista

Assiteca Crowd è una piattaforma ideata nel settembre 2013, costituita nell'ottobre 2013 e iscritta alla sezione ordinaria del Registro Consob dei gestori di portali con delibera del 26/02/2014. Società a responsabilità limitata con sede legale a Milano.

Crowdfundme
www.crowdfundme.it



Settoriale: innovazione

CrowdFundMe nasce come portale di equity crowdfunding a sostegno delle startup innovative, fornendo sia l'investitore che l'imprenditore degli strumenti e delle garanzie necessarie al fine di favorire il buon esito di un progetto innovativo. Il Portale rappresenta lo strumento mediante il quale le imprese possono rivolgere al pubblico i propri progetti e ottenere i finanziamenti necessari allo svolgimento della loro attività.

Next Equity
www.nextequity.it



Settoriale: innovazione

Next Equity Crowdfunding Marche srl, è una società autorizzata da Consob (Autorizzazione n. 18977 del 16/07/2014) a svolgere, attraverso la piattaforma web denominata Next Equity, attività di equity crowdfunding. La società, prima nelle Marche e quinta in Italia ad essere autorizzata per l'esercizio dell'equity crowdfunding, ha sede a Civitanova Marche e nasce dall'iniziativa di professionisti, che da anni operano in materia finanziaria e societaria con l'obiettivo di far incontrare il capitale con l'innovazione, favorendo la capitalizzazione e la crescita delle startup innovative e delle nuove idee imprenditoriali, creando in tal modo una sinergia virtuosa con il territorio ed il tessuto economico nel suo complesso.

Equity

StarsUp

www.starsup.it



Generalista

Ideata a fine 2012, piattaforma iscritta alla sezione ordinaria del Registro Consob dei gestori di portali con delibera del 18/10/2013, operativa da gennaio 2014. Società a responsabilità limitata con sede legale a Livorno.

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Debito: 2 su 3



smartika

Debito

Prestiamoci



www.prestiamoci.it

Prestiti tra privati

Prestiamoci è il primo vero Marketplace del credito in Italia che mette in contatto coloro che hanno bisogno di un Prestito personale con coloro che hanno un capitale da investire. Saltando l'intermediazione di banche e finanziarie, i Richiedenti che vantano un'ottima storia creditizia possono ottenere il loro prestito personale a basso costo con i migliori tassi presenti sul mercato. I Prestatori che investono nei prestiti, possono ottenere elevati ritorni, diversificando il loro portafoglio ed incassando mensilmente le quote capitale ed interessi. Il tutto online in modo semplice, veloce e trasparente.

Smartika spa



www.smartika.it

In Smartika agisce una community di Richiedenti e di Prestatori che interagiscono direttamente tra loro, senza ricorrere ad intermediari, ottenendo così condizioni migliori per entrambi. All'interno della community si crea in questo modo un mercato, nel quale i tassi correnti sono determinati solo e soltanto dall'incontro diretto tra domanda e offerta. Smartika Spa opera come Istituto di Pagamento regolamentato e vigilato da Banca d'Italia ed è quindi un operatore finanziario autorizzato, ai sensi del d.lgs. 11/2010, a prestare i servizi di pagamento. A garanzia di una sana gestione dell'azienda e a tutela dei clienti, Smartika è tenuta, tra l'altro, a mantenere un patrimonio di vigilanza e ad essere governata con un efficiente sistema di controlli.

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Ricompense + Donazioni: 5 su 8



Ricompense + Donazioni

BuonaCausa.org

www.buonacausa.org



Settoriale: sociale

BuonaCausa è una piattaforma italiana di civic ed ethic crowdfunding dedicata alle buone cause e ai progetti che richiedono sostegno. La piattaforma consente ad associazioni, enti pubblici, testimonial, aziende, sostenitori e attivisti di collaborare su iniziative di crowdsourcing e progetti di valore sociale. La piattaforma è attiva dal marzo 2011 ed è gestita da un'associazione senza scopo di lucro. Non trattiene commissioni sulle donazioni. I progetti sono donation e reward, al momento solo keep it all.

Com-Unity

www.com-unity.it



Generalista

Com-Unity è una piattaforma generalista di crowdfunding di proprietà di Banca Interprovinciale Spa, sviluppata insieme allo Studio SCOA, società di consulenza, e lanciato a marzo 2013. Ospita progetti di qualsiasi tipo con particolare riferimento ad ambiti umanitari, sociali, culturali e scientifici. COM-Unity è composta da tre entità indipendenti: un Comitato Etico, che valuta i progetti verificandone la liceità; il Tutor, che esprime un parere vincolante su valenza e fattibilità dei progetti e assiste i progettisti nell'iter relativo alla pubblicazione del progetto e nella raccolta fondi; la Banca, che gestisce le somme donate ai singoli progetti.

Produzioni dal Basso

www.produzionidalbasso.com



Generalista

Produzioni dal basso è la prima piattaforma di crowdfunding italiana: nata nel 2005 dall'ambiente delle autoproduzioni digitali, in un periodo in cui i social network erano ancora agli albori. Nel 2013 si è costituita come start-up innovativa e dopo aver riscritto il software e fatto un restyling grafico oggi si propone come piattaforma semplice ed eterogenea adatta a presidiare la coda lunga del mercato del crowdfunding. Permette di scegliere tra 3 diverse modalità di crowdfunding (tra donation e reward) e diversi sistemi di pagamento online (bonifico, carte di credito e paypal).

Ricompense + Donazioni

Proposizione

www.proposizione.com



Generalista

Proposizione offre la possibilità a chiunque abbia un progetto, ma non le risorse, di pubblicare la sua idea nel portale alla ricerca di donatori che ne rendano possibile la realizzazione. Oltre a questo, mette a disposizione di tutti i suoi iscritti un social network in cui i progettisti possono pubblicare ulteriori informazioni e interagire direttamente con i donatori e con chiunque sia interessato al progetto. Ideato nel settembre 2012, è operativo da agosto 2013. È una Srl con sede legale a Macerata.

Innamorati della cultura

www.innamoratedellacultura.it



Settoriale: cultura

Innamoratedellacultura è il portale dedicato in maniera esclusiva a campagne in ambito culturale proposte da artisti, associazioni, organizzazioni, enti pubblici, fondazioni, privati. Arte, spettacolo, moda, design, musica, architettura, restauro. La sede operativa è a Torino. Attivo dal marzo 2014 è un brand apprezzato e conosciuto dal mondo culturale italiano. La comunità di "innamoratedellacultura" raccolta attorno alla piattaforma è fidelizzata sui social anche grazie al "Magazine" specializzato che consente a chi promuove la propria campagna di ottenere un'alta visibilità su territorio nazionale. Il team di lavoro offre un servizio personalizzato di accoglienza della campagna e, dietro richiesta, servizi aggiuntivi quali crowdfunding management, ufficio stampa, social media management e digital pr, ricerca sponsor e partner commerciali. Le campagne possono essere attivate in modalità reward oppure donation⁵ e il contratto sottoscritto può essere "fisso" oppure "flessibile".

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Donazioni + Debito: 1 su 1

terzo  valore

Donazioni + Debito

Terzo Valore

terzo  valore

www.terzovalore.it

Settoriale: terzo settore

Terzo Valore è uno strumento di Banca Prossima, la banca del Gruppo Intesa Sanpaolo dedicata al Terzo Settore. È uno strumento di crowd-lending attraverso il quale le persone fisiche (residenti in Italia) e giuridiche (con sede legale in Italia) possono prestare o donare direttamente alle organizzazioni non profit clienti di Banca Prossima. La banca seleziona i progetti e finanzia minimo il 33% più la differenza di quello che non è stato raccolto in crowdfunding. Il progettista decide il tasso d'interesse, il prestatore può ridurlo, fino ad annullarlo o decidere di donare. La restituzione dei prestiti è garantita dalla banca.

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

Ricompense + Equity: 1 su 1



Ricompense + Equity

Tip Ventures



<http://tip.ventures>

Generalista

TipVentures è l'unico Gestore di portali di Crowdfunding che permette di lanciare sia campagne Reward based che Equity based⁶, attraverso i suoi portali Tip Reward e Tip Equity. È la soluzione ideale per progetti imprenditoriali di vario tipo, applicazioni per il web o la telefonia mobile, il fashion design, product design, green-economy e tanto altro. Dal lancio dell'idea al finanziamento della Startup.

Lista descrittiva delle piattaforme di crowdfunding intervistate

In fase di lancio: 11 su 13



In fase di lancio

Crowdarts

www.crowdarts.eu



Settoriale: arti performative

Crowdarts è la prima piattaforma e community di crowdfunding dedicata alle arti performative. È una piattaforma di finanziamento partecipativo dedicata ai creativi ed ai professionisti che lavorano all'interno dell'ampio panorama delle arti della scena. Sosteniamo sia gli artisti che i luoghi, le associazioni e le professionalità che si occupano di produrre e diffondere la cultura delle arti dello spettacolo. I nostri interlocutori principali sono i performers, videomakers, editori, light and sound designers, fotografi di scena, formatori, promotori, organizzatori, etc e chiunque sia coinvolto nel settore delle arti dello spettacolo.

Ecomill

www.ecomill.it



Settoriale: green economy e sostenibilità

Ecomill è la piattaforma di equity crowdfunding autorizzata da Consob che permette a cittadini, famiglie e imprese di diventare finanziatori e soci di una nuova impresa ad alto valore innovativo nel settore energetico e ambientale. Ecomill promuove: sostenibilità, innovazione e aggregazione sociale.

Equinvest Srl

www.equinvest.it



Settoriale: innovazione

Equinvest è il nuovo marketplace che collega startup innovative, che necessitano di raccogliere capitali di rischio, ed investitori, sia retail che professionali, potenzialmente interessati ad investire in società ad alto rendimento.

In fase di lancio

Fundera

www.fundera.it



Settoriale: green economy e sostenibilità

Fundera è la prima piattaforma italiana di crowdfunding dedicata alle energie rinnovabili, all'efficienza energetica e alla mobilità sostenibile. È una Società a responsabilità limitata con sede legale a Milano.

MuumLab

www.muumlab.com



Generalista

Si definiscono "financial farmers for your ideas". Piattaforma ideata nell'agosto 2013, se ne prevede il lancio nel 2015. È una Srl con sede a Molfetta.

Planbee

www.planbee.bz



PlanBee è la prima piattaforma italiana interamente dedicata al crowdfunding civico, nata per dare una risposta concreta sul tema dell'ambiente e del miglioramento delle città e per intercettare la volontà di cittadini ed imprese di essere parte attiva del cambiamento. Sul portale saranno disponibili tutti i progetti civici pronti per essere realizzati che necessitano di risorse per la loro realizzazione. Tramite il sito, scegliendo il progetto da finanziare, cittadini ed aziende potranno dare un contributo concreto al miglioramento delle città e alla salvaguardia dell'ambiente.

In fase di lancio

Slowfunding

www.slowfunding.it



Settore: immobiliare

Slowfunding è una piattaforma online di crowdfunding reward-based per il recupero e la riattivazione di immobili di potenziale valore ma in stato di abbandono. Attraverso un processo online, offre la possibilità ai proprietari di tali beni di valorizzarli e sottoporli all'attenzione di co-investitori interessati che coinvolti nel progetto immobiliare (esprimendo idee, preferenze ed esigenze), possono unire i loro capitali per finanziarne il recupero. In cambio ricevono il beneficio di usufruire dell'immobile stesso attraverso molteplici rewards. Slowfunding è uno dei 10 talenti vincitore dell'edizione 2014 di "Working Capital Accelerator Milano", iniziativa di Telecom Italia che oltre a finanziarla attraverso un Grant, la accolta presso l'acceleratore TIM#Wcap di Milano.

Startzai

www.startzai.com



Startzai è una piattaforma integrata di equity crowdfunding che si pone a complemento di network esistenti di incubatori, investitori e startup. Prende come riferimento le smart communities, ha lo scopo di utilizzare la ricerca su tecnologia e finanza per accelerare lo sviluppo territoriale. La documentazione per l'iscrizione al registro dei gestori di portali di Equity Crowdfunding è già stata inviata ed è al vaglio della CONSOB.

Symbid Italia

www.symbiditalia.it



Settoriale: innovazione, FinTech

Symbid è una delle prime piattaforme di crowdfunding sviluppatesi in Europa; nata in Olanda, oggi occupa una posizione di rilievo nel mercato della finanza alternativa internazionale. In Italia, la società opera come gestore di portali per la raccolta di capitali di rischio in favore di startup e PMI innovative in conformità con il Regolamento deliberato dalla Consob, ed ha l'obiettivo di offrire strumenti di finanziamento alternativo volti a soddisfare le specifiche esigenze delle imprese e degli investitori italiani. Symbid Italia è parte di Symbid The Funding Network, società olandese quotata sul mercato regolamentato statunitense tramite la capogruppo Symbid Corp.

In fase di lancio

We4sport

www.we4sport.it



we4sport

Settoriale: sport

We4sport nasce con l'obiettivo di sostenere l'attività delle associazioni sportive, delle comunità locali e dei singoli sportivi. Mettiamo a disposizione del mondo dello sport la nostra esperienza, di atleti dilettanti e manager, per portare valore a progetti affinché vengano concretizzati attraverso nuove forme di finanziamento in crowdfunding. Ci rivolgiamo alle associazioni sportive, alle amministrazioni, ai giovani ed alle famiglie, e intendiamo favorire lo sviluppo di qualsiasi attività sportiva.

WeAreStarting

www.wearestarting.com



WeAreStarting
EQUITY-BASED CROWDFUNDING

Generalista

È una piattaforma di Equity-based Crowdfunding nata nel marzo 2013 con "l'obiettivo di dare visibilità a imprenditori con idee brillanti". Ideata nell'agosto 2012, è una Srl con sede legale a Bergamo.

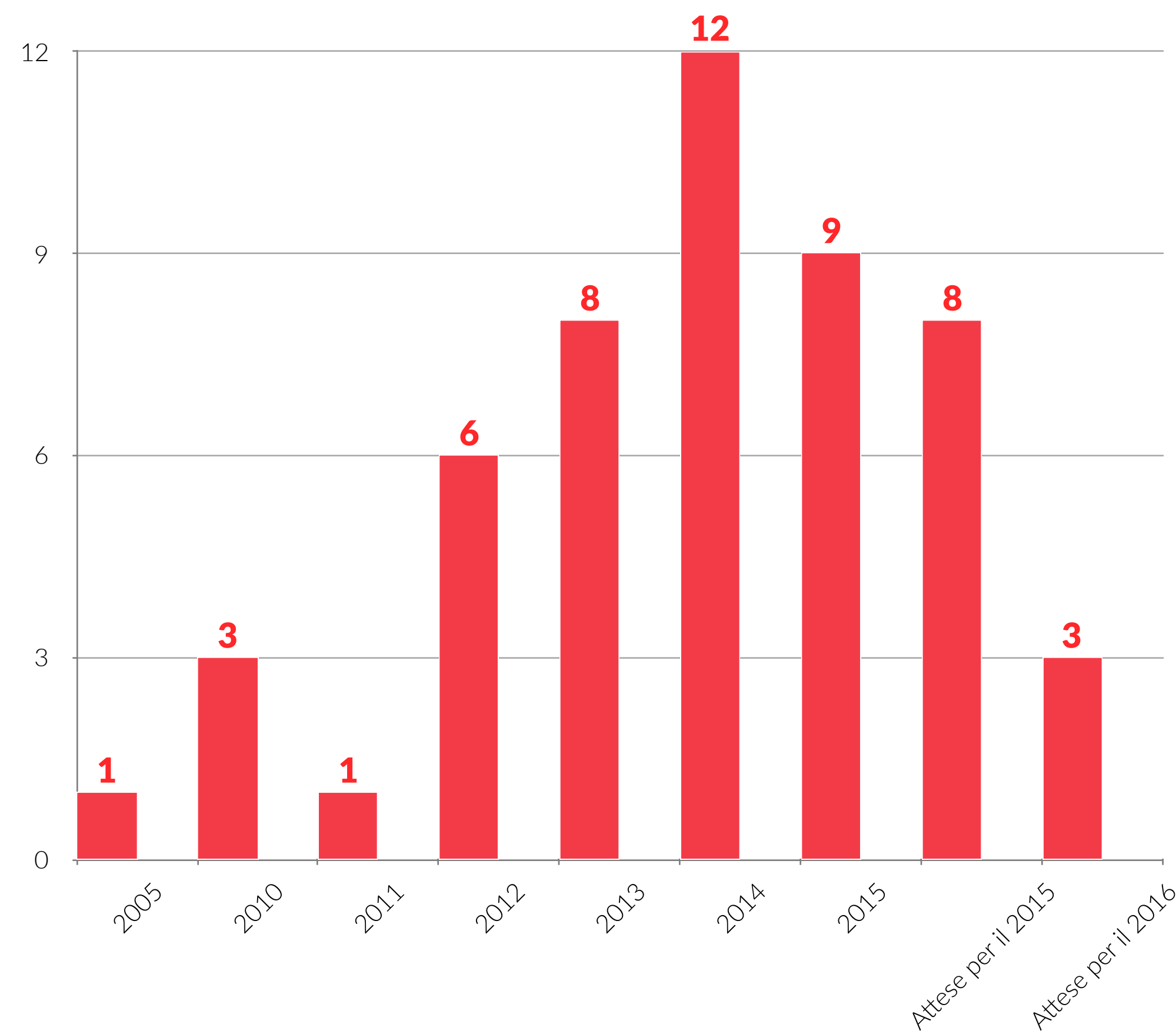
Storia e geografia delle piattaforme di crowdfunding italiane

Il crowdfunding in Italia è nato nel 2005 con **Produzioni dal Basso**. Fra le piattaforme che hanno risposto al questionario, 3 sono nate nel 2010 e una nel 2011. Nel 2012 se ne sono aggiunte altre 6, tra il 2013 e il **2014 sono state avviate ben 20 nuove piattaforme** di crowdfunding.

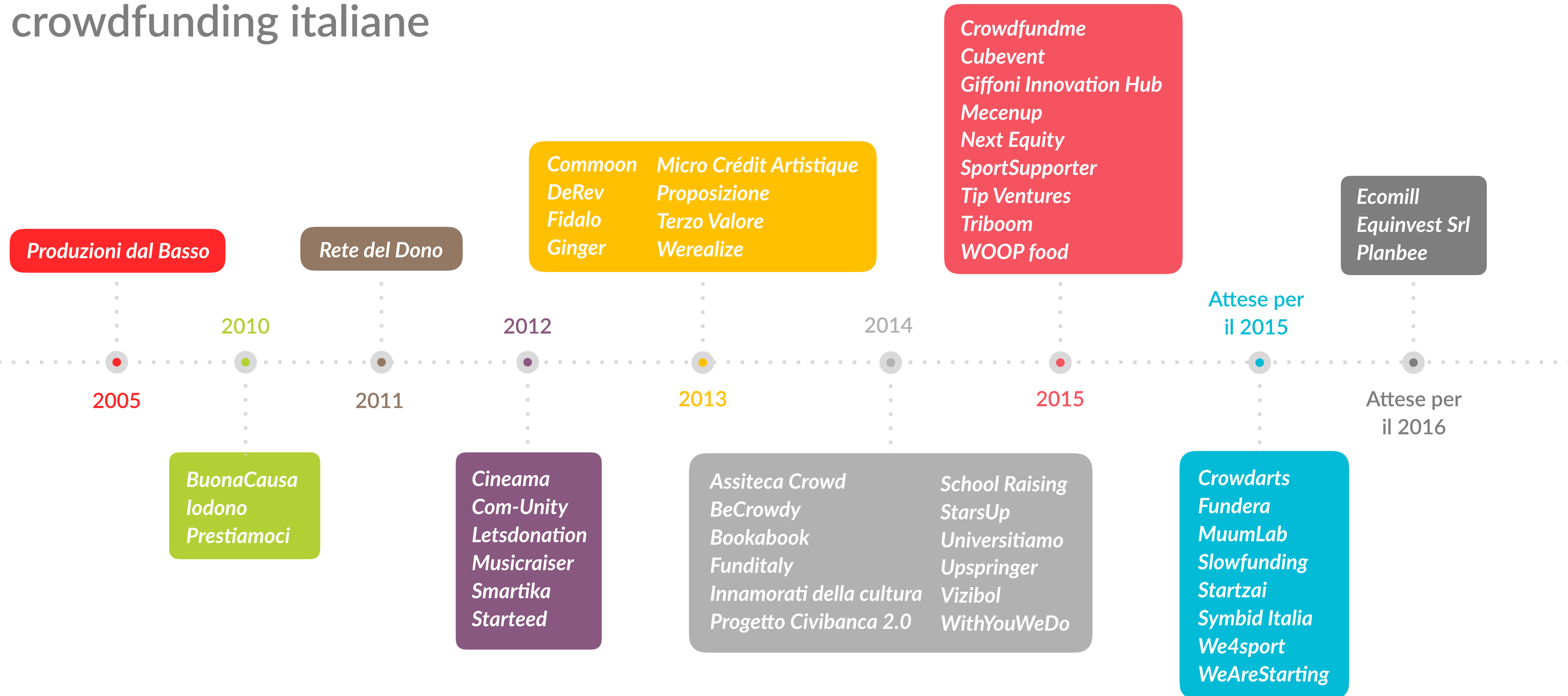
Dal **2015**, sono attive **altre 9 piattaforme** e per ben **11 è atteso il lancio** nei prossimi mesi.

Questi numeri attestano un'alta vivacità del settore, a cui si accompagna però anche un **significativo tasso di mortalità**. Nello specifico, fra le start up rilevate a maggio 2014, 4 piattaforme (2 delle quali attive dal 2013 e 2 allora in fase di lancio) risultano attualmente inattive.

Distribuzione delle piattaforme per anno di nascita



Storia e geografia delle piattaforme di crowdfunding italiane



Le sedi

A livello geografico, **la maggior parte delle piattaforme di crowdfunding, esattamente 26, è collocata nell'Italia settentrionale**; un ruolo di rilievo ricopre la città di Milano, sede legale di 16 piattaforme e sede operativa di 18. Nel Centro Italia sono collocate 7 sedi legali e 9 sedi operative; nel Sud Italia si registrano 5 sedi legali e 3 sedi operative.

Nello specifico, le sedi si dispongono nel modo seguente.

Sede legale:

- **NORD:** Bergamo, Bologna (2), Brescia, Cividale del Friuli, Milano (16), Modena, Parma, Reggio Emilia, Torino (2).
- **CENTRO:** Ancona, Livorno, Macerata, Roma (3), Terni.
- **SUD:** Civitanova Marche, Molfetta, Montescaglioso, Napoli (2).
- **ESTERO:** Miami

Sede operativa:

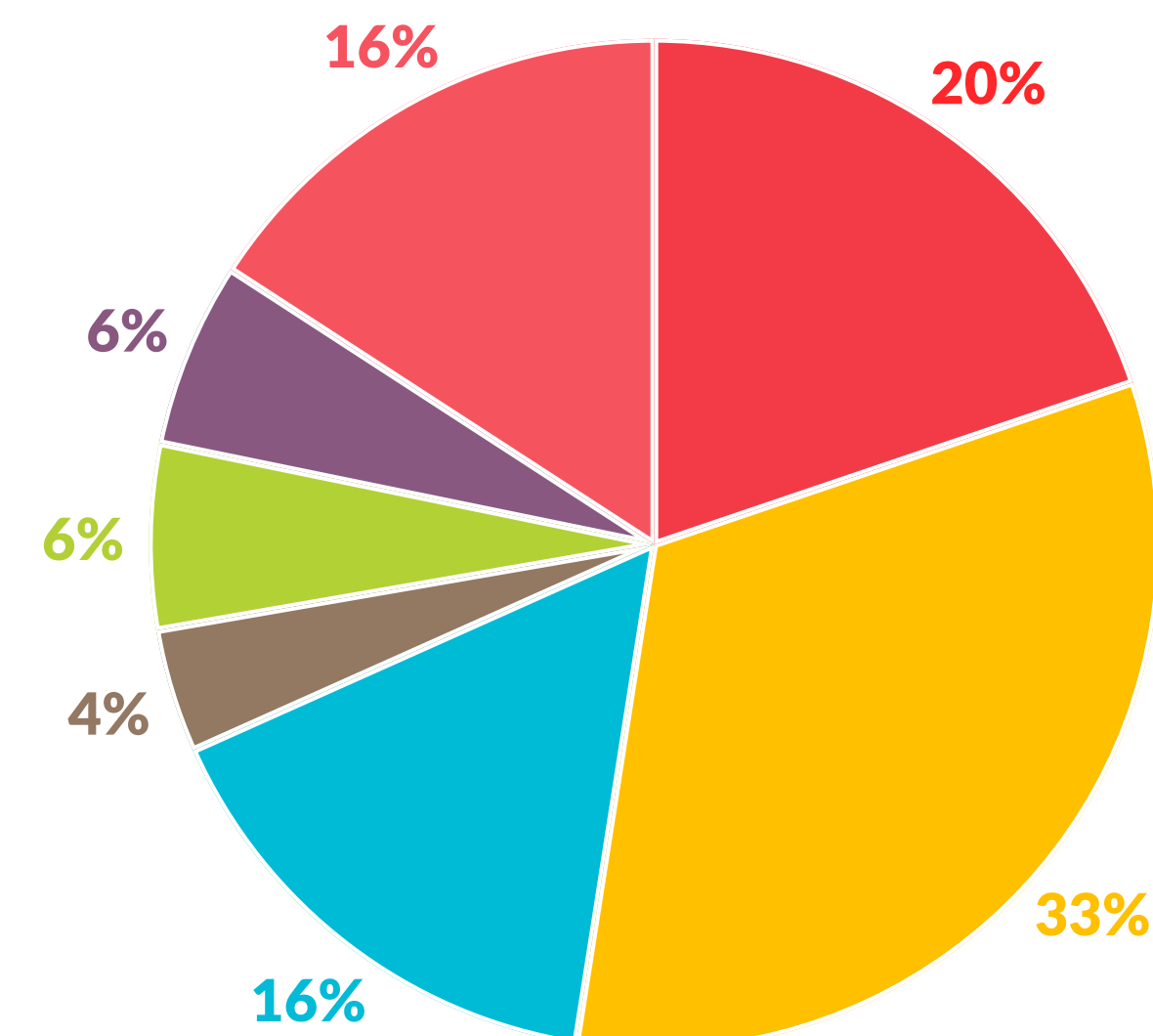
- **NORD:** Alba, Bergamo, Bologna (2), Brescia, Cherasco, Cividale del Friuli, Milano (18), Moena, Parma, Pavia, Reggio Emilia, Torino (3), Vanzone con San Carlo.
- **CENTRO:** Ancona, Arezzo, Fiesole, Macerata, Roma (3), San Benedetto del Tronto, Terni.
- **SUD:** Giffoni Valle Piana, Molfetta, Napoli.
- **ESTERO:** Berlino, Londra (2), Miami, New York.



Demografia delle piattaforme di crowdfunding italiane

Complessivamente, fra le piattaforme intervistate si contano **81 fondatori**, con una media di **4,2 fondatori per piattaforma**, un minimo di 2 e un massimo di 8 fondatori.

La maggior parte (il 53%) delle piattaforme conta 2 o 3 fondatori, il 20% ne conta 4 o 5, il 12% ne conta 6 o 7. Infine, per 8 piattaforme (pari al 16%) il numero dei fondatori è pari a 8.



2 fondatori > 10

5 fondatori > 2

8 fondatori > 8

3 fondatori > 17

6 fondatori > 3

7 fondatori > 3

4 fondatori > 8

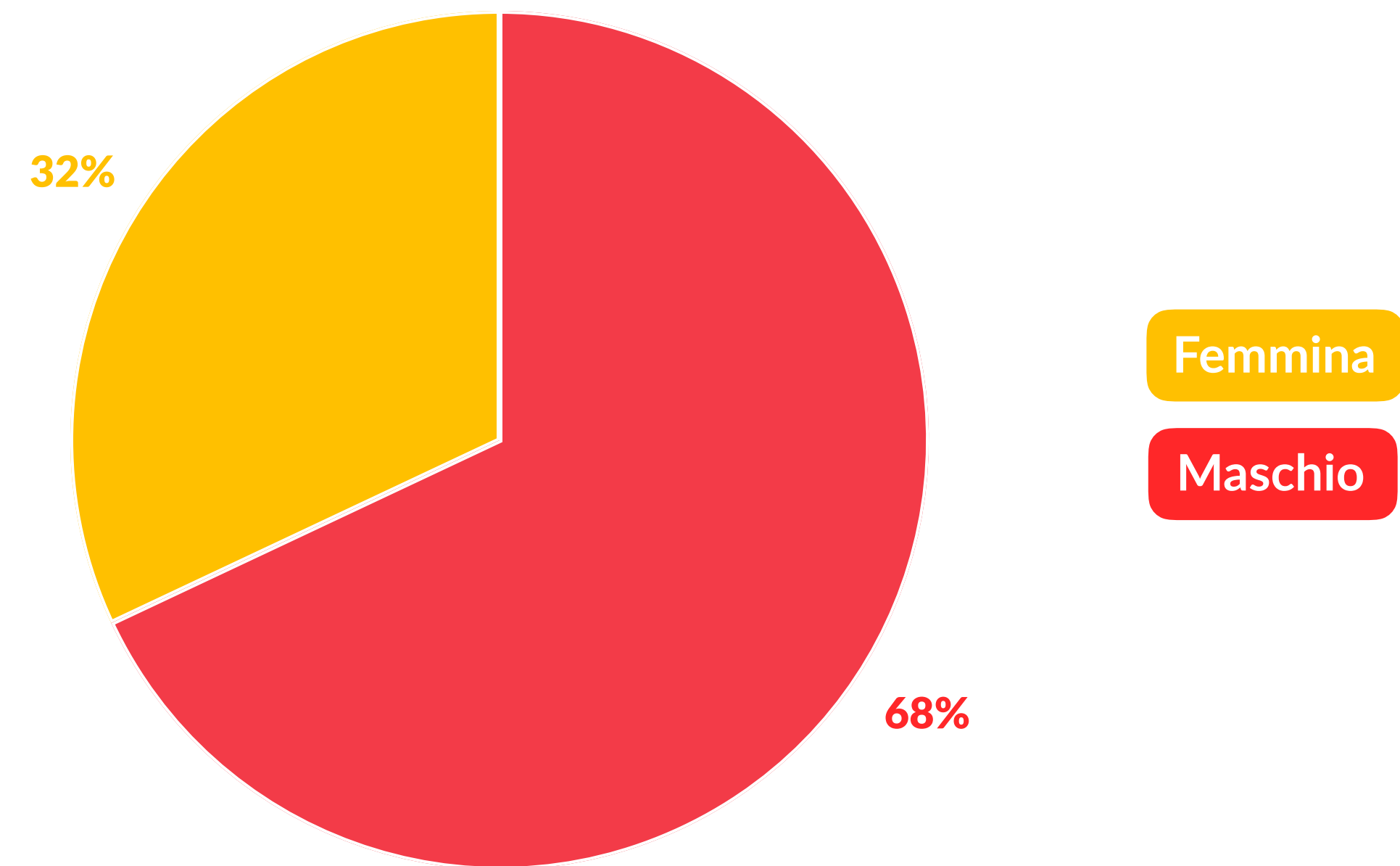
Totale fondatori > 51

Distribuzione delle piattaforme per numero di fondatori

I fondatori

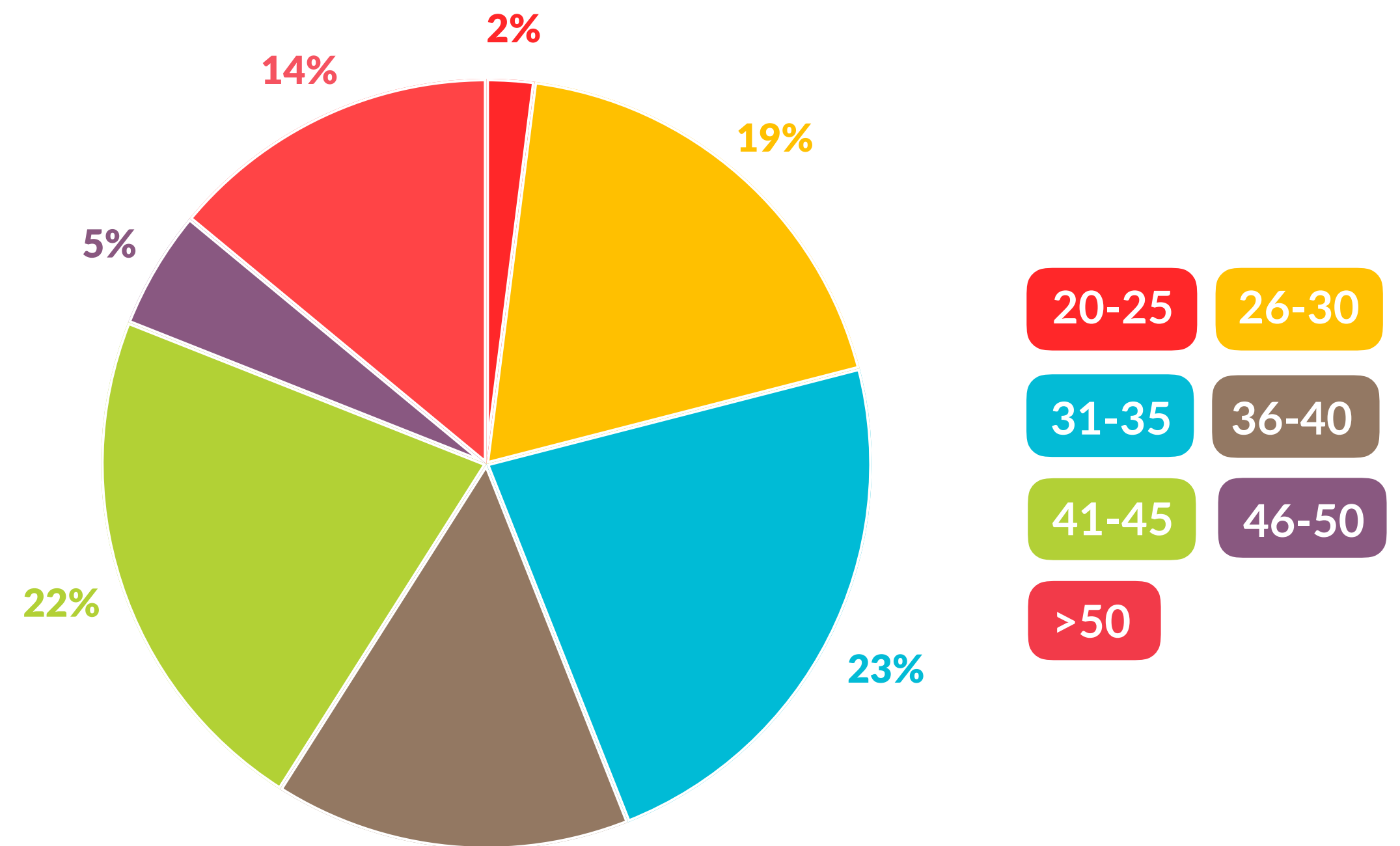
Gli imprenditori di questo settore sono prevalentemente **uomini, sotto i 40 anni**, laureati, con una formazione in ambito economico o ingegneristico.

In particolare, fra i fondatori delle piattaforme di crowdfunding, circa 2 su 3 sono uomini, mentre **le donne rappresentano il 32%**.



Distribuzione percentuale dei fondatori per sesso

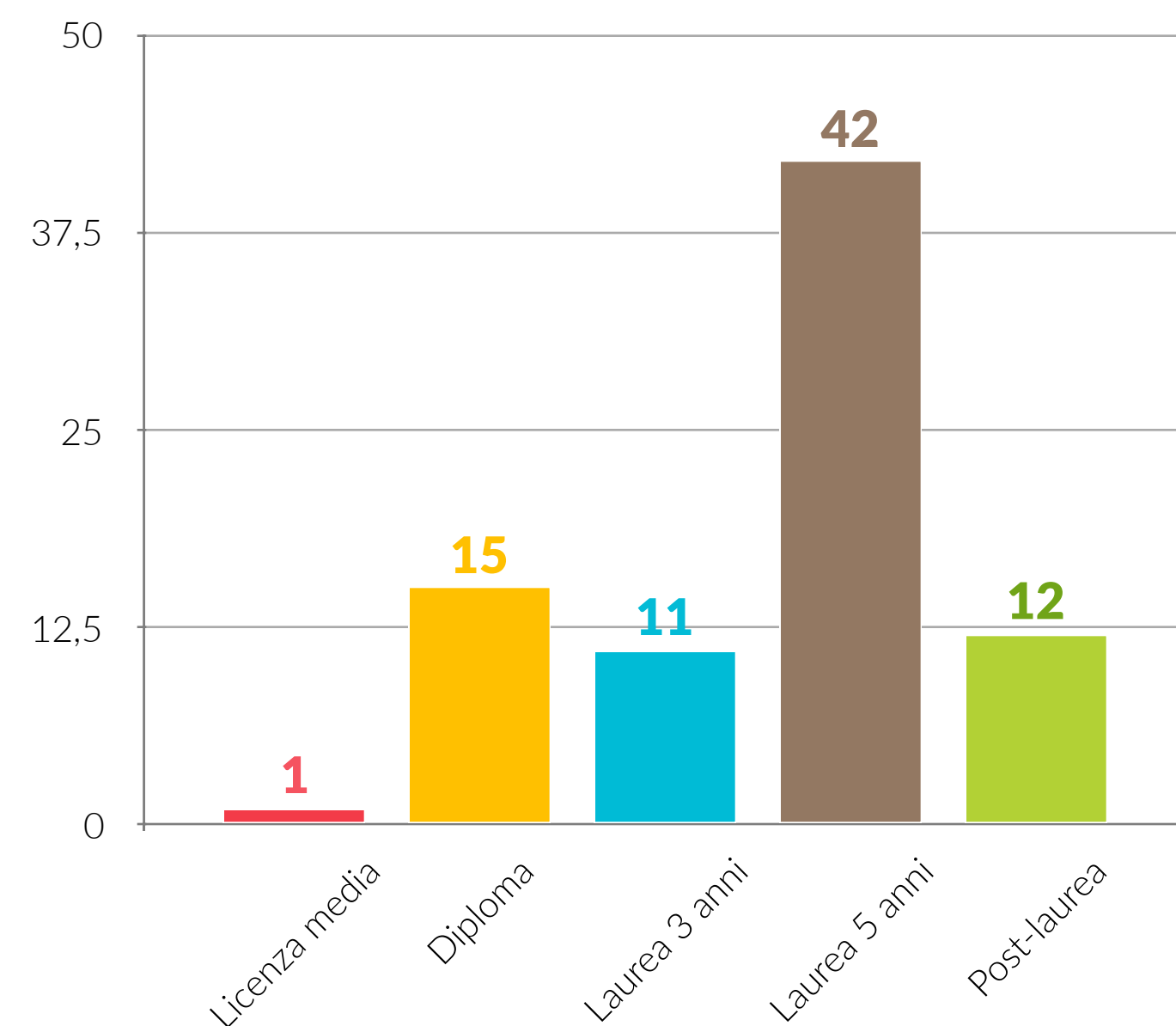
I fondatori delle piattaforme di crowdfunding **hanno in media 38,5 anni**. In particolare, il 21% dei fondatori ha un'età compresa tra i 20 e i 30 anni, il 38% tra i 31 e i 40 anni, il 27% tra i 41 e i 50 anni e il 14% supera i 50 anni.



Distribuzione percentuale dei fondatori per età

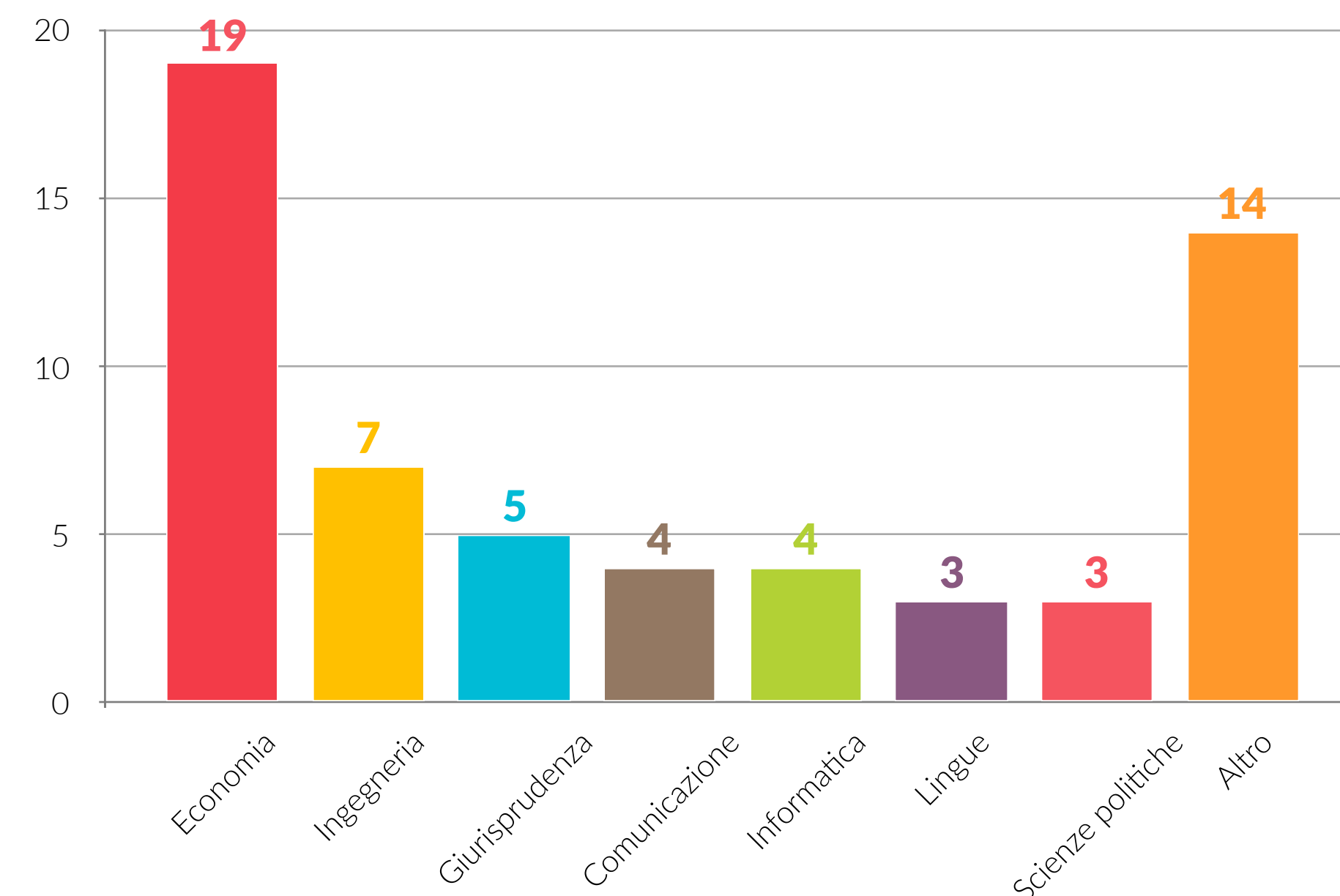
I fondatori

Fra gli imprenditori del crowdfunding si registra un **titolo di studio elevato**. La maggior parte (**81%**) è **almeno laureato**: il 14% è in possesso di una laurea triennale, il 52% di una laurea specialistica e il 15% di un titolo post-laurea. I diplomati rappresentano invece il 19%.



Distribuzione percentuale dei fondatori per titolo di studio

Tra i fondatori prevale una **formazione nell'ambito dell'economia** (32%) o dell'ingegneria (12%). L'8% dei fondatori si è formato in ambito giuridico, il 7% in ambito comunicativo e il 7% in ambito informatico. Percentuali più basse si registrano per la formazione legata alle lingue (5%) o alle scienze politiche (5%).

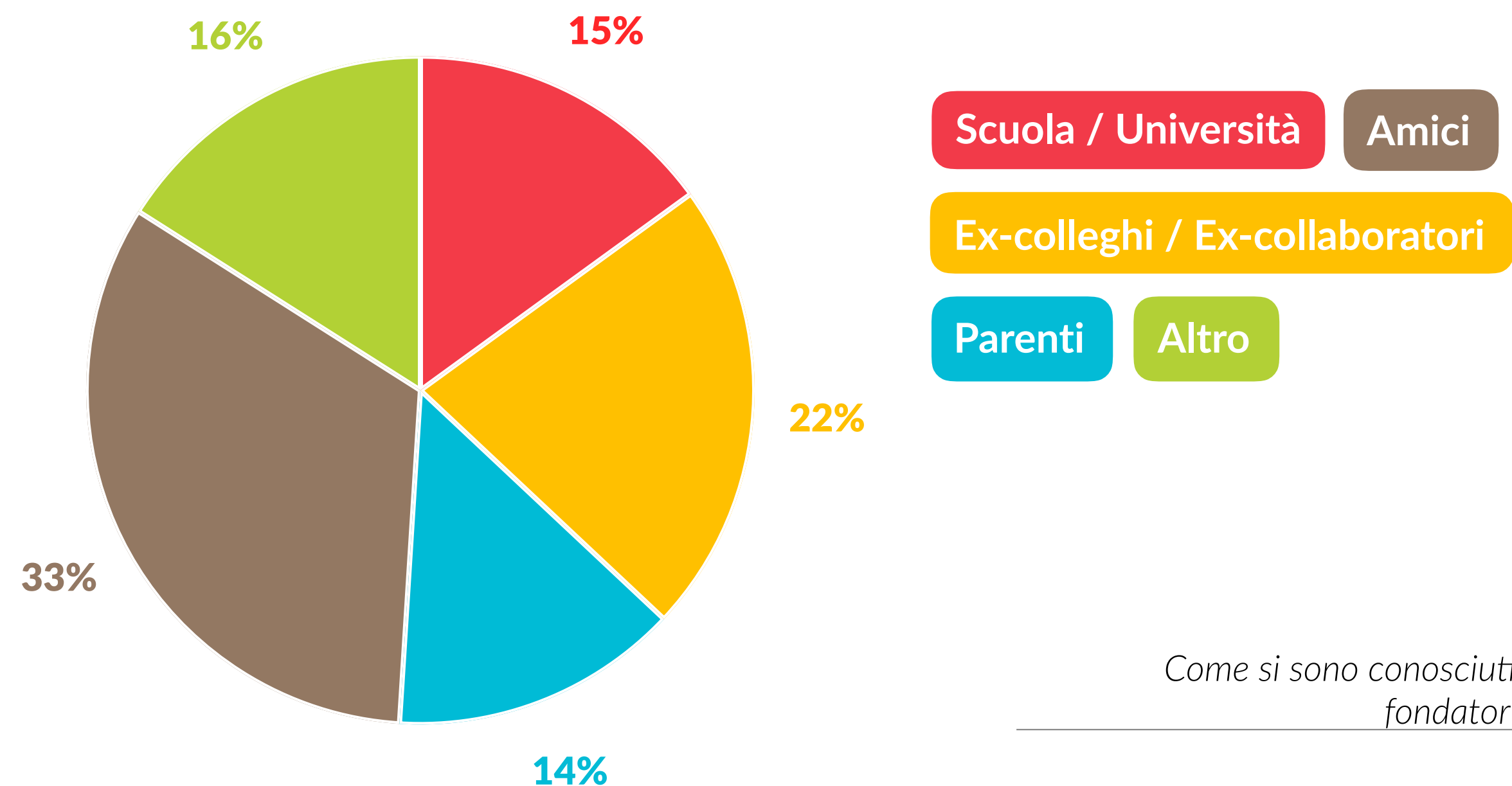


Distribuzione percentuale dei fondatori per formazione

I fondatori

Per molti fondatori **non si tratta della prima esperienza lavorativa**: nel 90% dei casi, infatti, essi hanno avuto la possibilità di maturare competenze in posizioni lavorative precedenti. Inoltre, il 67% dei fondatori svolge attività professionali ulteriori rispetto alla piattaforma; si tratta prevalentemente di **consulenti, manager o docenti**.

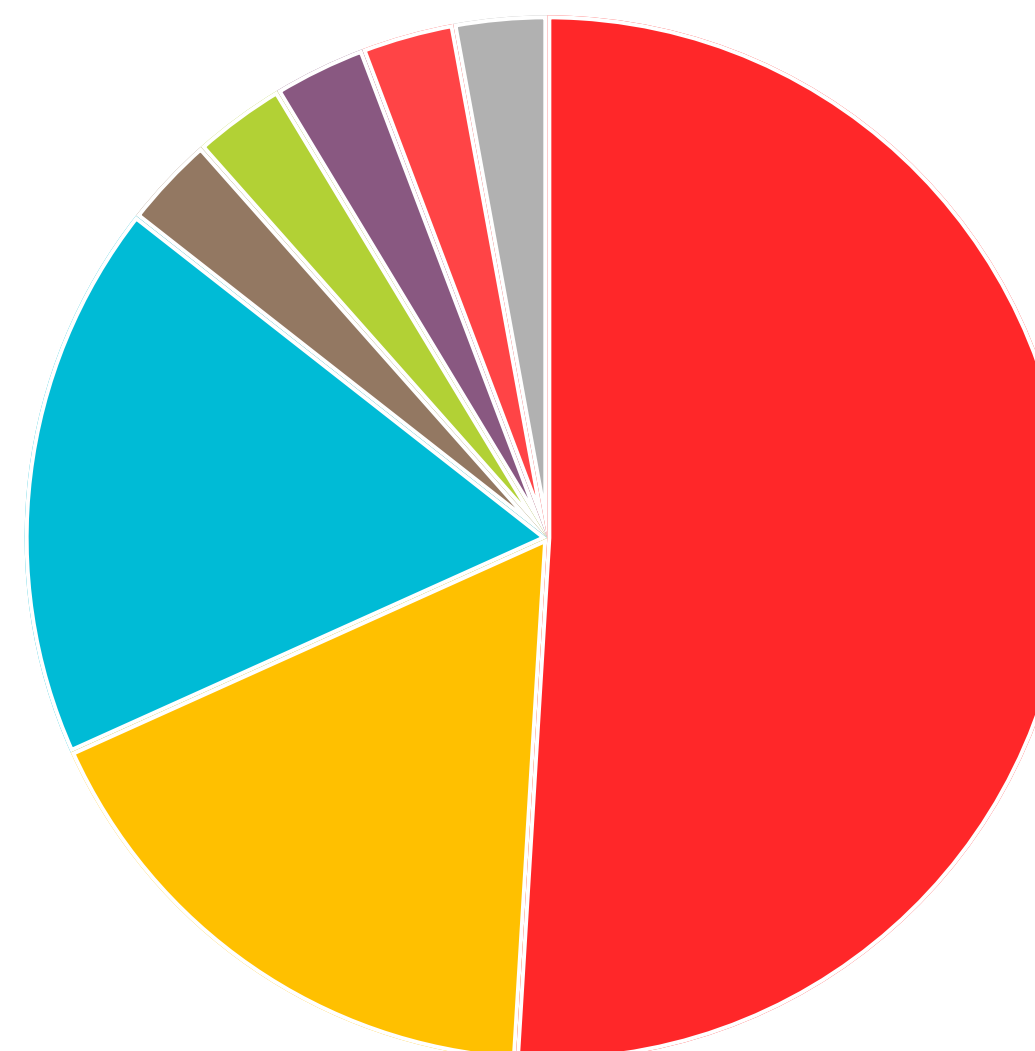
Rispetto ai motivi che hanno portato i fondatori delle piattaforme a conoscersi, emerge che nel **33% dei casi erano amici** e nel 14% parenti; nel 22% dei casi si sono conosciuti per motivi di lavoro e nel 15% per motivi di studio. **Prevalgono** dunque le **reti personali** su quelle professionali.



La forma giuridica

Tra le piattaforme intervistate, il **78% è iscritto al Registro delle Imprese**. Le 11 piattaforme non registrate sono così distribuite: 4 Donazioni, 2 In fase di lancio, 4 Ricompense, 1 Ricompense+Donazioni.

Rispetto alla forma giuridica, le modalità più diffuse tra le piattaforme di crowdfunding sono la **Società a responsabilità limitata**, che caratterizza più della metà delle piattaforme attive (21, pari al 53%), la Start up innovativa iscritta al registro (7, pari al 18%) e la Società per azioni (7, pari al 18%).



Società a responsabilità limitata: 51%

Società in nome collettivo: 3%

Startup innovativa iscritta al registro: 17%

Società in accomandita semplice: 3%

Società per azioni: 17%

Società cooperativa per azioni: 3%

Società semplice: 3%

Cooperativa: 3%

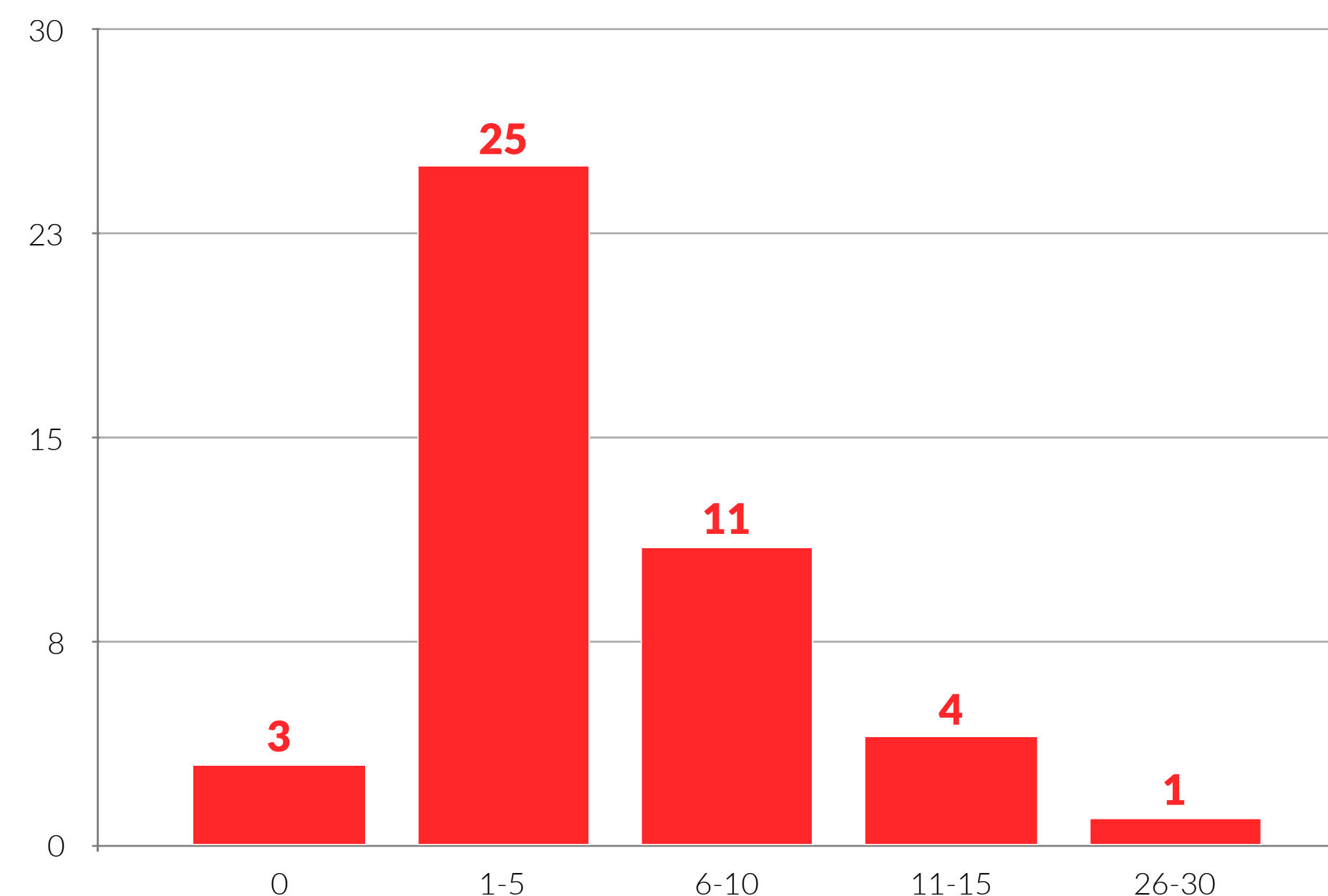
Forma giuridica

I dipendenti

Complessivamente, le piattaforme di crowdfunding italiane intervistate⁷ **danno lavoro a 249 persone**, con una media di **5,7 lavoratori per piattaforma**.

Le piattaforme che hanno **personale dipendente rappresentano il 50%**, quelle che si avvalgono di collaboratori stabili sono il 64% e il 66% ricorre a collaboratori occasionali. Mediamente, all'interno delle piattaforme lavorano 1,5 dipendenti, 2,1 collaboratori stabili e 2,1 collaboratori occasionali.

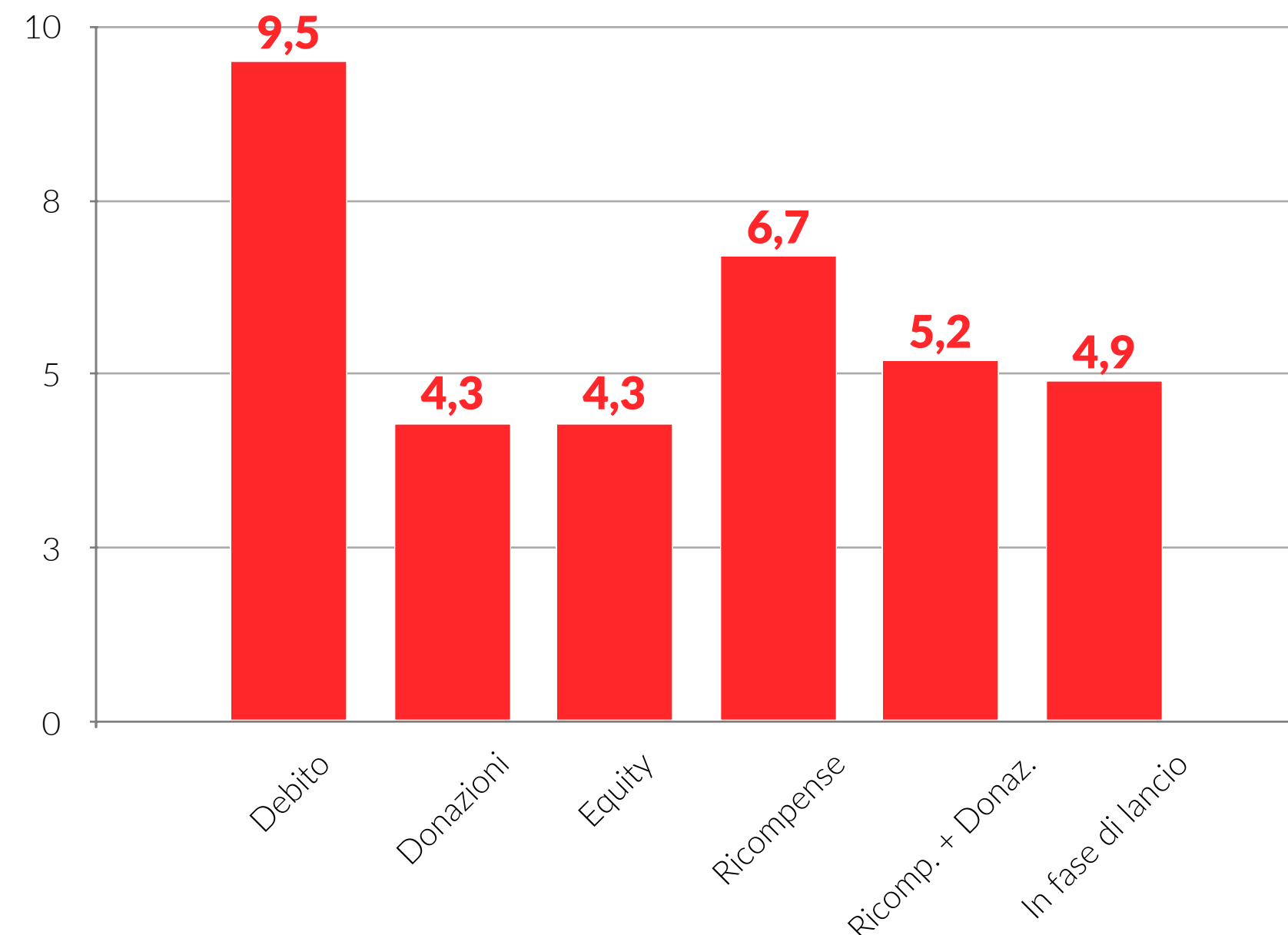
Considerando complessivamente dipendenti e collaboratori, la maggior parte delle piattaforme (il 57%) conta al suo interno un numero di lavoratori compreso tra 1 e 5, mentre il 25% conta un numero di lavoratori compreso tra 6 e 10. Le piattaforme che occupano più di 10 persone rappresentano l'11%.



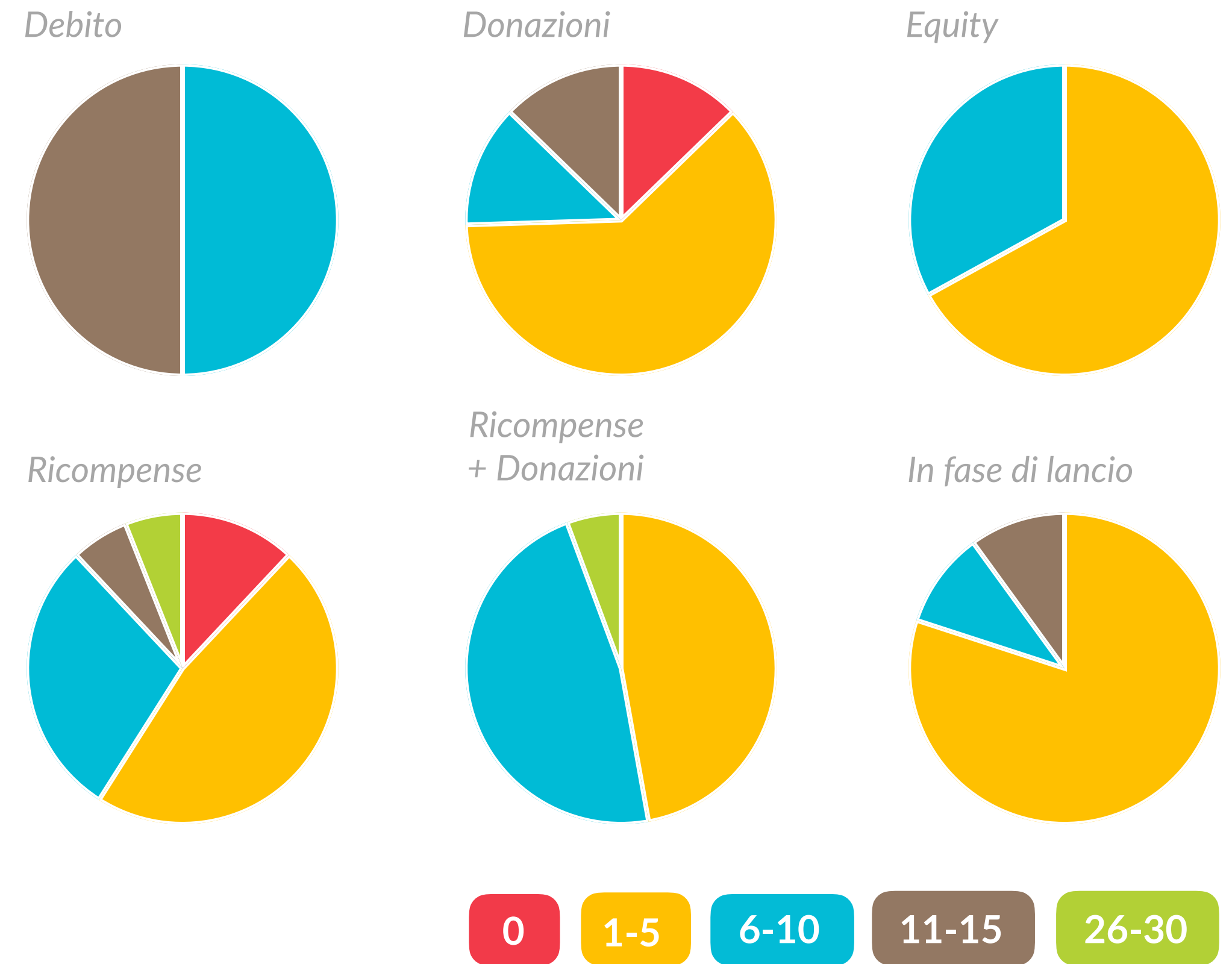
Numero di persone che lavorano alla piattaforma
(dipendenti, collaboratori stabili e collaboratori occasionali)

I dipendenti

Rispetto al modello, mediamente le piattaforme basate sul debito sono quelle che occupano il numero più alto di lavoratori (9,5), seguono le piattaforme basate sulle ricompense (6,7), quelle ibride ricompense+donazioni (5,2) e, infine, le piattaforme basate sulle donazioni (4,3) e le equity (4,3). Nelle piattaforme in fase di lancio lavorano mediamente 4,9 persone.



Numero medio complessivo di dipendenti e/o collaboratori che lavorano alla piattaforma e per modello



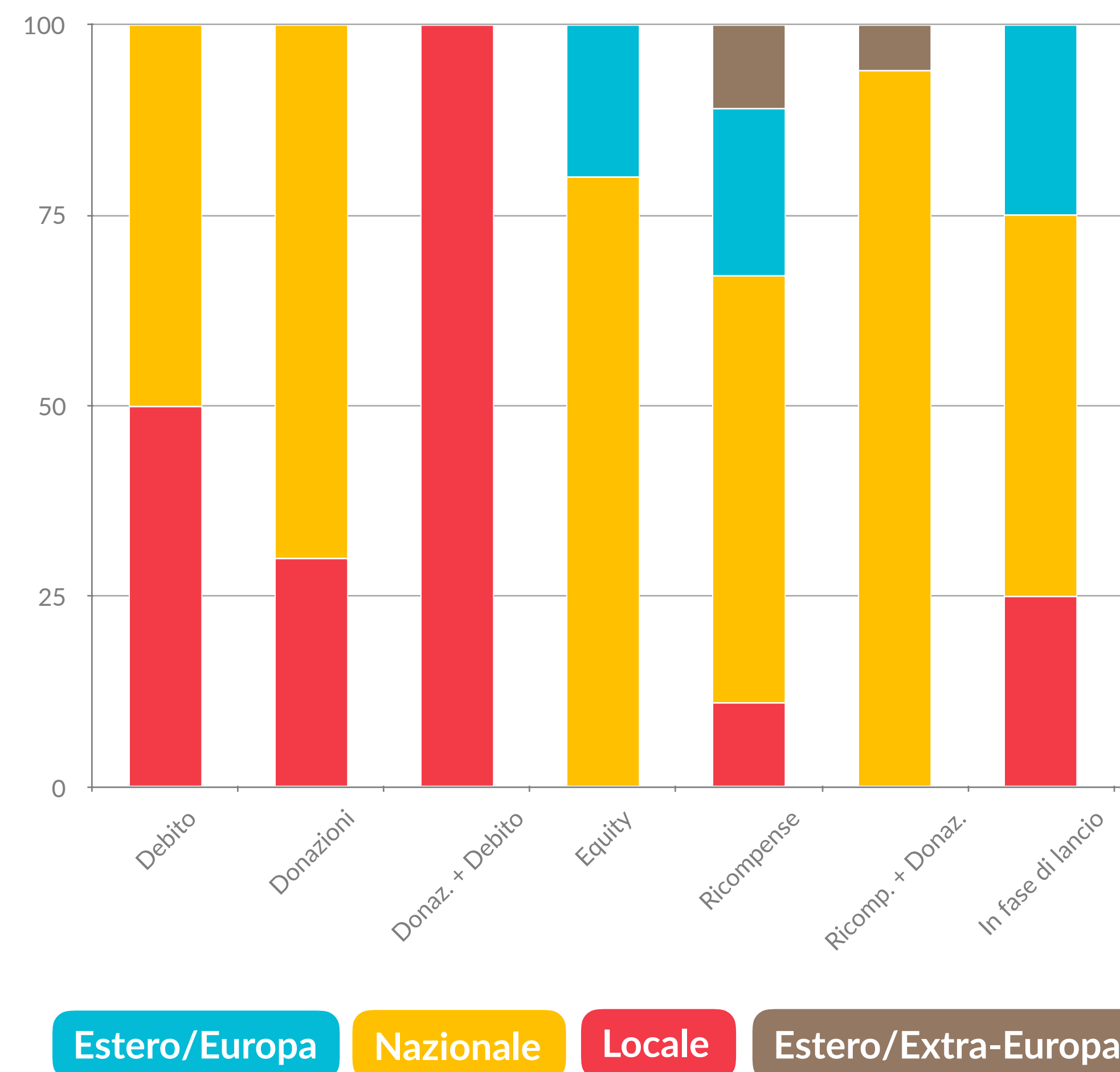
Distribuzione percentuale delle piattaforme italiane di crowdfunding intervistate per numero complessivo di dipendenti e/o collaboratori e per modello

Mercati di riferimento

Complessivamente, per circa 3 piattaforme su 4 (il **73%**) il mercato di riferimento è quello **nazionale**; il **14%** delle piattaforme si rivolge a un **mercato locale** e solo il **12%** a un **mercato estero** (europeo, 8% o extra-europeo, 4%).

Fra i modelli si notano delle differenze significative. Nello specifico, le piattaforme ibride donazioni+debito si rivolgono esclusivamente al mercato locale; le piattaforme basate sul debito e quelle sulle donazioni hanno come mercati prevalenti quello locale (rispettivamente, 50 e 30%) e quello nazionale (50 e 70%). Le piattaforme equity e quelle ibride ricompense+donazioni sono concentrate prevalentemente sul mercato nazionale (che rappresenta rispettivamente l'80 e il 94% del loro mercato di riferimento). Le piattaforme basate sulle ricompense si rivolgono prevalentemente al mercato nazionale (56%) ed europeo (22%). Fra le piattaforme basate sulle ricompense si registra la percentuale più alta (11%) di mercati extra-europei. Infine, fra le piattaforme in fase di lancio, 1 su 2 punta al mercato nazionale, il 25% si rivolge al mercato locale e il 25% al mercato europeo.

Distribuzione percentuale delle piattaforme intervistate per principale mercato di riferimento



Pubblico di riferimento

I dati raccolti mostrano che le piattaforme di crowdfunding non si rivolgono esclusivamente a un tipo di pubblico. Nello specifico, la maggior parte delle piattaforme (l'**82%**) si rivolge a **privati**, ma è alta anche la percentuale di quelle che si rivolgono ad **associazioni (74%)**, superiore rispetto alle **aziende (67%)**; la quota di piattaforme che si rivolge alla **Pubblica Amministrazione** è del **49%**.

Rispetto al modello, si nota che le percentuali di piattaforme che si rivolgono alle persone sono particolarmente elevate tra le piattaforme ricompense+donazioni, tra quelle basate sulle ricompense e quelle basate sul debito. Le piattaforme donazioni+debito si rivolgono esclusivamente ad aziende; a rivolgersi alle associazioni sono soprattutto le piattaforme ibride ricompense+donazioni e quelle basate sulle donazioni. La Pubblica Amministrazione risulta essere il target di molte piattaforme ibride ricompense+donazioni.

Modello	Persone	Aziende	Associazioni	Pubblica amministrazione	Altro
Debito	100%	50%	50%	50%	0%
Donazioni	70%	50%	90%	50%	20%
Donazioni + Debito	0%	100%	0%	0%	0%
Equity	80%	100%	20%	0%	20%
Ricompense	88%	76%	82%	59%	6%
Ricompense + Donazioni	100%	25%	100%	75%	0%
Totale	82%	67%	74%	49%	8%

A chi vi rivolgete? (piattaforme attive, valori percentuali)

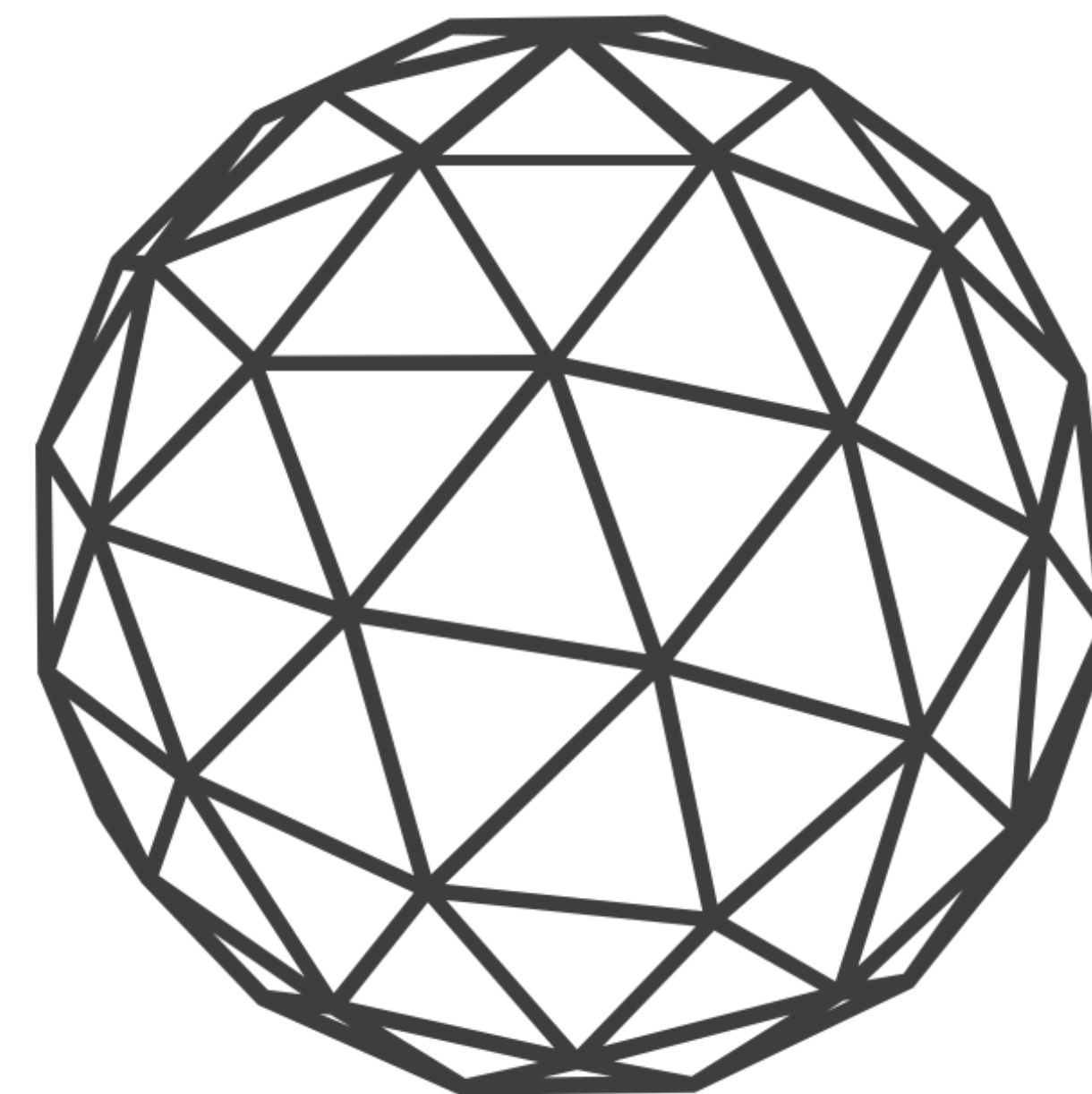
Competitor e reti di collaborazione

Rispetto ai competitor, le piattaforme intervistate indicano prevalentemente altre piattaforme che si rivolgono al mercato nazionale, anche se **cresce la percezione del confronto diretto con i competitor internazionali**.

La mappatura ha cercato di indagare anche se esistono e di quale natura sono i network delle piattaforme di crowdfunding. In particolare, ci si è concentrati sugli eventuali accordi, formali o informali, stretti tra piattaforme o con altre organizzazioni e si è cercato di comprendere quale fosse lo scopo di queste relazioni.

Ne è emerso che **il 43% delle piattaforme ha stretto accordi di collaborazione con altre organizzazioni**, prevalentemente per gestire lo sviluppo o gli aspetti tecnici della piattaforma (per esempio, quelli legati ai sistemi di pagamento).

Ad avere una rete di relazioni informali è il 22% delle piattaforme, che **collabora prevalentemente con gli stakeholder locali** per promuovere la conoscenza delle campagne e delle piattaforme stesse.



I numeri del crowdfunding italiano: modelli e campagne

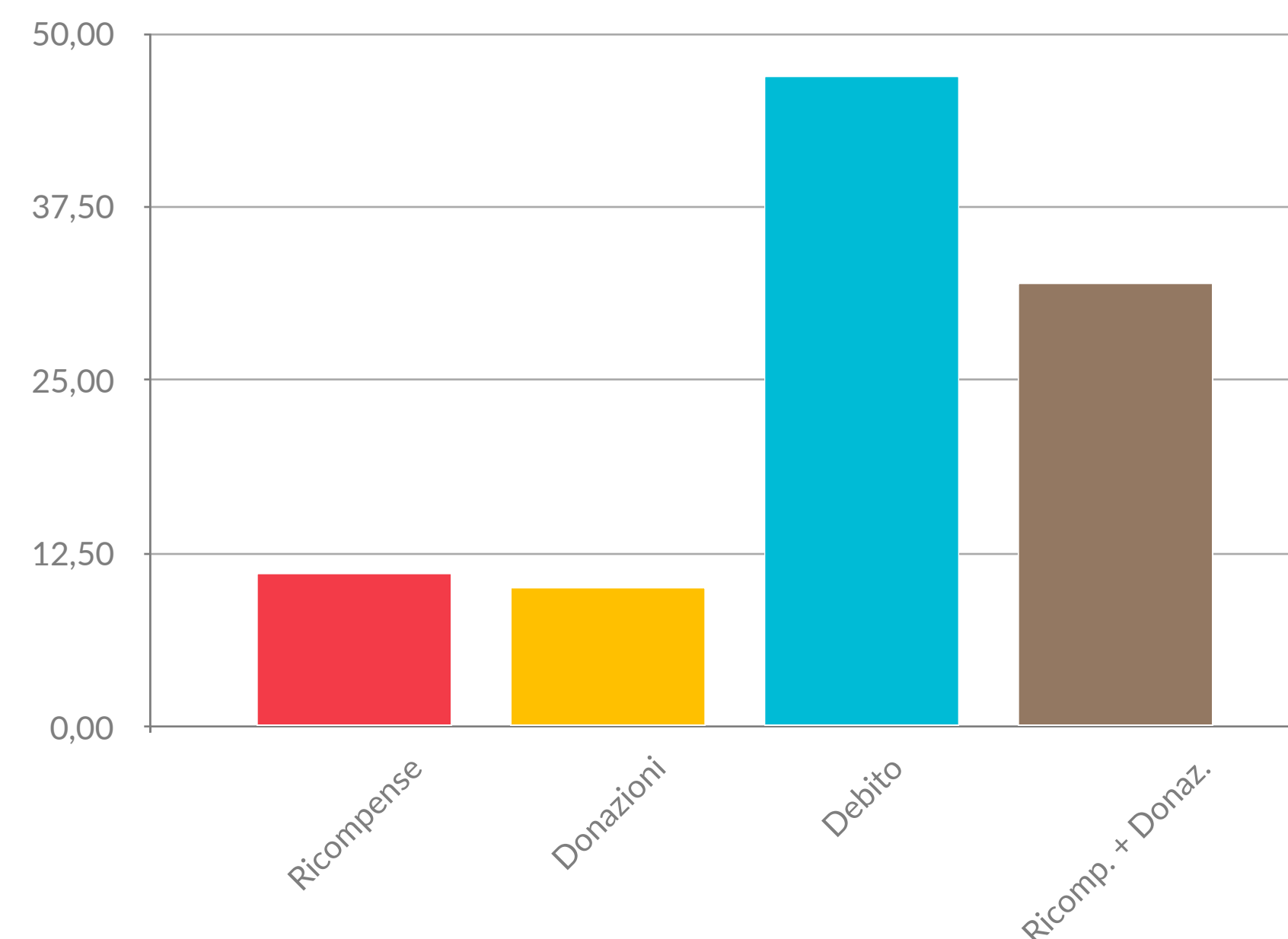
Rispetto al modello⁸, fra le piattaforme attive, **hanno partecipato all'indagine 18 piattaforme basate sulle ricompense su 31** (il 58%), **10 basate sulle donazioni su 13** (il 77%), **5 equity su 13** (il 38%), **2 basate sul debito su 3** (il 67%), **4 ibride ricompense+donazioni su 8** (50%) e l'unica piattaforma ibrida donazioni+debito mappata.

Fra le piattaforme intervistate, **4 hanno realizzato progetti "do it yourself"** (su piattaforma dedicata, brandizzata dal cliente), pubblicandone complessivamente **75**.

I **progetti ricevuti** dalle piattaforme intervistate dal momento del loro lancio sono in totale **100.924**, così distribuiti: il 67% è stato ricevuto dalle piattaforme basate sul modello di debito, il 23% da quelle basate sulle ricompense, il 7% dalle piattaforme ibride ricompense+donazioni e il 3% dalle piattaforme basate sulle donazioni.

Rispetto ai dati rilevati a maggio 2014, quando il numero dei progetti ricevuti era pari a 48.357, **si registra un aumento del 108%**.

Il 73% delle piattaforme intervistate compie una selezione dei progetti da pubblicare. Complessivamente, i **progetti pubblicati sono 21.384** (il 21% di quelli ricevuti): di questi, il 47% sono basati sul debito, il 32% sul modello ibrido ricompense+donazioni, l'11% sul modello delle ricompense e il 10% sul modello delle donazioni.



Fatto 100 il numero di campagne pubblicate, quante sono basate su...

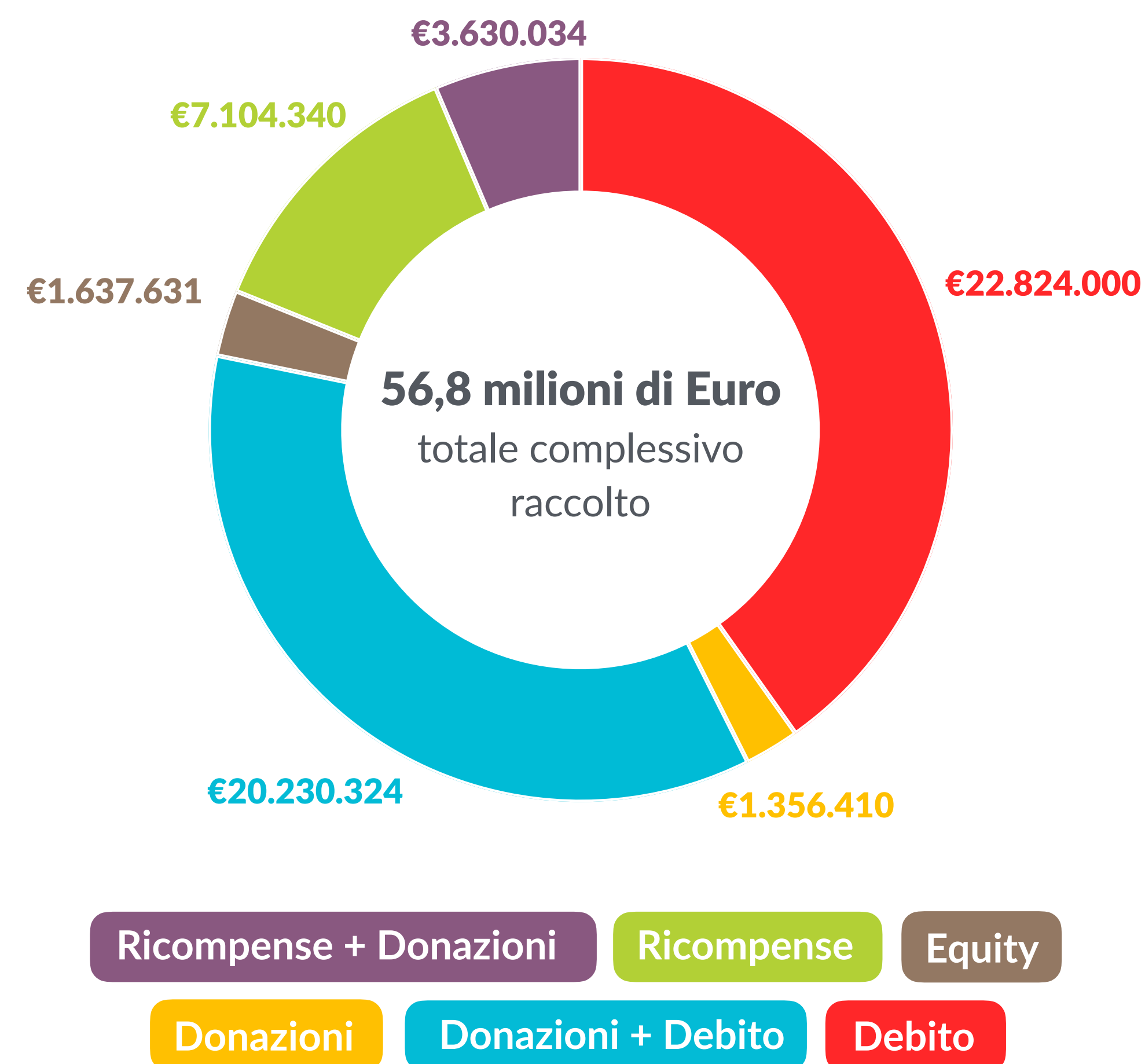
Il valore del crowdfunding

In questo caso, il confronto con i dati relativi all'ultima mappatura di maggio 2014, dove i progetti pubblicati erano 12.809, mostra un aumento del 67%. Si può dedurre un aumento dell'interesse verso il crowdfunding, a cui non corrisponde adeguata capacità progettuale.

Il tasso di successo è pari mediamente al 30% (nel 2014 era del 37%); nello specifico, il valore più alto si registra tra le piattaforme basate sulle ricompense (49%), seguono quelle basate sul debito (43%), le equity (33%), le piattaforme basate sulle donazioni (12%) e quelle ibride ricompense + donazioni (10%).

Il valore complessivo dei progetti finanziati attraverso le piattaforme intervistate è pari a quasi 56,8 milioni di euro, con un aumento dell'85% rispetto ai 30,6 milioni di euro rilevati a maggio 2014.

Al raggiungimento di questa somma concorrono per il 40% le piattaforme basate sul debito (una, in particolare, rappresenta da sola il 35% del valore totale), per il 36% l'unica piattaforma intervistata basata su donazioni+debito, per il 13% le piattaforme basate sulle ricompense, per il 6% quelle ibride ricompense+donazioni, per il 3% le piattaforme equity e per il 2% quelle basate sulle donazioni.



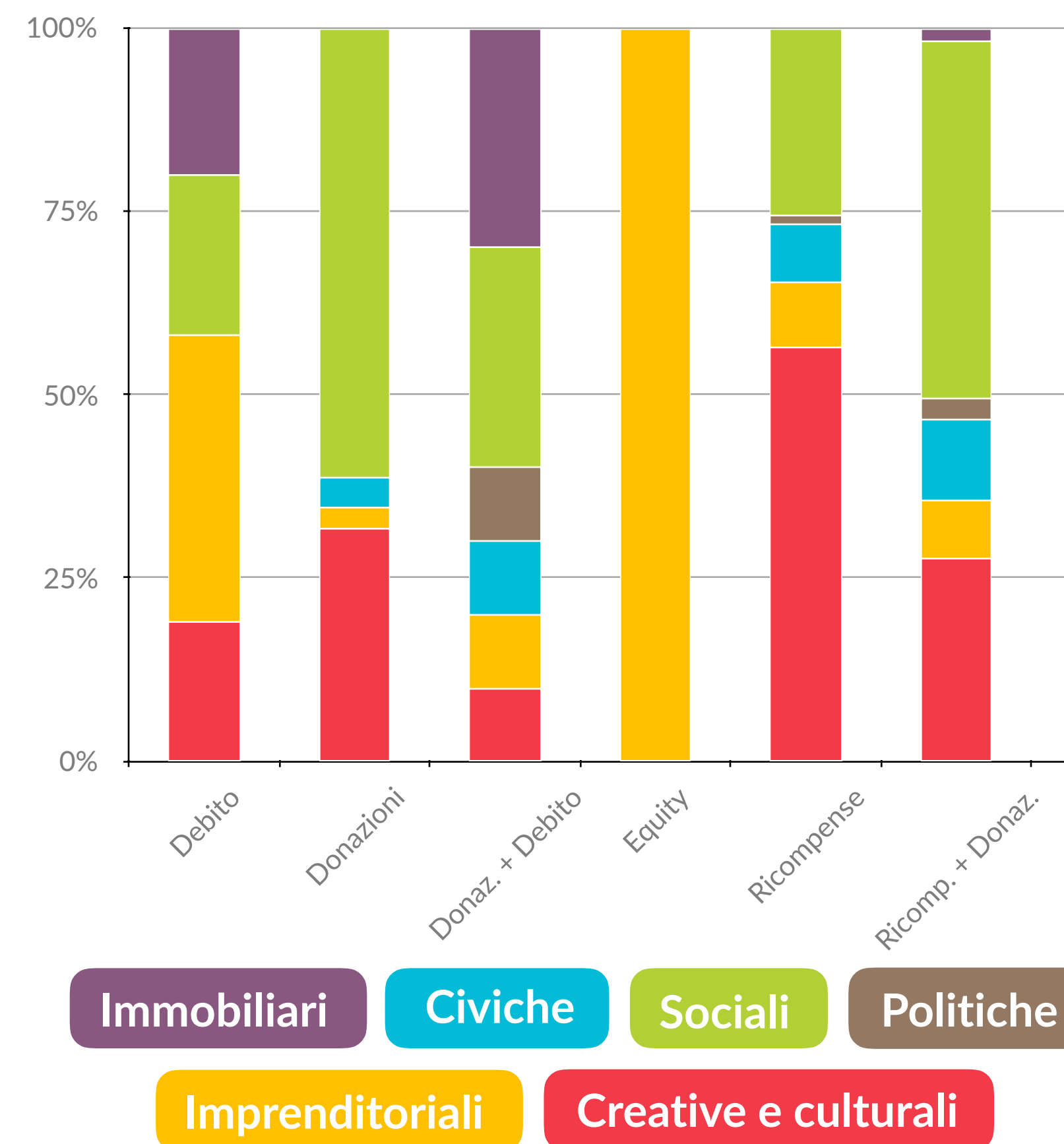
Valore complessivo delle
piattaforme intervistate per
modello

Tipologia di campagne

Per quanto riguarda il tipo di campagne pubblicate sulle piattaforme, mediamente si tratta per il **37% di campagne creative e culturali**, per il **34% di campagne sociali**, per il **20% di campagne imprenditoriali**. In percentuali minori vengono pubblicate campagne civiche, immobiliari e politiche.

Relativamente al modello, le piattaforme basate sulle donazioni e quelle ibride ricompense+donazioni hanno pubblicato prevalentemente campagne di tipo sociale (rispettivamente, 62 e 49%), seguite da quelle creativo-culturali (32 e 28%). Sulle piattaforme basate sulle ricompense prevalgono i progetti pubblicati di tipo creativo-culturale (57%) e di tipo sociale (26%).

Le piattaforme donazioni+debito hanno pubblicato prevalentemente progetti sociali (30%) e immobiliari (30%). Le piattaforme equity hanno proposto esclusivamente progetti di tipo imprenditoriale. Sulle piattaforme basate sul debito sono stati pubblicati progetti molto vari; si tratta di campagne di tipo imprenditoriale (39%), ma anche sociale (22%), immobiliare (20%) e creativo-culturale (19%).



Fatto 100 il numero di campagne pubblicate sulla vostra piattaforma, quante sono (valori % medi)⁹

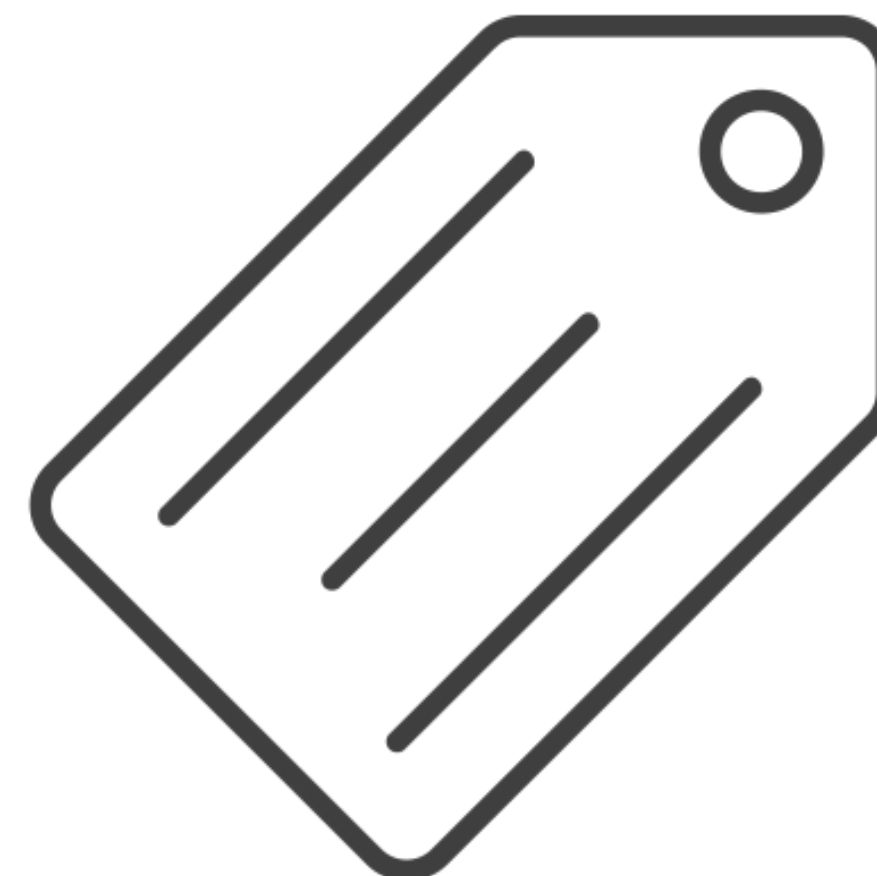
Tipologia di campagne

È stato chiesto inoltre alle piattaforme (sia attive che in fase di lancio) di **fare una previsione rispetto alle campagne che immaginano di promuovere nel 2016**. Il confronto con quelle pubblicate finora mostra un aumento previsto delle campagne imprenditoriali (dal 20 al 26%), civiche (dal 6 al 9%) e immobiliari (dal 2 al 5%) e una diminuzione dei progetti di tipo creativo e culturale (dal 37 al 34%) e sociale (dal 34 al 27%):

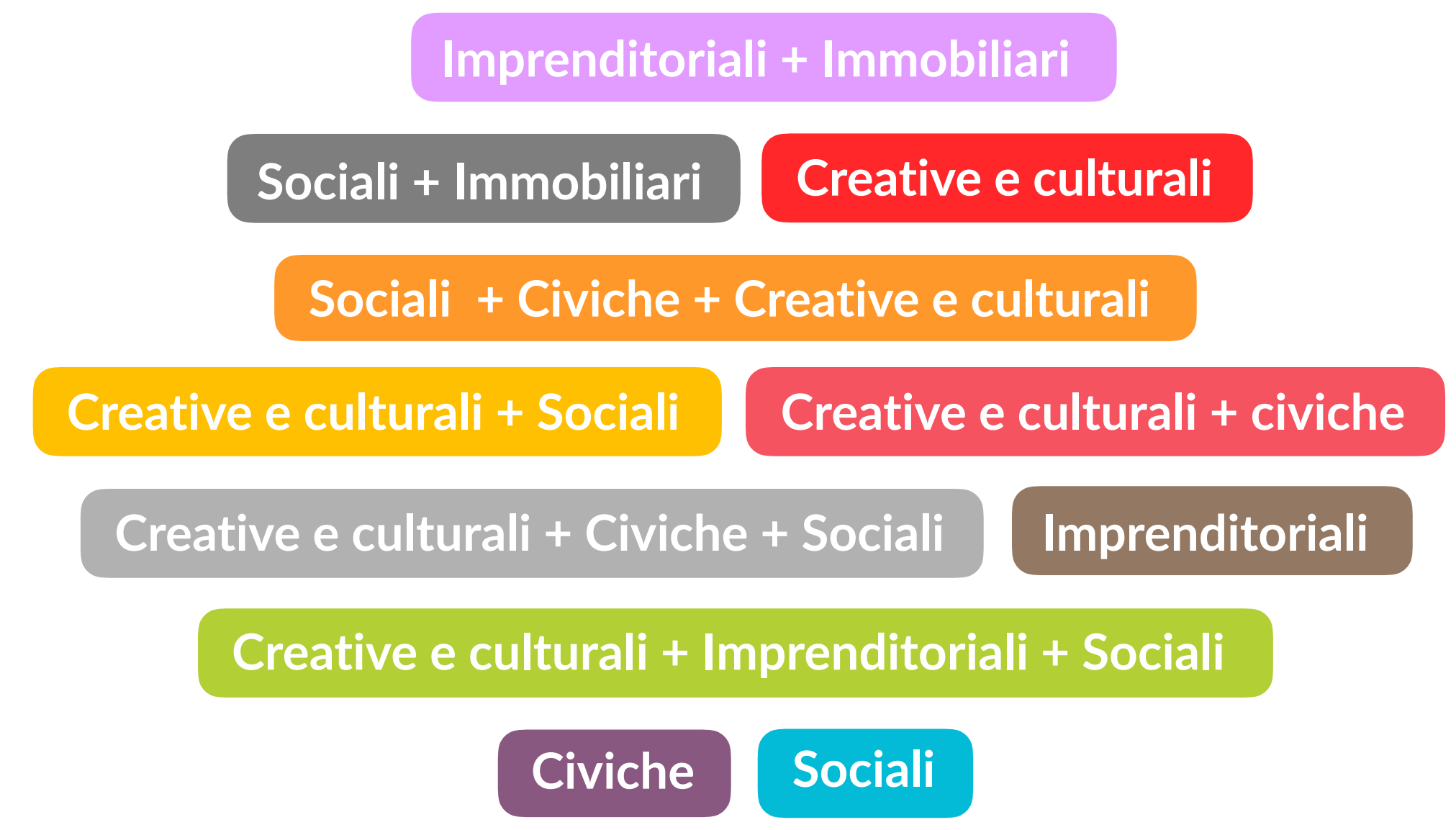
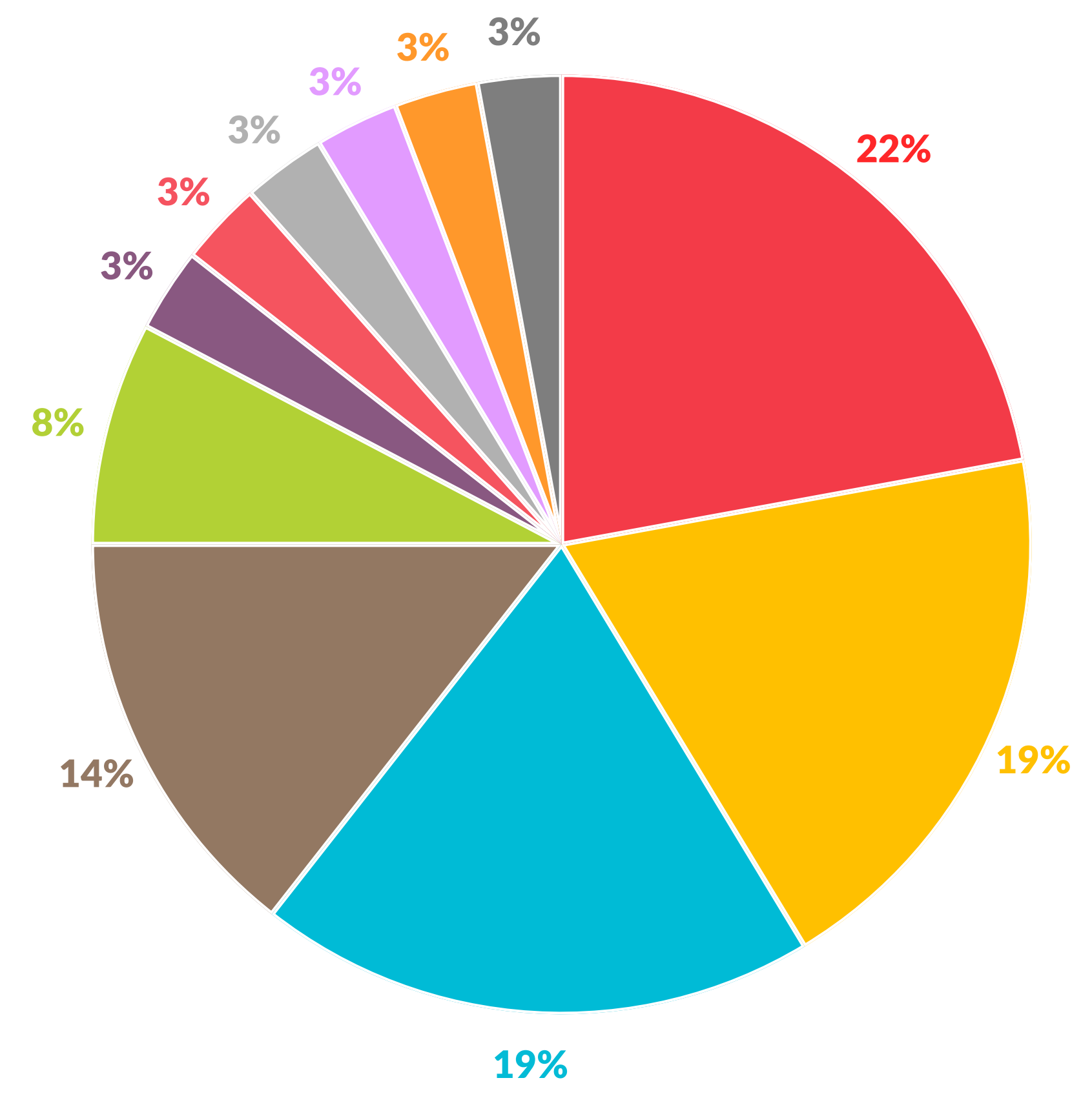
A partire dalle risposte date al questionario, è **possibile costruire una classificazione delle piattaforme**, sulla base delle campagne finora pubblicate in prevalenza¹⁰.

Nello specifico, si individuano **9 piattaforme** (pari al 23% del totale delle piattaforme attive) che **hanno pubblicato prevalentemente campagne creative e culturali**, **8 piattaforme** (20%) che hanno promosso per lo più **campagne di tipo sociale** e altre 8 (20%) che hanno valorizzato entrambi i tipi di campagne.

Le piattaforme che hanno puntato **prevalentemente sulla promozione di campagne imprenditoriali sono 6** (15%); sono invece 3 (8%) le piattaforme che hanno visto la coesistenza al loro interno di campagne di tipo creativo e culturale, imprenditoriale e sociale; si registra poi una piattaforma (3%) con prevalenza di campagne promosse di tipo civico. Le rimanenti 6 piattaforme hanno pubblicato ciascuna due o tre tipi di campagne diverse.



Tipologia di campagne

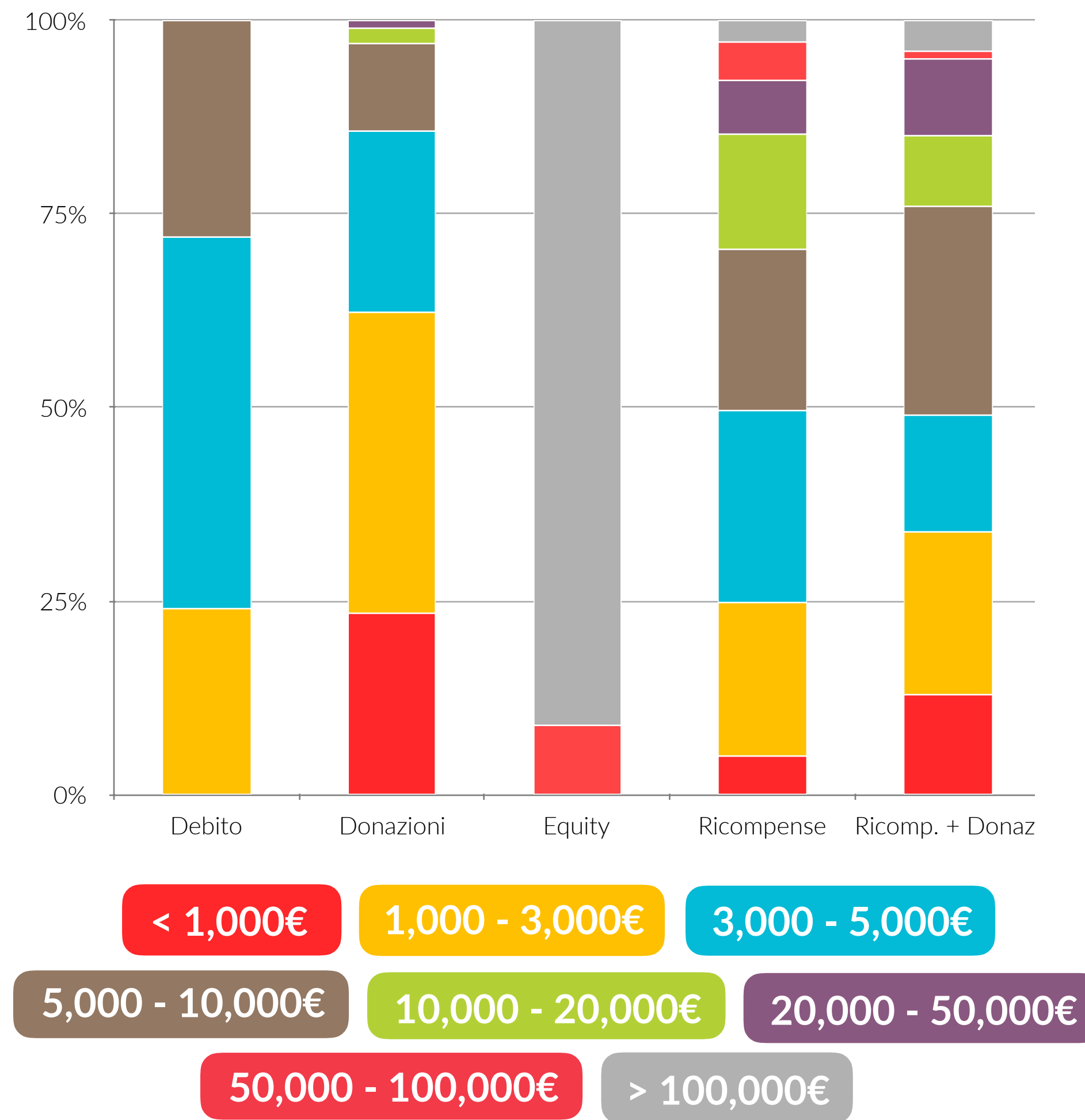


Distribuzione delle piattaforme per tipo prevalente di campagne pubblicate finora

Campagne pubblicate

Rispetto al valore economico delle campagne pubblicate, mediamente l'**81%** dei progetti si attesta tra i **1.000 e i 10.000 euro** (nello specifico, il 24% tra i 1.000 e i 3.000, il 32% tra i 3 e i 5.000 euro, il 25% tra i 5 e i 10.000). I progetti pubblicati sotto i 1.000 euro rappresentano il 7%, quelli tra i 10 e i 20.000 euro sono il 5%, quelli tra i 20 e i 50.000 euro il 4%. Le campagne sopra i 50.000 euro rappresentano il 3%. Fra le piattaforme attive, 4 (il 10%) hanno pubblicato soltanto campagne di valore superiore ai 100.000 euro.

Rispetto al modello, segnaliamo che le piattaforme equity hanno pubblicato esclusivamente campagne sopra i 50.000 euro (il 91% supera anche i 100.000) e che le piattaforme basate sulle donazioni e sulle ricompense+donazioni fanno registrare una percentuale di campagne sotto i 1.000 euro superiore alla media (rispettivamente, 23 e 13%).



Distribuzione percentuale delle campagne pubblicate sulle piattaforme per valore economico e per modello¹¹

Campagne finanziate

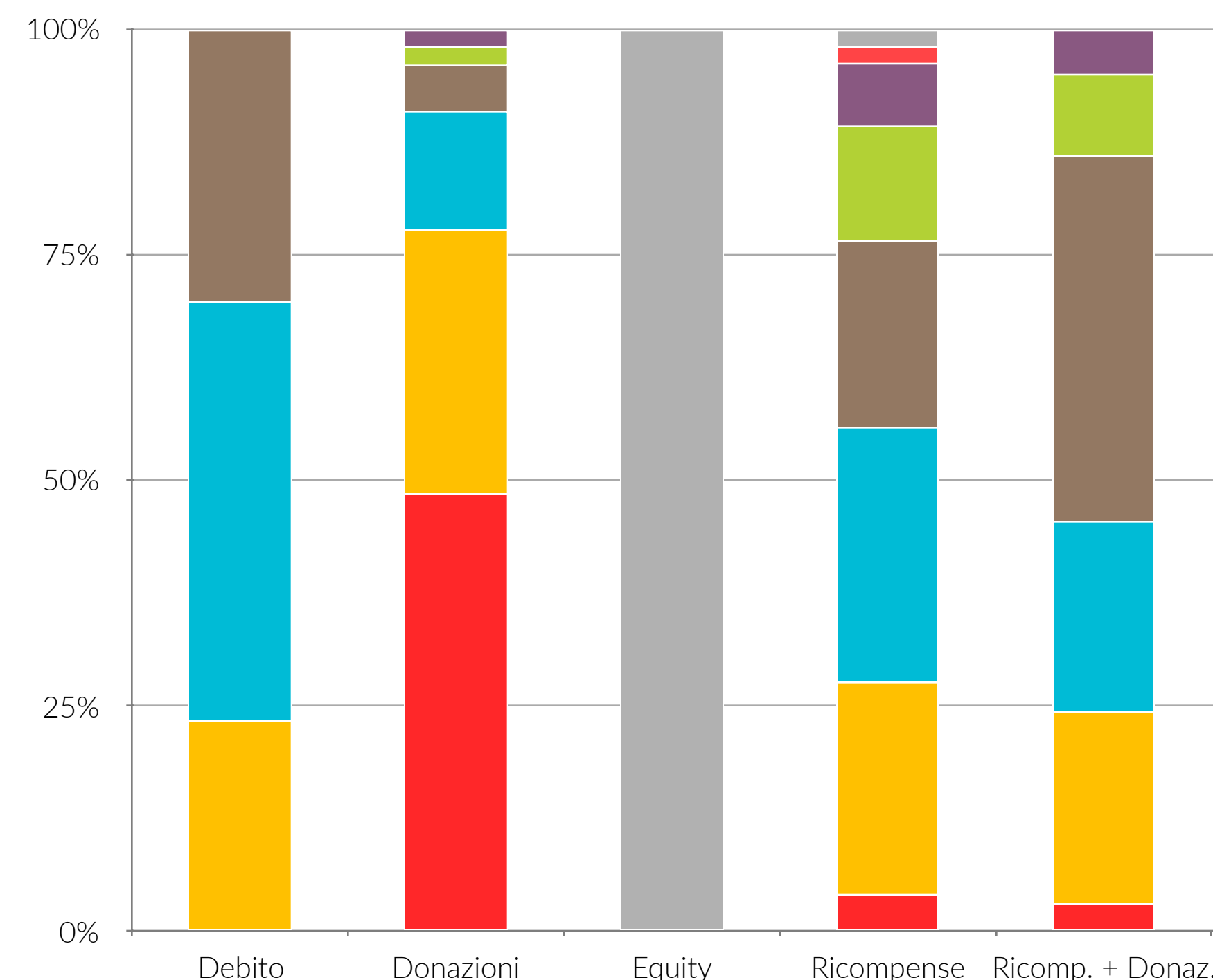
Per quanto riguarda le campagne finanziate, complessivamente il **91%** è compreso tra **i 1.000 e i 10.000 euro** (in particolare, il 23% si attesta tra i 1.000 e i 3.000 euro, il 39% tra i 3.000 e i 5.000 euro e il 29% tra i 5.000 e i 10.000 euro).

Fra le piattaforme attive, 8 (il 20%) registrano soltanto campagne finanziate sotto i 1.000 euro e 6 (il 15%) soltanto campagne finanziate sopra i 100.000 euro.

Rispetto al modello, si nota che fra le piattaforme basate sulle donazioni quasi la metà (48%) delle campagne finanziate non supera i 1.000 euro; mentre per le piattaforme basate sul debito, il 46% dei progetti finanziati è compreso tra i 3 e i 5.000 euro. Le piattaforme basate sulle ricompense fanno registrare una percentuale più alta della media (13%) di campagne finanziate tra i 10 e i 20.000 euro, mentre le piattaforme ibride ricompense+donazioni si distinguono per un'alta percentuale (40%) di progetti finanziati fra i 5 e i 10.000 euro. Le piattaforme equity hanno finanziato esclusivamente campagne sopra i 100.000 euro.

Il confronto tra progetti pubblicati e progetti finanziati mostra un valore più elevato delle campagne finanziate tra i 3 e i 10 mila euro.

Distribuzione percentuale delle campagne finanziate sulle piattaforme per valore economico e per modello¹²



< 1,000€

1,000 - 3,000€

3,000 - 5,000€

5,000 - 10,000€

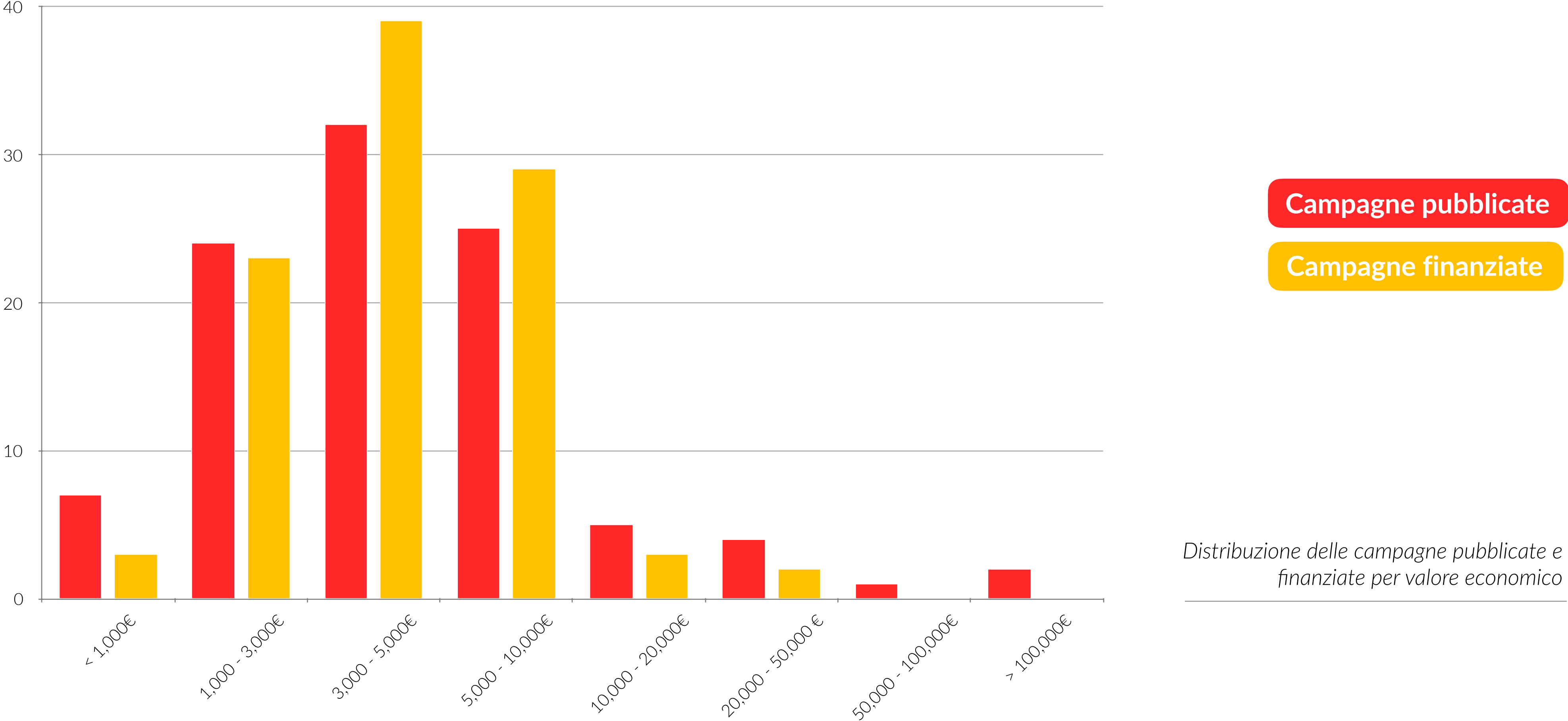
10,000 - 20,000€

20,000 - 50,000€

50,000 - 100,000€

> 100,000€

Campagne pubblicate e finanziate



Distribuzione delle campagne pubblicate e finanziate per valore economico

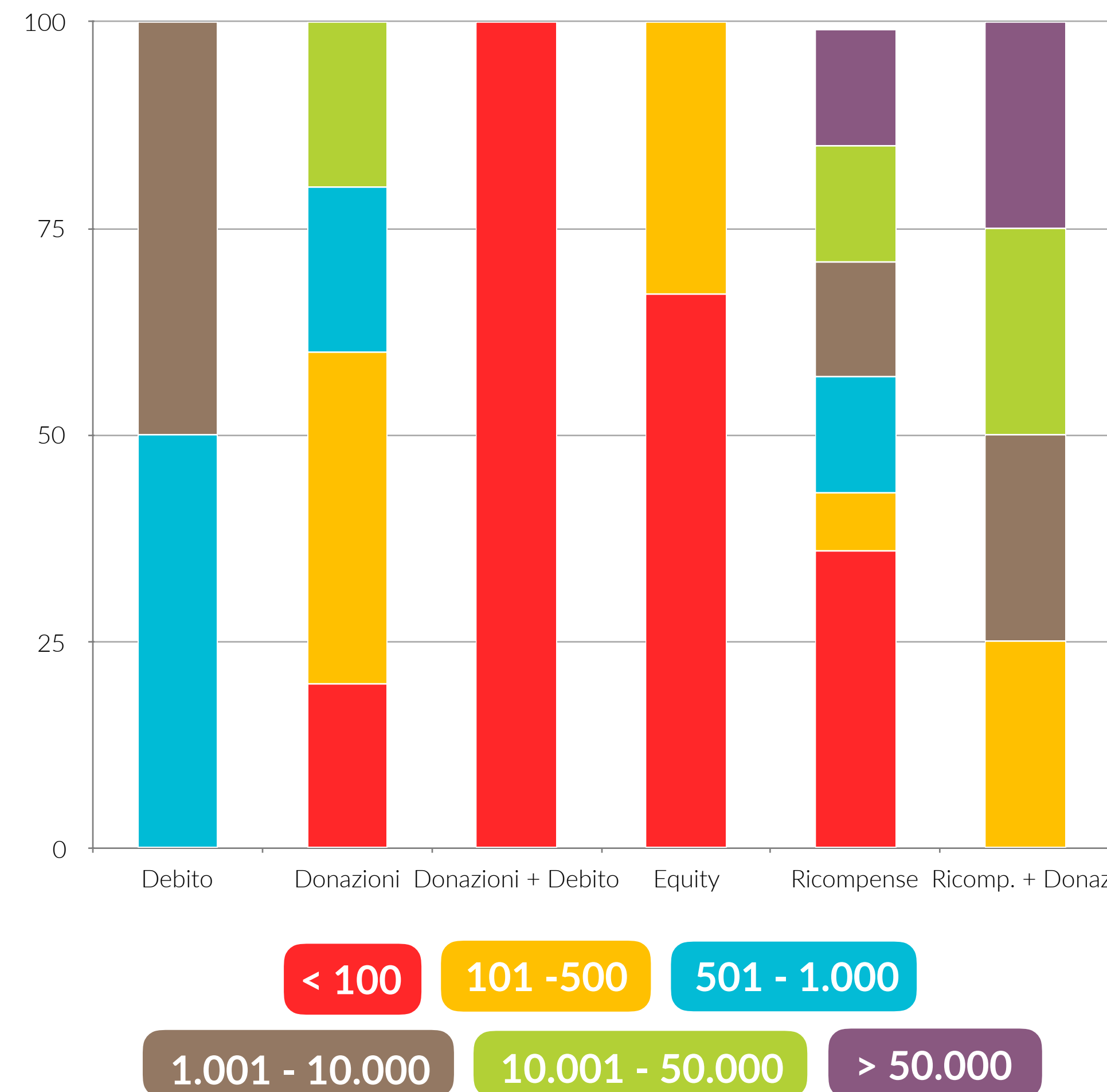
I donatori/finanziatori

Complessivamente, le piattaforme di crowdfunding attive intervistate¹³ hanno raccolto **857.331 donatori/finanziatori** (ovviamente, potrebbero esserci ridondanze, nel caso di finanziatori di campagne su diverse piattaforme), con una media di 25.216 donatori/finanziatori per piattaforma e un massimo di 550.000.

Rispetto ai valori medi complessivi, dall'analisi per modello emerge che per le piattaforme basate sul debito il numero di finanziatori è compreso tra 501 e 10.000; tutte le piattaforme debito+donazioni non superano i 100 finanziatori, mentre le piattaforme equity non superano i 500.

Fra i finanziatori, quelli "seriali" (che hanno finanziato più di un progetto) rappresentano mediamente il 30%. In particolare, fra le piattaforme basate sul debito, mediamente il 97,5% dei finanziatori sostiene più di un progetto, mentre per gli altri modelli per cui il dato è disponibile (donazioni, ricompense e ricompense+donazioni) la percentuale dei finanziatori seriali varia dal 12 al 14%, a parte per le piattaforme equity, ancora immature, dove tale percentuale scende al 3%.

Distribuzione percentuale delle piattaforme intervistate per numero di finanziatori e per modello



Le quote di finanziamento

Per quanto riguarda le quote di finanziamento, mediamente sono così distribuite:

il 9% sotto i 5 euro,
il 23% dai 5 ai 10 euro,
il 14% dagli 11 ai 20 euro,
il 14% dai 21 ai 30 euro,
il 4% dai 31 ai 40 euro,
l'11% dai 41 ai 50 euro,
il 10% dai 51 ai 100 euro
e il 16% sopra i 100 euro.

Nel caso di 4 piattaforme (pari al 10%), si registrano esclusivamente quote di finanziamento superiori a 100 euro.

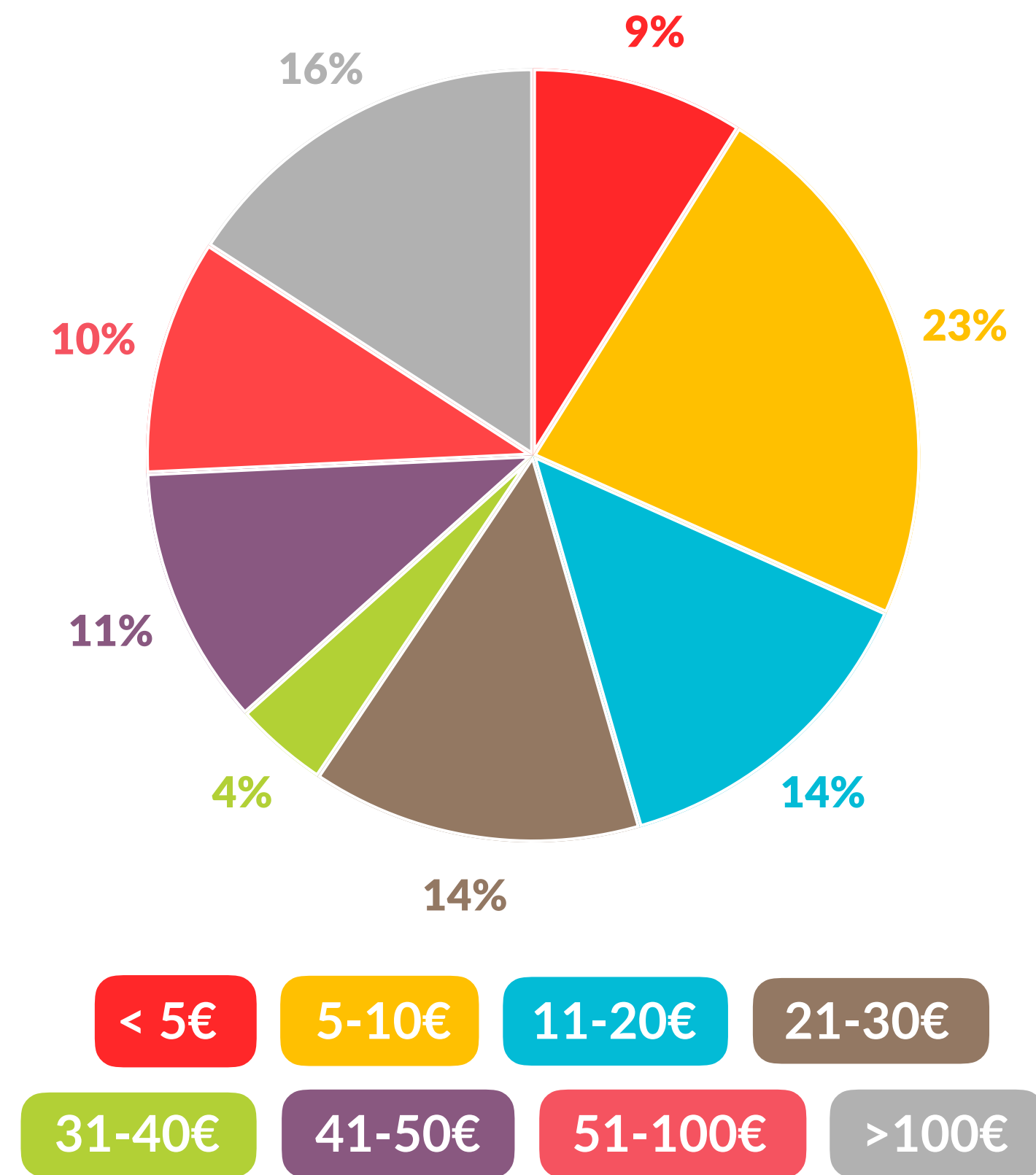
L'analisi per modello fa emergere che le piattaforme basate sul debito hanno registrato solo quote di finanziamento sopra i 40 euro e che le piattaforme equity, nell'80% dei casi, hanno raccolto quote di finanziamento superiori ai 100 euro.

Nel questionario è stato chiesto ai rispondenti di indicare anche quelli che ritengono essere i **principali motivi di fallimento delle campagne**.

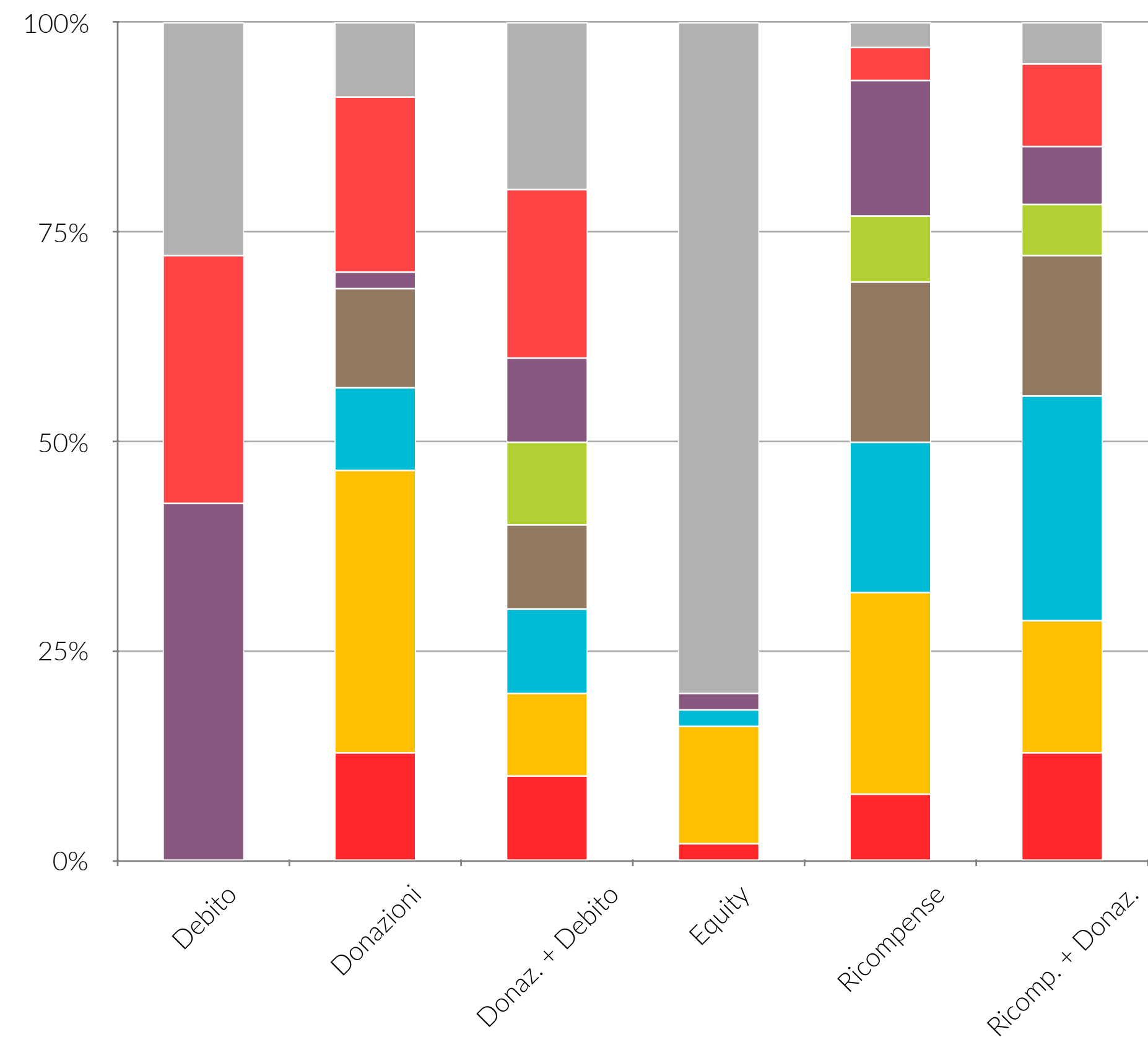
Fra coloro che hanno compilato questo campo, l'80% ha sottolineato che, nella propria esperienza, le cause vanno ricondotte alla **manca di un piano adeguato e strategico di comunicazione** e, in generale, al fatto che spesso i progettisti sottovalutano la necessità di sostenere la campagna, una volta pubblicata, attraverso una pubblicizzazione sia online che offline. Altri motivi di fallimento segnalati riguardano il fatto di avere un tema poco sentito socialmente o un target di riferimento troppo vago.



Le quote di finanziamento

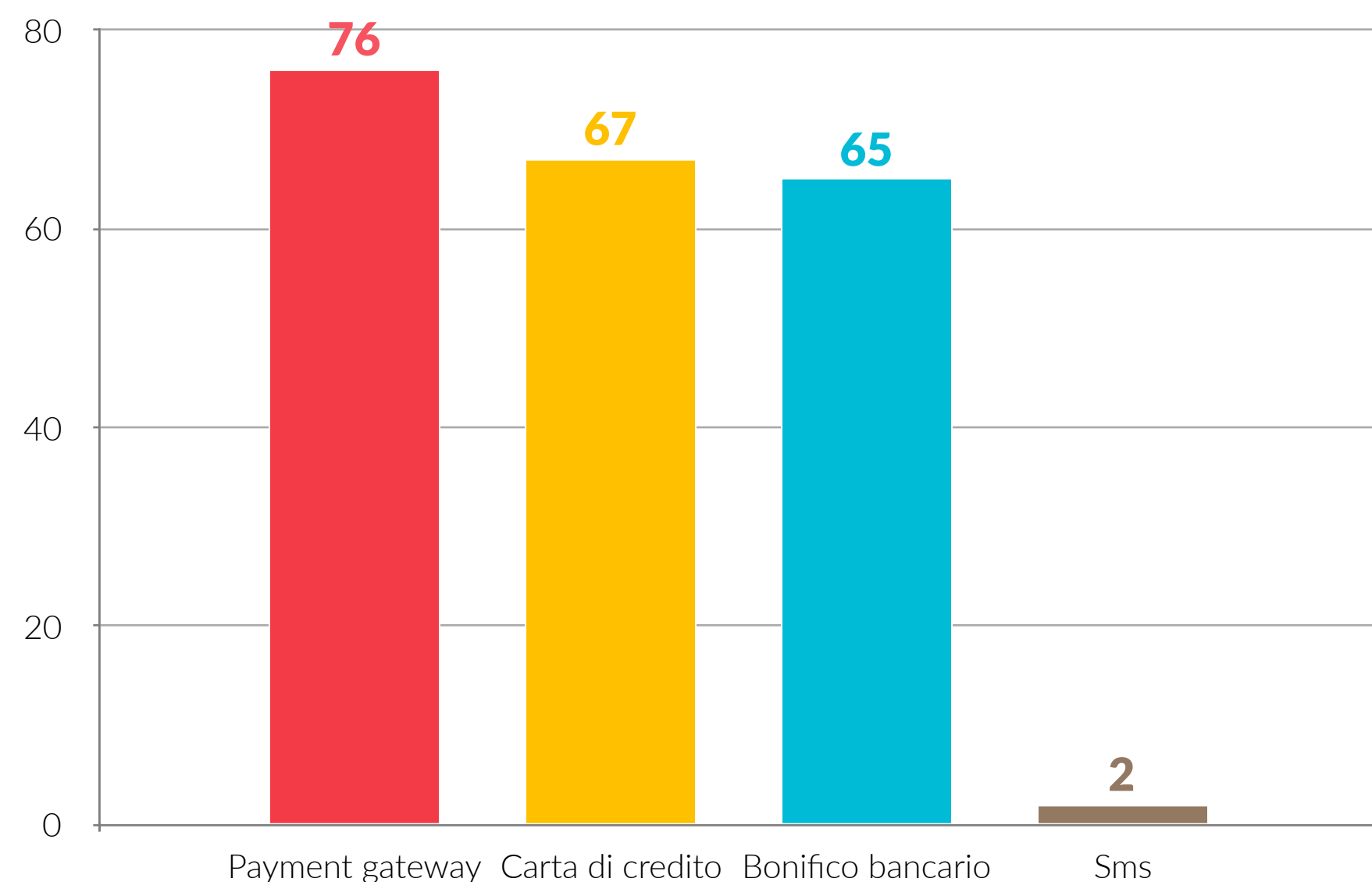


Distribuzione percentuale delle piattaforme intervistate per quote di finanziamento e per modello



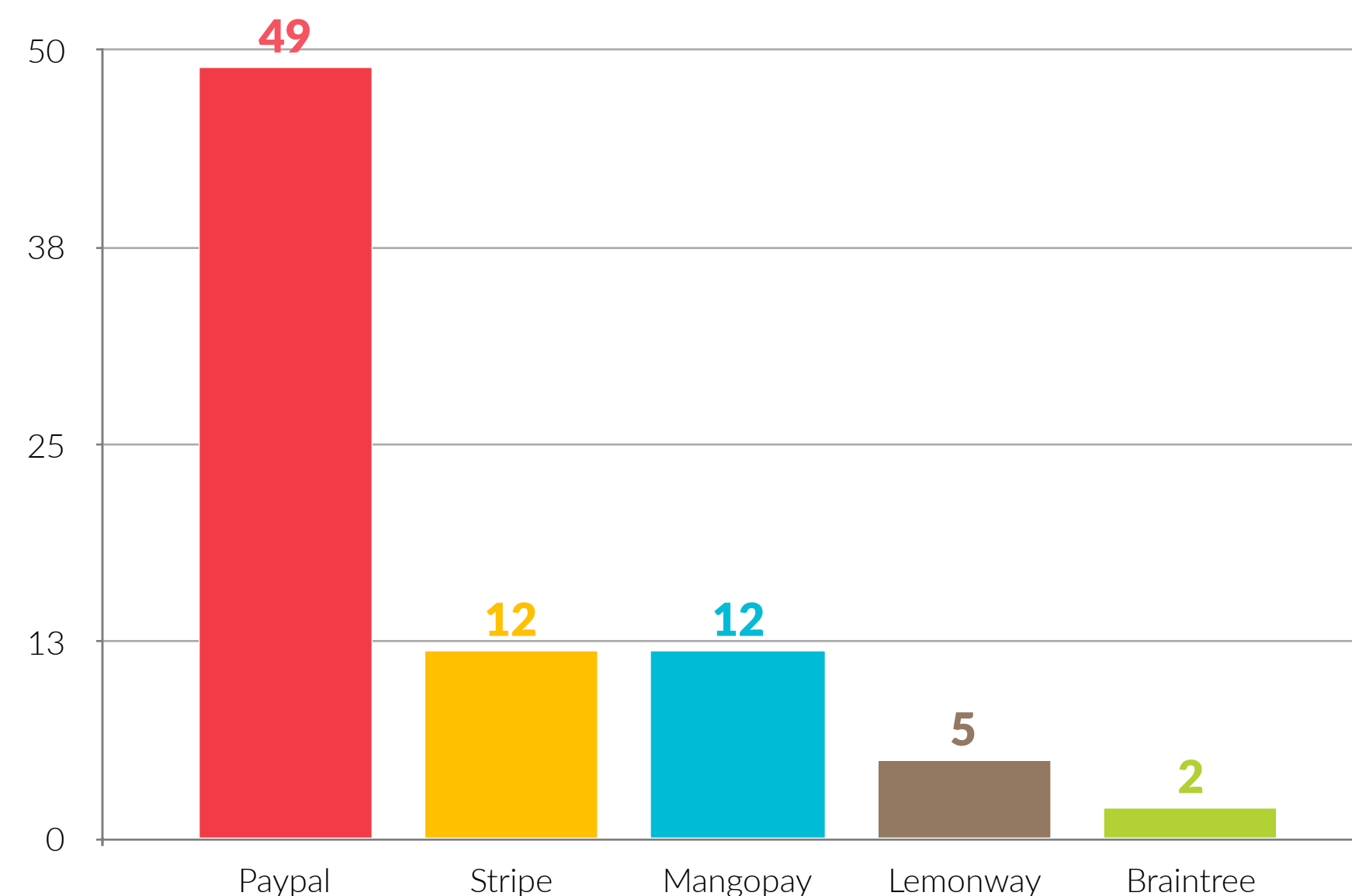
Modalità di pagamento

Rispetto alle modalità di pagamento, la maggior parte delle piattaforme di crowdfunding intervistate utilizza il payment gateway (76%), la carta di credito (67%) e il bonifico bancario (65%). L'sms non risulta invece una modalità di pagamento diffusa.



Modalità di pagamento previste sulle piattaforme

Tra i payment gateway, Paypal è utilizzato dalla metà (49%) delle piattaforme intervistate. Stripe e Amngopay sono entrambe utilizzate dal 12%, Lemonway dal 5% e Braintree dal 2% delle piattaforme.



Payment gateway utilizzati

Canali di revenue, servizi aggiuntivi e fatturato

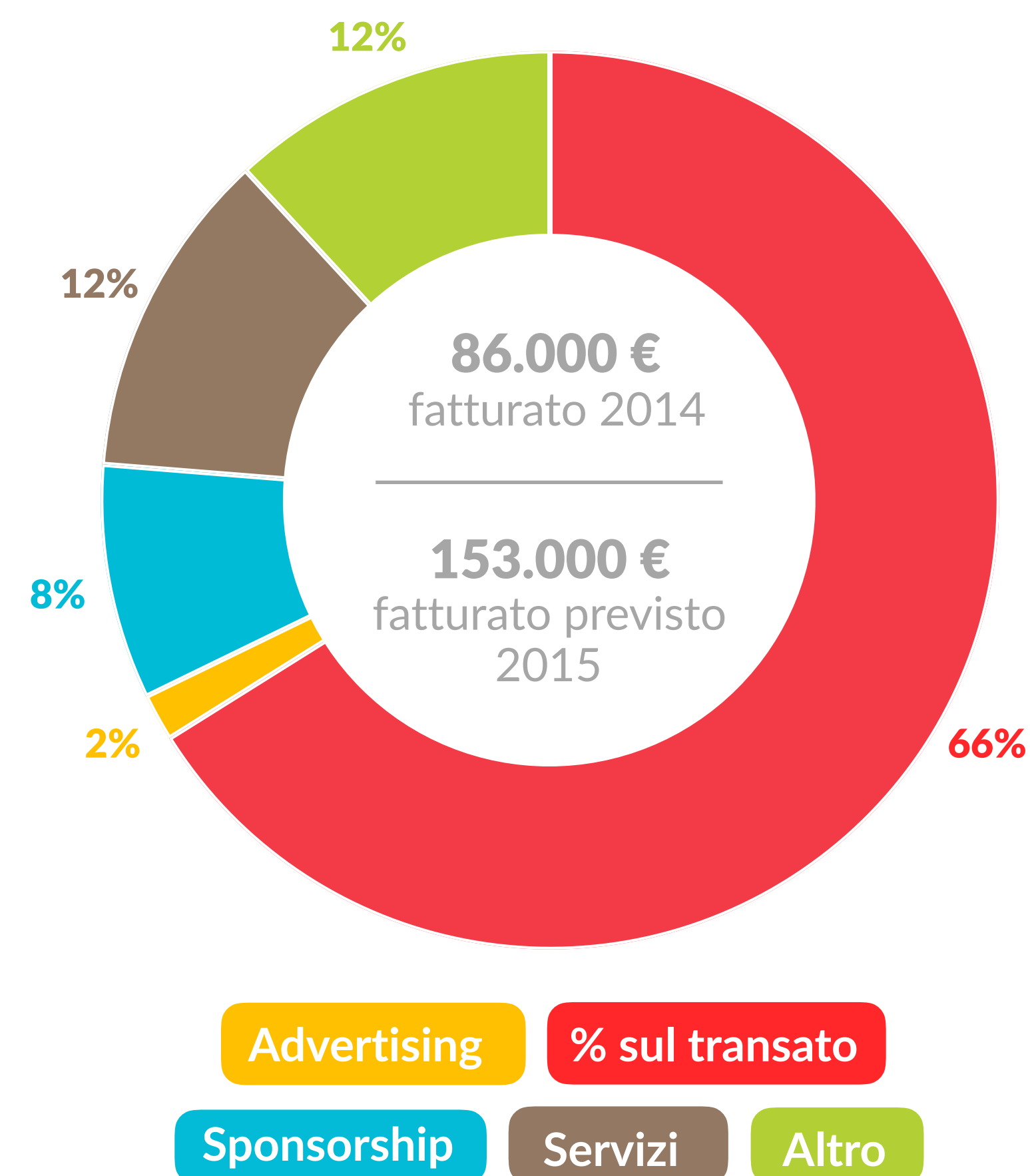
Per quanto riguarda i **canali di revenue**, la maggior parte (il 78%) delle piattaforme intervistate utilizza la percentuale del transato, il 14% propone servizi, il 10% sponsorship e il 2% advertising.

Il 69% delle piattaforme intervistate offre anche **servizi aggiuntivi**. Si tratta, per esempio, di servizi di consulenza aziendale e/o strategica, servizi di supporto alla fase di start-up, corsi di formazione, servizi di comunicazione, supporto per la ricerca di finanziamenti e sponsor.

Il 57% delle piattaforme prevede il monitoraggio dei progetti dopo il finanziamento attraverso, prevalentemente, un contatto costante con il progettista e, in alcuni casi, la richiesta di rendicontare le spese.

Le piattaforme intervistate dichiarano di aver avuto nel 2014 un **fatturato** medio di 86.000 euro¹⁴ e ne prevedono, per il 2015, uno di circa 153.000 euro¹⁵.

I canali di revenue dei modelli di business delle piattaforme (valori percentuali)



14. Il 70% delle piattaforme attive ha preferito non indicare la cifra del fatturato nell'ultimo anno, considerandolo un dato riservato. Pertanto, la media del fatturato 2014 è calcolata soltanto sul 30% delle piattaforme attive che hanno risposto alla domanda. Inizialmente, la tipologia prevedeva anche il modello Pre-vendita. Constatato che però questo modello è stato scelto come modello unico da una sola piattaforma (Werealize) e da altre tre (Cubevent Starteed Com-Unity) in combinazione con il modello Ricompense e/o il modello Donazioni, si è fatta la scelta di accorpate il modello Pre-vendita con quello delle Ricompense.

15. Il 63% delle piattaforme ha preferito non indicare la cifra del fatturato previsto per il prossimo anno, considerandolo un dato riservato. Pertanto, la media del fatturato previsto per il 2015 è calcolata soltanto sul 37% delle piattaforme che hanno risposto alla domanda.

Fonti di finanziamento

Tra le fonti utilizzate per finanziare le piattaforme **prevalgono i fondi personali**, utilizzati mediamente nel 65% dei casi. Le altre fonti (finanziamenti europei, nazionali, regionali, locali, venture capital, angel investment, crowdfunding, finanziamenti bancari, donazioni) sono utilizzate in percentuali che vanno dall'1 al 5%. In nessun caso sono stati utilizzati prestiti di parenti/amici.

Da segnalare che ben 27 piattaforme (il 54% delle rispondenti) sono state finanziate esclusivamente con fondi personali, una piattaforma è stata totalmente finanziata con risorse europee, una con angel investment, una con crowdfunding e una esclusivamente con finanziamenti bancari.

Rispetto al modello, hanno fatto ricorso al crowdfunding e all'angel investment prevalentemente le piattaforme basate sul debito (dove pesano, rispettivamente, il 50% e 35%), ai finanziamenti bancari le piattaforme basate sulle donazioni e sulle donazioni+debito (rappresentano in entrambi i casi il 10% delle fonti utilizzate).

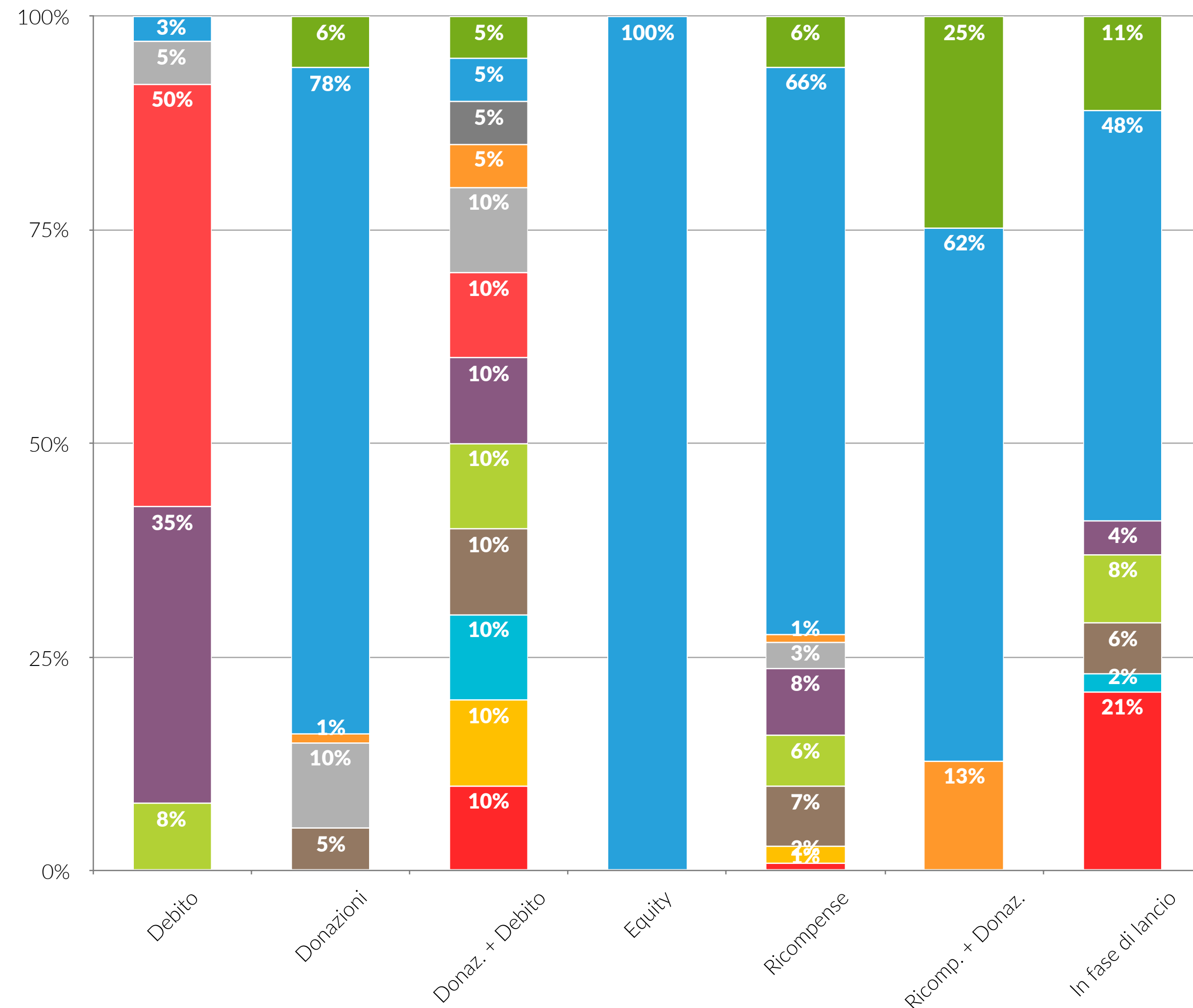
Le piattaforme di equity intervistate si sono finanziate esclusivamente con fondi personali. Fra le piattaforme in fase di lancio si registra invece una percentuale più alta della media di ricorso a finanziamenti europei (21%), venture capital (8%) e finanziamenti locali (6%).



Fonti di finanziamento



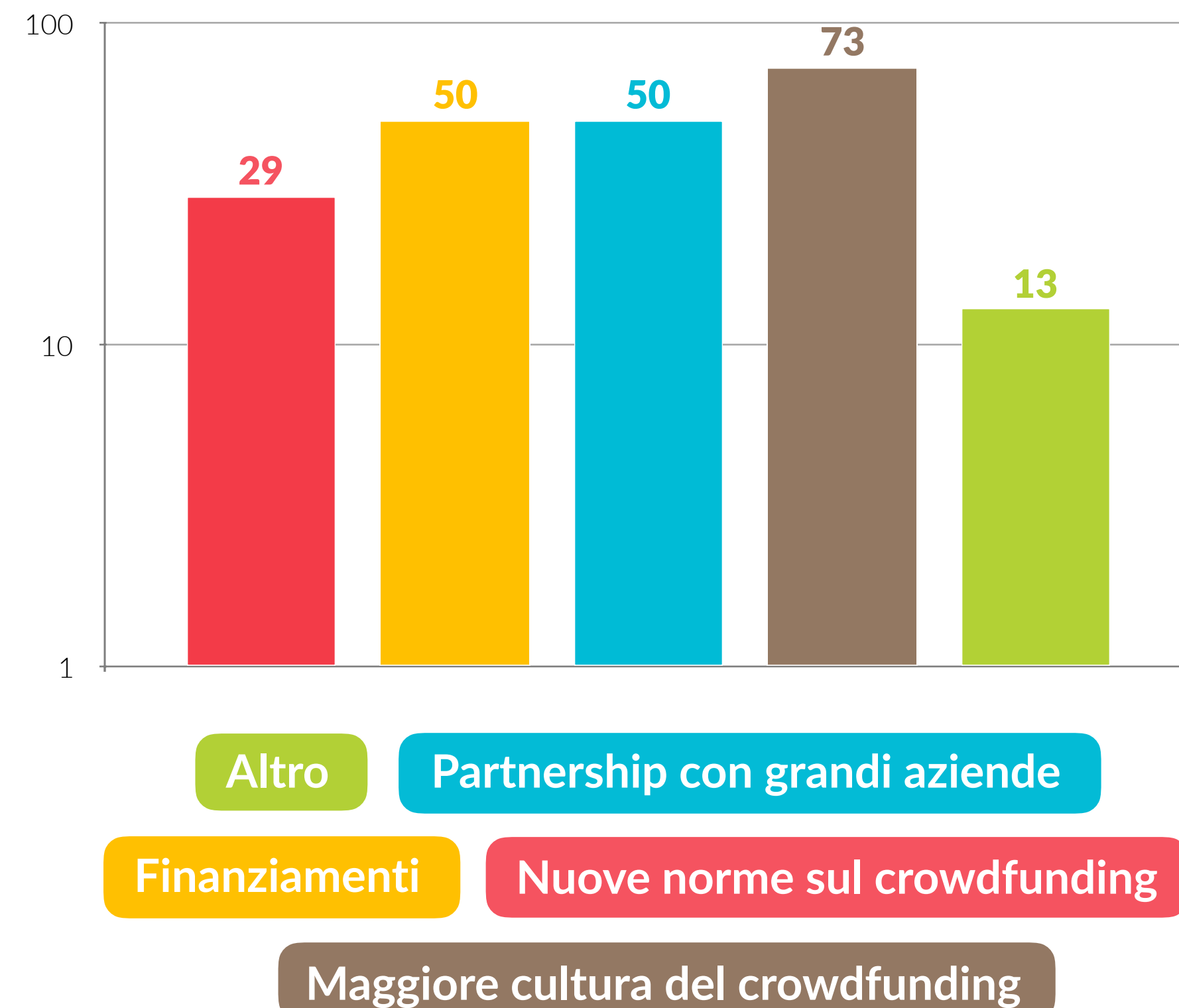
Distribuzione percentuale delle piattaforme intervistate per fonti di finanziamento e per modello



Fonti di finanziamento

Dopo la fase di avvio, per la metà delle piattaforme intervistate, i finanziamenti sono considerati anche una necessità per crescere. Inoltre, 3 piattaforme su 4 (il 73%) ritengono che per far crescer il business sia necessaria una maggiore diffusione della cultura del crowdfunding, il 50% riconosce l'importanza di partnership con grandi aziende e il 29% pensa che nuove norme potrebbero dare nuovo impulso allo sviluppo del crowdfunding.

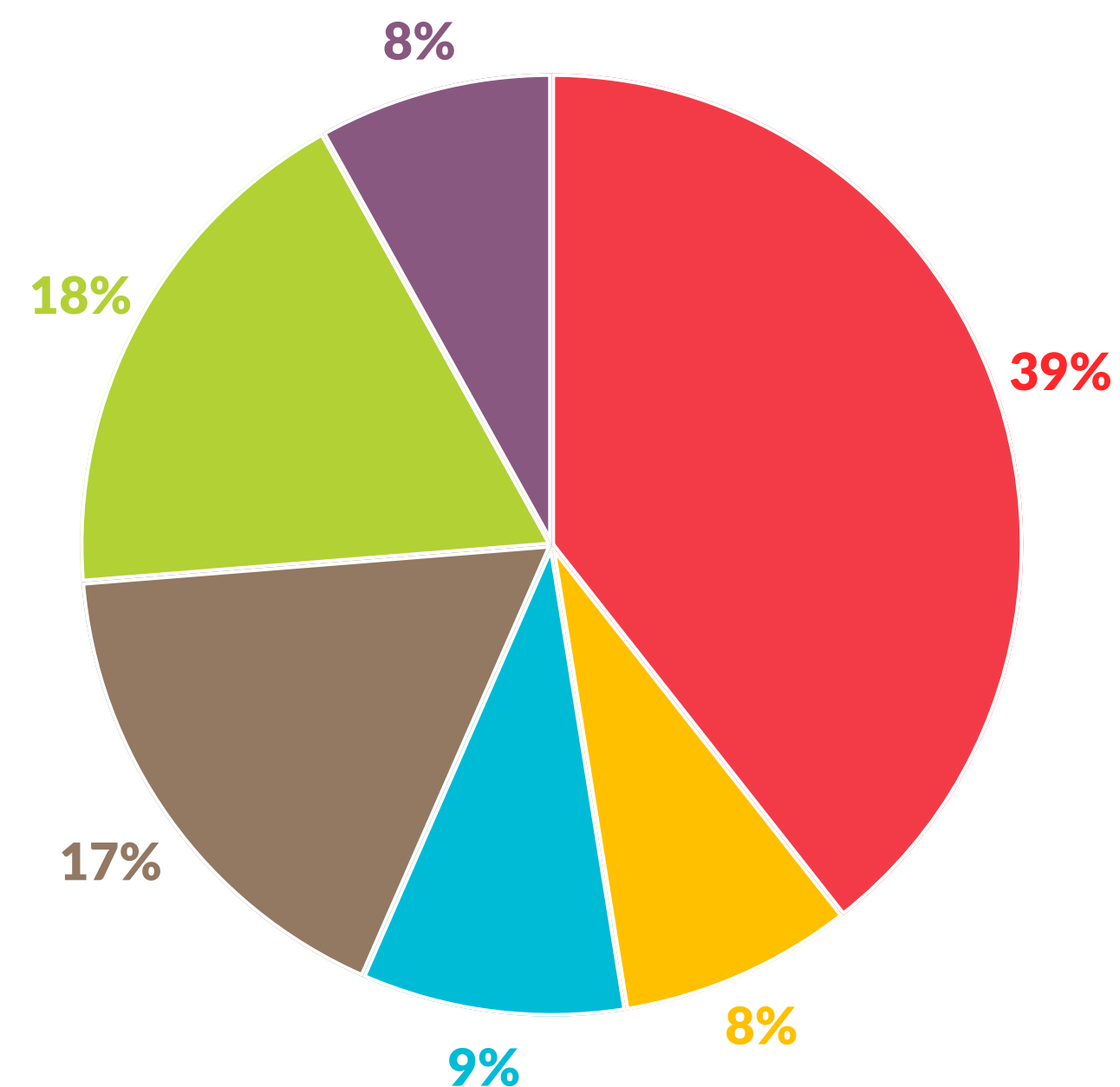
Di che cosa avreste bisogno per crescere?



Investimenti in marketing

Circa la metà delle piattaforme intervistate (il 51%) ha effettuato **investimenti di marketing** che, **mediamente, si attestano sui 13.000 euro**¹⁶. Il canale maggiormente utilizzato (39%) è quello dei social media; nel 18% sono stati utilizzati le public relation, nel 17% dei casi si è ricorso ai media tradizionali (stampa, tv), nel 9% a Online Adv e nell'8% dei casi a Google AdWords.

In percentuale, su cosa avete effettuato investimenti di marketing?



Social media

Media tradizionali

Altro

Google AdWords

PR

Online Adv

Potenzialità e criticità del mercato del crowdfunding italiano

In generale, i referenti delle piattaforme intervistate esprimono **aspettative positive** rispetto al futuro del crowdfunding e si mostrano **fiduciosi** rispetto alla crescita del mercato: «Le aspettative per il futuro sono positive», «Crediamo che il mercato sia destinato a crescere», «Ci aspettiamo una crescita e una maggiore definizione delle piattaforme», «L'aspettativa è che, anche se pian piano, il crowdfunding come sistema vada a regime», «Il mercato del crowdfunding avrà una forte crescita nei prossimi anni», «Siamo fiduciosi sulla crescita esponenziale del fenomeno», «Ci aspettiamo un consolidamento sul lato dell'offerta (piattaforme, servizi, consulenza) e un parallelo incremento (moderato ma costante) della domanda».

I **referenti delle piattaforme sono stati chiamati ad esprimersi** anche sulle principali criticità del mercato del crowdfunding. Le risposte, in linea con quanto emerso nei report delle scorse annualità, sono riconducibili alle tre aree tematiche di seguito elencate.

Aspetti legislativi

- **Eccesso di vincoli e regolamentazioni:** «Il rischio di regolamentazioni troppo stringenti», «Il mercato è troppo regolamentato», «Il nostro timore più grande è che nel nostro Paese la burocrazia e le normative possano tarpare le ali a questo processo, impedendo al sistema la giusta diffusione e la conseguente stabilizzazione nel mercato», «Temiamo che la normativa limiti eccessivamente il mercato di riferimento e renda troppo complesse le procedure operative per le emittenti e per gli investitori»
- **Per l'equity, presenza di norme troppo rigide:** «Attendiamo l'aggiornamento del regolamento sull'equity crowdfunding. Ci aspettiamo un innalzamento delle operazioni sotto soglia MiFid. Confidiamo nella diffusione anche in Italia di tale nuovo strumento complementare ai finanziamenti bancari», «Eccessiva burocrazia e Mifid anche per importi troppo esigui disincentivano ad investire», «CONSOB deve cambiare la norma assurda che impedisce l'equity crowdfunding, sennò il mercato rimarrà piccolissimo».

Potenzialità e criticità del mercato del crowdfunding italiano

Aspetti imprenditoriali

- **Concorrenza internazionale** («Il timore principale è che la lentezza dello sviluppo del mercato interno dia modo a concorrenti internazionali di diventare leader di mercato in Italia»)
- **Mancanza di risorse** («Temiamo la mancanza di fondi», «Il timore è quello di non avere abbastanza risorse per contrastare eventuali competitor»)
- **Eccessiva diffusione di piattaforme generiche** («L'unico timore sono le troppe piattaforme generiche che creano dispersione senza offrire servizi differenziati»)

Aspetti legati ai clienti/utenti

- **Scarsa conoscenza dello strumento** e diffidenza da parte dei potenziali utenti: «La crescita della cultura/fiducia della donazione da parte dei sostenitori è ancora troppo lenta per consentire lo sviluppo di grandi piattaforme», «Bisogna creare un movimento compatto per evangelizzare il pubblico al crowdfunding, spiegare come funziona quali sono i vantaggi reali per abbattere l'abituale diffidenza»
- **Scarsa diffusione di una cultura della donazione**, della condivisione e della collaborazione: «La cultura dell' "italiano medio" è in forte contrasto con quella del crowdfunding. L'utente italiano tende a riporre poca fiducia negli altri e questo penalizza enormemente la realizzazione di una cultura del crowdfunding», «In Italia non c'è cultura della donazione»
- **Scarsa cultura digitale**
- **Scarsa diffusione delle forme di pagamento elettroniche**

Cos'è il crowdfunding secondo gli addetti al settore

Al termine del questionario è stato chiesto agli intervistati di proporre una loro **sintetica definizione di crowdfunding**. Di seguito sono riportate le risposte ottenute. L'elenco restituisce la **varietà di interpretazioni** del concetto da parte dei fondatori delle piattaforme.

- Uno strumento efficace e democratico, una risorsa per progettualità valide e meritevoli verso un cambiamento sociale e culturale diffuso.
- Finanziamento collettivo per realizzare belle idee.
- Opportunità per le comunità reali di finanziare i propri progetti.
- Il crowdfunding è una modalità di finanziamento dal basso che permette ai creatori di ricevere fondi dalla comunità per la realizzazione e/o completare i propri progetti.
- Una vera opportunità di crescita.
- Il crowdfunding è il modo migliore per far parte di un evento, anziché partecipare e basta.
- Semplicemente, la democratizzazione del processo di fundraising.
- Stare vicini e rendere visibile il processo del fare impresa/fare un'impresa nell'interesse comune di chi finanzia e di chi sviluppa.
- Il nostro CF: finanziare innovazione e sostenibilità, avvicinando investitori ed imprese alle startup.
- L'occasione giusta per garantire maggiore autonomia a chi intende realizzare progetti o idee imprenditoriali.
- Il migliore test per la propria idea.
- Uno strumento indispensabile per finanziare liberamente le proprie idee e progetti.
- Finanziamento dal basso da parte di gruppi di persone o singoli.
- Lo strumento del futuro per sostenere i propri progetti.
- Uno strumento che potrebbe rappresentare la totale orizzontalizzazione del capitale e la sua definitiva democratizzazione in un contesto locale.
- Raccolta fondi.
- Il modo più intelligente di trasformare un'idea in fondi e promozione per realizzarla.
- Un'opportunità da non perdere per sostenere la crescita del paese.
- Finanza alternativa.
- Una forma di donazione a scopo personale.
- Uno strumento accessibile a tutti per il reperimento di risorse economiche e condivisione di progetti comuni.
- Co-progettazione e coinvolgimento della comunità per un interesse comune.
- Una forma di finanziamento alternativo per progetti immobiliari.

Cos'è il crowdfunding secondo gli addetti al settore

- Processo con cui più persone conferiscono somme di denaro di qualsiasi entità per finanziare un progetto.
- Finanziamento di progetti a beneficio diffuso.
- Un sistema di raccolta fondi e di coinvolgimento diretto della propria rete di supporter: un nuovo modo di partecipare alle proprie passioni.
- Un'opportunità.
- Una nuova opportunità per poter realizzare i propri sogni.
- Una raccolta fondi per rendere concreta un'idea in cui si crede.
- Modalità di finanziamento online a cui può contribuire un grande numero di investitori.
- Un'eterna promessa.
- Uno strumento marketing, di finanziamento e promozione, innovativo partecipativo e democratico.
- Crowdfunding+publishing=crowdpublishing.
- Il crowdfunding per il cinema è a nostro avviso importante sia per finanziare i progetti, ma soprattutto per creare un bacino iniziale di pubblico "partecipe" che aiuterà la diffusione dell'opera una volta realizzata.



I progetti segnalati dalle piattaforme

<i>Titolo progetto</i>	<i>Piattaforma</i>	<i>Raccolti</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Motivo</i>
Ricostruiamo città della scienza	DeRev	€1.463.867,00	Campagna ufficiale di raccolta fondi per la ricostruzione di Città della Scienza, Science Centre distrutto da un incendio doloso il 4 marzo 2013	Finanziamento raccolto
Paulownia Social Project	Assiteca crowd	€520.000,00	L'obiettivo principale della start-up innovativa a vocazione sociale è di sviluppare piantagioni di alberi a rapido accrescimento.	Finanziamento raccolto
BIOerg	Next Equity	€452.576,00	Metodo low cost di produzione del destrano	Finanziamento raccolto
Cantiere Savona	Starsup	€380.000,00	L'obiettivo strategico è ideare, progettare, produrre e diffondere un concetto innovativo di yacht, combinando tradizione e tecnologia	Finanziamento raccolto
Un passo per San Luca	Ginger	€339.743,00	E' un progetto di crowdfunding civico dedicato alla raccolta fondi per il restauro del portico più lungo al mondo.	Finanziamento raccolto
E' l'ora della solidarietà: emergenza Sardegna	Rete del dono	€138.896,00	Riqualficazione di strutture a seguito dell'alluvione	Finanziamento raccolto

I progetti segnalati dalle piattaforme

<i>Titolo progetto</i>	<i>Piattaforma</i>	<i>Raccolti</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Motivo</i>
Festival del giornalismo di Perugia	Starteed	€115.420,00	Zion Project o Progetto Zion è il tentativo di rispondere ai bisogni dell'"essere" dell'uomo moderno, un modello di sviluppo e costruzione (dell'individuo) ideato da Rocco Bruno	La prima campagna ad avere utilizzato la piattaforma SELF di Starteed
Progetto Zion	Buonacausa.oorg	€112.130,00	Zion Project o Progetto Zion è il tentativo di rispondere ai bisogni dell'"essere" dell'uomo moderno, un modello di sviluppo e costruzione (dell'individuo) ideato da Rocco Bruno	Finanziamento raccolto
La stampa 3D aiuta il tuo chirurgo	Universitiamo	€67.315,00	Realizzare un vero e proprio strumento integrato a servizio della chirurgia in modo costante e quotidiano per procedure chirurgiche	Finanziamento raccolto
Il monastero del 3° millennio	Withyouwedo	€60.695,00	L'Istituto Scientifico Biomedico Euro Mediterraneo (ISBEM), in sinergia con il Comune di Mesagne, trasformerà l'ex Convento dei Cappuccini in un Monastero del 3° Millennio (M3M), cioè in un luogo che aggrega saperi, persone e strumenti appropriati per diffondere la cultura dell'innovazione che può aiutare i giovani del territorio, ma non solo, ad essere i protagonisti nella loro comunità.	Finanziamento raccolto

I progetti segnalati dalle piattaforme

<i>Titolo progetto</i>	<i>Piattaforma</i>	<i>Raccolti</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Motivo</i>
Sangue e cenere dei Gang	BeCrowdy	€55.021,00	CD di inediti	Finanziamento raccolto
Post-CSI Breviario Partigiano	Musicraiser	€38.794,00	BREVIARIO PARTIGIANO è un cofanetto dedicato alla memoria della Resistenza e della guerra civile raccontata attraverso un DVD e un libro collettivo	Finanziamento raccolto
Gipo, lo zingaro di barriera	Innamorati della cultura	€13.820,00	Documentario su Gipo Farassino	Abbiamo affiancato un crowdfunding manager e il progettista ha effettuato la raccolta grazie a un lavoro di squadra molto organizzato e presente su tutto il periodo di raccolta.
L'abbraccio onlus	iodono.com	€12.616,00	Aiuto reciproco tra famiglie di bambini disabili	Hanno compreso al meglio lo spirito del personal fundraising coinvolgendo il proprio network
Beehappy	Fidalo	€12.390,00	Un laboratorio per produrre miele a Km0 gestito interamente dagli utenti della cooperativa.	Il progettista ha saputo generare una forte mobilitazione sul territorio

I progetti segnalati dalle piattaforme

<i>Titolo progetto</i>	<i>Piattaforma</i>	<i>Raccolti</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Motivo</i>
B Corp Handbook	Bookabook	€6.296,00	Versione italiana del libro ufficiale delle Benefit Corporations	Riteniamo un progetto di successo quando, oltre a raggiungere il goal, aggrega una comunità di lettori/ sostenitori attorno a un libro inedito
Pink Project di Francesca Tillio	Vizibol	€3.536,00	Progetto fotografico artistico e sociale	Per la tematica sociale, e la capacità che ha avuto di attirare finanziamenti di privati e di continuare il percorso molto bene anche dopo la campagna.
Apriamo il FabLab della nostra scuola ai ragazzi del territorio, in orario extrascolastico	Schoolraising	€1.280,00	Apertura e condivisione del FabLab	Perché in due settimane ha raccolto il budget necessario grazie alla capacità del progettista di coinvolgere la comunità.
Zambia la tua vita di Whanau Onlus	SportSupporter	€300,00	Il basket è stato scelto come primo strumento per coinvolgere, mobilitare e attirare i giovani, ed è utilizzato giornalmente come mezzo per favorire l'educazione ai life skills nelle aree degradate dell'Africa.	Ha carattere sportivo oltre che sociale dato che si tratta di formare i ragazzi di Monze in Zambia a varie discipline sportive

Conclusioni

La mappatura delle piattaforme di crowdfunding italiane mostra **una continua crescita del settore**. Rispetto all'ultima rilevazione del maggio 2014, **umentano le piattaforme attive** (attualmente sono 69, con una crescita del 68%), i progetti ricevuti (+108%), le campagne pubblicate (+67%) e cresce il **valore complessivo del totale raccolto**: si tratta di **56,7 milioni di euro, con un incremento dell'85%**. La crescita non appare più legata, come in passato, all'imitazione di modelli stranieri di successo, ma alla **specializzazione settoriale e territoriale**.

Diminuisce però il tasso di successo che, a livello medio, passa dal 37% del 2014 al 30%. In generale, si può dedurre un **incremento dell'attenzione verso al crowdfunding**, cui però **non corrisponde una maturità progettuale**.

Rimane **evidente lo squilibrio tra i modelli**, con le piattaforme basate sul debito che rappresentano il 40% del totale dei finanziamenti raccolti, a cui si aggiunge un 36% in capo al modello ibrido donazioni+debito. Le piattaforme basate sulle ricompense contribuiscono per il 13% al valore complessivo, quelle ibride ricompense+donazioni per il 6%. Le piattaforme equity e quelle basate sulle donazioni continuano a giocare un ruolo marginale.

In modo analogo, si rileva uno squilibrio tra piattaforme: **la maggior parte delle progettualità sono veicolate da poche piattaforme**.

Il crowdfunding italiano, a differenza di quello di matrice inglese e americana, è prevalentemente a **vocazione culturale e sociale**. Questo dipende dalle specificità del nostro tessuto socio-economico, ma è **sintomo di una debolezza del sistema dell'innovazione imprenditoriale**. Relativamente al valore economico, **prevalgono le campagne di basso taglio**, comprese tra i 1.000 e i 10.000 euro, sia tra i progetti pubblicati (dove rappresentano l'81%) sia tra quelli finanziati (dove rappresentano il 91%).

Il mercato di riferimento delle piattaforme di crowdfunding italiane continua a essere **prevalentemente di tipo nazionale** (73%) o locale (14%), sono poche le piattaforme che guardano fuori dai confini nazionali (12%).

Tra le leve per la crescita del crowdfunding italiano, **la cultura (73%) è al primo posto, le norme all'ultimo**.

IL CROWDFUNDING REPORT IN ITALIA 2015

Ricerca realizzata da



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore

con il contributo di

IL FUTURO FIRMATO
TELECOM ITALIA.



e il supporto tecnico di

