

L'ANALISI DI BACKTOWORK

## I pro del crowdfunding

Costi inferiori, buona entità di raccolta, tempi rapidi e capacità di adattamento. Sono questi i vantaggi del crowdfunding, che ne fanno uno strumento «ponte», ideale per le imprese in fase di sviluppo, rispetto alla quotazione all'Aim. La pensa così **Alberto Bassi**, fondatore e ceo di **BacktoWork**, una tra le principali piattaforme di equity crowdfunding in Italia. Parliamo, quindi, della possibilità per investitori istituzionali e professionali, anche privati, di finanziare, attraverso piattaforme online, la crescita di aziende non quotate in Borsa o progetti imprenditoriali grazie a prestiti (lending-based model) o sottoscrivendo una quota del capitale di rischio della società (equity-based model). «Nato come strumento di microfinanza dal basso per consentire l'accesso su larga scala a investimenti in start-up, il potenziale del crowdfunding come canale di finanziamento per la crescita delle imprese è probabilmente ancora poco noto», spiega Bassi, «ma in realtà è una modalità molto interessante, perché semplice, flessibile e con una capacità di raccolta importante, che ben si adatta anche alla dimensione della scale-up (l'evoluzione delle startup, ndr). Un'azienda che è nella fase di crescita e non più in quella di avvio ha necessità di capitale anche maggiori rispetto a una start-up e può raccogliercelo in vari modi: ricorrendo ai finanziatori professionali del venture capital, per esempio, o attraverso l'emissione di debito, o quotandosi in Borsa».

Negli ultimi anni, «per il target specifico delle pmi», ricorda il ceo di **BacktoWork**, «sono nate diverse formule semplificate sia fronte bond sia lato equity». Si va, quindi, dai minibond, al mercato Aim. «Riteniamo che il crowdfunding possa essere uno strumento aggiuntivo, non necessariamente in contrapposizione con Aim, ma anzi, una possibilità alternativa o un ponte per arrivare alla quotazione».

Ecco in dettaglio qualche dato su questi canali di finanziamento, secondo quanto ha raccolto **BacktoWork**: sui mercati le scale-up raccolgono dai 4,5 ai 6,5 milioni. Quanto ai minibond, stando all'ultima edizione dell'Osservatorio del PoliMi, da novembre 2012 al 31 dicembre 2020, sono state 671 le imprese italiane che hanno collocato minibond, di cui 409 pmi (il 61%). Solo lo scorso anno, tramite l'emissione di titoli di debito, le pmi hanno raccolto 448 milioni di euro (su un totale di 920 milioni di euro, considerando le emissioni del complesso delle aziende). Tuttavia la dimensione media della singola emissione è stata di 4,59 milioni rispetto alla soglia fissata per legge (50 milioni). Per quanto riguarda l'Aim, la raccolta media è di 6,5 milioni di euro, in aumento dai 5,9 milioni del 2019, secondo l'Osservatorio IrTop. Quindi un ammontare compatibile con quello che si può raccogliere con il crowdfunding, che ha il limite di 8 milioni di euro. Tre i vantaggi del crowdfunding per le scale-up: costi, velocità, flessibilità. In merito ai costi, spiega Bassi, «per lanciare una campagna di crowdfunding attraverso un portale autorizzato, che compie l'analisi di fattibilità ed effettua il collocamento, non si devono sostenere costi relativi all'advisory e alla reportistica post ipo. I costi di quotazione su Aim ammontano in media al 5% del valore dell'ipo, e anche con il credito di imposta che consente di recuperare il 50% per le quotazioni fino a fine 2021, sono superiori alle fee di una campagna di crowdfunding. Un ulteriore vantaggio», prosegue, «è la velocità: per quanto agile e semplificato, il processo di ammissione su Aim richiede comunque molteplici passaggi. La stessa Borsa Italiana indica un tempo superiore alle 40 settimane per impostare e realizzare l'intero processo. Dunque, a fronte dei 6-9 mesi necessari per quotarsi su Aim, una campagna di crowdfunding si prepara in un tempo minimo quattro settimane e in 30-45 giorni consente di raccogliere un capitale che può arrivare fino a 8 milioni, secondo la legge». Infine, rispetto ad Aim, «il crowdfunding consente maggiore flessibilità nella gestione degli investitori e prevede obblighi di reportistica più snelli». Ma lo strumento ha ancora del potenziale. «In campo è entrata infatti l'Ue con un regolamento che disciplina il settore e che entrerà in vigore in Italia a fine 2021: a quel punto», conclude Bassi, «i portali potranno espandere la propria attività anche fuori dai confini nazionali, su tutto il territorio dell'Ue. Questo apre un mondo di opportunità per gli investitori italiani che potranno accedere a proposte più ampie e diversificate, ma soprattutto offre alle scale-up italiane la possibilità di raccogliere non solo da investitori nazionali, ma da tutt'Europa».

© Riproduzione riservata

