

Banche Italiane e Piattaforme *Crowd*

Cristina Rovera

Sommario: 1. Introduzione – 2. Letteratura - 3. Metodologia – 4. Il *crowdfunding*: definizione e caratteristiche – 5. La regolamentazione – 6. Le piattaforme degli intermediari – 6.1 Banca Prossima – 6.2 Banca Interprovinciale – 6.3 Banca Etica – 7. Il confronto delle piattaforme – 8. Conclusioni – Bibliografia

Abstract

The article studies the crowdfunding realized by three Italian banks. Specifically, the research is on the internet portals managed or participated by: Banca Prossima, Banca Interprovinciale and Banca Etica. The study is based both on balance sheet data and on information from questionnaires. The objective is to understand and to compare the portals, in order to study the future utility and perspectives for Italian bank crowdfunding.

Keywords: Crowdfunding; Italian banks; Balance sheets

1. Introduzione

Obiettivo della ricerca è lo studio del *crowdfunding* realizzato per il tramite dell'operatività bancaria italiana. L'interesse per l'argomento è nato come conseguenza della sua progressiva diffusione, che dal livello internazionale si è recentemente allargata al piano nazionale. Il termine *crowdfunding* indica un nuovo modo di raccolta fondi per i privati, le PMI, le organizzazioni non profit e le *start-up* innovative, che possono ottenere liquidità dal pubblico, senza dover necessariamente passare attraverso una banca.

Il contatto diretto con l'investitore non esclude però l'intervento dell'intermediario, che è coinvolto nel trasferimento fondi e può partecipare alla gestione diretta della piattaforma allo scopo utilizzata. Quest'ultima avviene tramite Internet, facilmente raggiungibile con qualunque collegamento online.

La ricerca è focalizzata su Banca Prossima, Banca Interprovinciale e Banca Etica, gli unici istituti italiani direttamente coinvolti nell'esperienza *crowd*, dove le piattaforme bancarie sono il 4% di quelle nazionali¹. Conclusa l'introduzione (paragrafo 1), il lavoro procede con il riferimento alla letteratura (paragrafo 2), mentre il 3 descrive la metodologia di studio utilizzata. Il 4 e il 5 pongono invece le fondamenta, fornendo definizione e descrizione delle principali tecniche *crowd* e illustrando i riferimenti alla normativa esistente.

Il lavoro prosegue con la descrizione delle piattaforme utilizzate dai tre intermediari (paragrafo 6), mentre il 7 ne raffronta l'operatività, allo scopo di ricavare vantaggi, svantaggi e potenzialità migliorative. Il paragrafo 8 trae le conclusioni e il 9 fornisce il dettaglio bibliografico.

2. Letteratura

Le giovani origini del fenomeno *crowd* non hanno agevolato la ricerca bibliografica. Si è cominciato con lo studio internazionale, per individuare i paesi di maggiore diffusione e la letteratura esistente (Massolution, 2015). Particolarmente interessanti sono stati i lavori di Agrawal *et al.* (2011), Kim *et al.* (2013), Sannajust *et al.* (2014), Borello *et al.* (2014).

Il documento semestrale dell'Italian Crowdfunding Network e i volumi di Piattelli (2013), Lawton e Marom (2013) hanno invece consentito un approfondimento del funzionamento *crowd*, mentre utilità e applicabilità sono state studiate mediante i lavori di Schwiendbacher e Larralde (2010), Joachim (2011), Giudici *et al.* (2012), Coocheo (2013), Belleflamme *et al.* (2014), Kuppuswamy e Bayus (2014), Previati *et al.* (2014), Querci (2014), Mollick

¹ Tre su sessantanove, come riportato dal Report 2015 dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

(2014). Molti lavori sono focalizzati sul *venture capital*, mentre alcuni si interrogano sulla capacità dello strumento di contrastare il *credit crunch* attualmente in corso.

Per lo studio della realtà italiana si è invece partiti dai documenti giuridici disciplinanti la materia. A livello comunitario vanno ricordati il *Consultation Document* del 2013 e la Comunicazione di marzo 2014 della Commissione Europea, mentre l'*Opinion* dell'Eba, che individua le direttive UE modificabili per il recepimento della novità *crowd*, risale a febbraio 2015. Contrariamente a molti paesi membri, l'Italia rientra nel gruppo di quelli disciplinanti la materia, mediante il Decreto Legge 179/2012, trasformato nella Legge 221/2012.

La regolamentazione successiva è contenuta nella Delibera Consob del 2013 e nel Decreto Legge 3/2015 (poi Legge 33/2015), inerenti alla raccolta di capitali di rischio da parte delle *start-up* innovative.

Tra gli incipit allo studio vanno infine ricordati l'articolo di Ruozi (2014) e il Report 2015 dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, che offre una panoramica aggiornata di tutta la realtà *crowd* italiana, bancaria e non.

3. Metodologia

La ricerca inerisce allo studio delle piattaforme organizzate, gestite e partecipate dai seguenti intermediari italiani:

- Banca Prossima, che gestisce il portale Terzo Valore;
- Banca Interprovinciale, che amministra il sito Com-Unity;
- Banca Etica², che partecipa alla piattaforma Produzioni dal Basso.

Nell'immediato ci si è collegati alla rete per verificare l'effettiva esistenza e il funzionamento dei portali, nonché la presenza di documenti descrittivi utili a coglierne il regolamento. Si è proceduto a questo punto all'elaborazione di un questionario, che – sebbene volto a raccogliere le medesime informazioni – è stato costruito per i tre casi individualmente considerati³.

I dati raccolti sono stati completati con i bilanci di esercizio (Telemaco),

² L'unica ad avere forma giuridica di banca popolare, mentre le altre sono organizzate come Spa.

³ Un sincero ringraziamento va ai Dott. Gabaglio M.L. (Banca Prossima), Adani R. (Banca Interprovinciale) e Brollo D. (Banca Etica), che si sono adoperati nel rispondere ai quesiti. La responsabilità di quanto pubblicato ricade comunque unicamente sull'autore.

focalizzando l'attenzione sugli anni 2009-2014⁴.

Con l'eccezione dei valori di bilancio, si è scelto di trattare i tre casi separatamente, in quanto i distinguo che li caratterizzano rendono impossibile un'argomentazione omogenea.

L'analisi contabile proposta è quella essenziale, in quanto le caratteristiche dell'operatività *crowd* derivano dalla rielaborazione dei questionari.

Nei limiti del possibile si è cercato di dare ai casi una trattazione uniforme, articolata in: condizioni di accesso e funzionamento della piattaforma, garanzie offerte e valore dei progetti pubblicati.

Le differenze che emergeranno sono giustificate sia dalle difformità operative sia dalla completezza delle informazioni ricevute, che dipendono dalla disponibilità della banca a divulgare dati talvolta riservati.

Un tentativo di comparazione è compiuto nel paragrafo 7, in cui si sondano vantaggi e svantaggi, ricercando utilità e proposte migliorative del *crowdfunding* bancario italiano.

4. Il *crowdfunding*: definizione e caratteristiche

Il termine è inglese e deriva dall'associazione delle parole *crowd* (folla) e *funding* (finanziamento), identificando una nuova modalità di raccolta fondi per privati, PMI, organizzazioni non profit e *start-up* innovative.

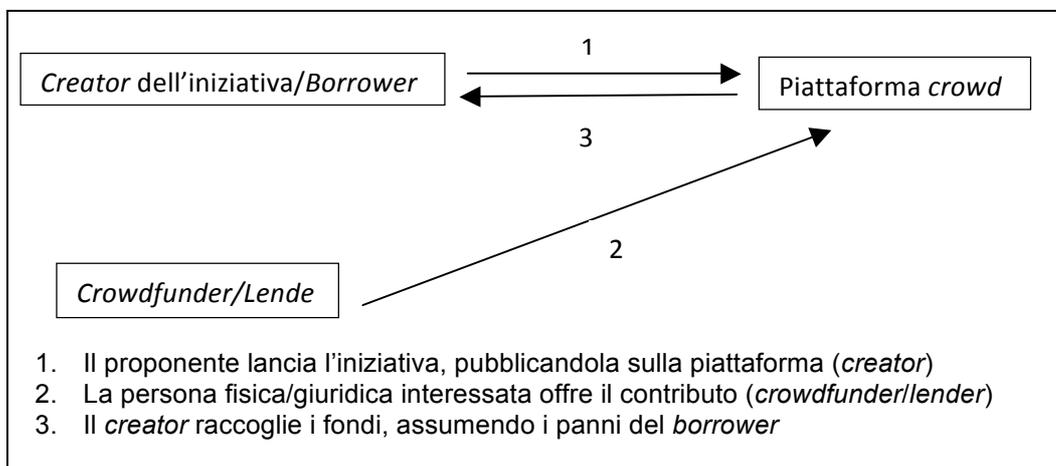
Esso poggia sui conferimenti del pubblico interessato al finanziamento di progetti che, promossi tramite siti Internet, prevedono o meno diritto di ricompensa.

I soggetti coinvolti possono quindi essere raggruppati in due categorie:

- i proponenti l'iniziativa, denominati *creator* o *borrower* perché (indipendentemente dalla modalità di restituzione fondi) sono coloro che chiedono e ricevono denaro dal pubblico;
- le persone fisiche o giuridiche eroganti i fondi utili alla realizzazione del progetto, qui denominati *lender* o - più spesso - *crowdfunder* (si veda figura 1).

⁴ La serie storica disponibile varia in realtà da caso a caso (in quanto dipende della data di nascita della banca), ma la trattazione congiunta ha imposto la scelta di un orizzonte temporale unico.

Figura 1 – I soggetti



Fonte: elaborazione dati questionario

Lo strumento di contatto tra datori e prenditori di fondi è una piattaforma Internet, che può essere gestita direttamente da una banca, una società di investimento o una società di capitali autorizzata e iscritta in un apposito registro Consob. I portali web si suddividono in svariate categorie, individuate in funzione dei progetti supportati (generalisti - se raccolgono iniziative di qualsiasi area/settore - o verticali - se accessibili solo a categorie prestabilite), delle modalità di corresponsione del contributo (carta di credito, bonifico o servizio PayPal, a titolo di esempio), della gratuità di utilizzo, della presenza e del tipo di remunerazione per l'investitore.

Le modalità principali di funzionamento del crowdfunding sono invece distinte in donation, reward, equity e debt. Nel donation crowdfunding la partecipazione non è remunerata, ma costituisce una donazione in favore di chi promuove l'iniziativa. Nel reward il pubblico riceve invece una ricompensa non monetaria, rappresentata da un gadget, un prodotto, uno sconto o una prova campione del progetto supportato. Nell'equity la partecipazione è di tipo azionario, conferendo al sottoscrittore diritti sia patrimoniali sia amministrativi⁵. Se la remunerazione è costituita da interessi (erogati comunque mediante la piattaforma) si parla di debt based crowdfunding, social lending o peer to peer lending. In questo caso, il finanziamento della folla è un'alternativa al credito bancario e al debito obbligazionario, ma presuppone la produzione di flussi di cassa positivi, necessari al pagamento cedolare.

Una sintesi dei metodi crowd è fornita in tavola 1.

⁵ Da non confondere con il *royalty based crowdfunding*, che prevede una remunerazione calcolata come percentuale del fatturato realizzato su un determinato orizzonte temporale.

Tavola 1 – I modelli crowd

Modalità	Caratteristiche
Donation	Partecipazione non remunerata
Reward	Ricompensa non monetaria (gadget, prodotto o sconto, a titolo di esempio)
Equity	Partecipazione azionaria (corresponsione di dividendi, se disponibili)
Debt	Remunerata mediante pagamento di interessi

Fonte: elaborazione dati questionario

I modelli ora illustrati sono poi differenziabili in funzione del settore e/o dell'area geografica di riferimento (crowd methods settoriali e/o territoriali), delle modalità di raccolta del capitale (utilizzo delle somme subordinato o indipendente dal raggiungimento di determinate soglie⁶) o del timing di raccolta. Ne deriva che dalle tecniche base sono nati e certamente nasceranno nuovi e numerosi modelli ibridi crowd.

5. La regolamentazione

Il quadro regolamentare non è uniforme né armonizzato a livello comunitario. A paesi che hanno pubblicato orientamenti (Germania, Paesi Bassi e Belgio) si contrappongono quelli giunti a una vera e propria azione normativa (Regno Unito, Francia e Italia). La Comunicazione della Commissione Europea del 27 marzo 2014 e l'*Opinion* dell'Eba del 26 febbraio 2015 hanno tracciato i caratteri sostanziali della regolamentazione *crowd*, stabilendo che un gruppo di esperti migliorerà la trasparenza del settore, mediante la sensibilizzazione dell'opinione pubblica e la mappatura delle evoluzioni normative europee. L'Eba ha inoltre individuato le componenti di rischio, nonché le direttive modificabili a correzione delle distorsioni⁷.

Relativamente alla realtà nazionale, l'Italia è nel novero dei paesi disciplinanti la materia, sebbene limitatamente al modello dell'*equity crowd*. Si è partiti con il Decreto Legge del 18 ottobre 2012, n. 179 (Decreto crescita bis), che ha

⁶ In questi casi si parla, rispettivamente, di modalità *all-or-nothing* o scindibili.

⁷ Tra le componenti di alea sono annoverabili il rischio di controparte, di frode, di carenza o di inesattezza delle informazioni, il rischio legale, di liquidità e operativo. La maggior parte di essi si riferisce al *lender*, ma alcuni possono riguardare anche il *borrower*. Il rischio di frode, a titolo di esempio, è il rischio reputazionale per il prenditore di fondi. Tra le direttive più facilmente modificabili è stata selezionata la PSD 2007/64/EC, che vuole uniformare la disciplina europea degli strumenti di pagamento.

introdotto la legislazione delle *start-up* innovative ed è stato convertito nella Legge del 17 dicembre 2012, n. 221. La norma ha delegato alla Consob la disciplina di dettaglio, contenuta nel Regolamento del 26 giugno 2013, n. 18592, poi integrato dal Decreto Legge del 24 gennaio 2015, n. 3. Il medesimo è stato poi sottoposto a consultazione per revisione tra giugno e luglio 2015, per essere infine convertito in Legge del 24 marzo 2015, n. 33. La delibera detta disposizioni inerenti alla gestione del portale, riservata alle banche, alle società di investimento e ai soggetti autorizzati dalla Consob. La commissione per le società e la borsa detiene infatti un apposito registro di iscrizione, distinto in due sezioni: ordinaria e speciale. Nella prima risulta l'elenco delle società di capitali approvate dalla Consob, mentre nella seconda sono riportate le banche e le SIM, denominate "gestori di diritto" perché autorizzate direttamente da Banca d'Italia. Anche nel caso in cui non gestiscano il portale, gli intermediari devono raccogliere le adesioni e depositare i conferimenti in un apposito conto indisponibile. Una banca o una SIM è dunque sempre presente nell'attività *crowd*, anche se le piattaforme sono gestite da terzi. Il Regolamento pone inoltre una condizione fondamentale: almeno il 5% del capitale della *start-up* deve essere sottoscritto da investitori professionali (banche, assicurazioni, fondazioni, fondi comuni di investimento e/o fondi pensione), ribadendo il ruolo degli intermediari nel finanziamento delle innovazioni.

È a questo punto opportuno sottolineare che, ai fini del presente lavoro, non si è entrati nel dettaglio dell'*equity crowdfunding*, in quanto mai impiegato dalle piattaforme esaminate. Sul sito della Consob è comunque disponibile l'intera normativa disciplinante la materia.

6. Le piattaforme degli intermediari

Il paragrafo analizza le piattaforme gestite o partecipate dalle tre banche italiane (Banca Prossima, Banca Interprovinciale e Banca Etica). Siccome i portali funzionano diversamente si è deciso di trattarli in modo individuale, per lasciare al paragrafo 7 gli opportuni confronti. Per garantire omogeneità di trattamento si parte però dall'illustrazione dei principali dati di bilancio, rappresentati congiuntamente in tavola 2 e figura 2.

Il totale attivo sottolinea le dimensioni della banca, tra cui spicca Banca Prossima, seguita da Banca Etica e da Banca Interprovinciale (più di 1 miliardo di euro contro 922 e 288 milioni di euro⁸). Il *leverage* dà invece idea del ricorso all'indebitamento, relativamente al quale emerge Banca Etica, che mostra un totale attivo pari a 19 volte il patrimonio netto. Il rapporto rientra soltanto nel 2012, dove scende progressivamente a 18 e a 16 volte, allineandosi con il sistema bancario italiano, che – nel 2013/2014 – presenta valori rispettivamente

⁸ Valori medi.

pari a 18 e 20⁹.

Banca Etica è anche l'intermediario mostrante la situazione peggiore sotto il profilo del rischio, in quanto il rapporto tra sofferenze e crediti verso clienti aumenta, evidenziando una variazione periodale su base annua pari a + 16% (*Compound Annual Growth Rate*). Rispetto alla realtà nazionale, in tutti e tre i casi l'indice risulta limitato, sia per una più sana gestione bancaria sia per le ridotte dimensioni delle banche. Il valore medio non supera infatti mai lo 0,5%, ponendosi lontano dal dato Banca d'Italia, che nel 2014 si assesta intorno a 10%¹⁰.

Tavola 2 – I valori di bilancio

Voci	Banca Prossima					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Totale attivo	490.157.239	794.205.905	1.051.331.260	1.223.834.645	1.754.326.463	2.905.322.841
Leverage	4,40	6,85	8,59	10,90	13,40	17,03
% sofferenze	0,32%	0,15%	0,11%	0,13%	0,18%	0,32%
Voci	Banca Interprovinciale					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Totale attivo	61.838.105	108.713.989	138.002.609	304.926.252	427.859.603	688.640.657
Leverage	1,54	2,84	3,68	7,50	9,95	13,42
% sofferenze	0,00%	0,00%	0,32%	0,57%	0,65%	0,70%
Voci	Banca Etica					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Totale attivo	673.982.757	747.104.214	855.375.697	963.111.698	1.096.234.801	1.194.093.717
Leverage	20,74	20,86	22,33	17,81	17,88	15,73
% sofferenze	0,32%	0,39%	0,44%	0,43%	0,63%	0,67%

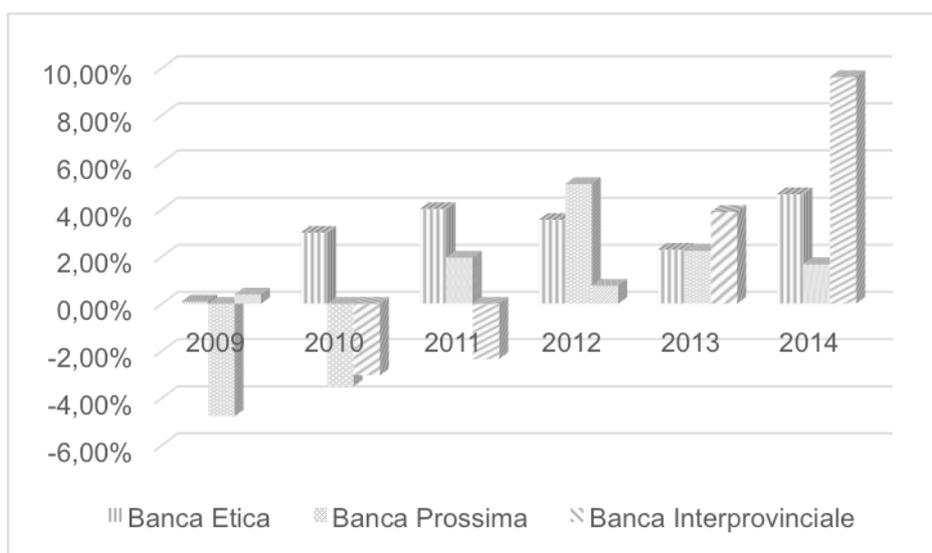
Fonte: elaborazione dati Telemaco

⁹ I valori Banca d'Italia sono utilizzati con finalità di raffronto, sebbene riferiti al solo patrimonio di base, la componente *core* del patrimonio di vigilanza (Relazioni Annuali).

¹⁰ L'informazione è ricavata dalla Relazione Annuale 2014 e si riferisce a tutto il sistema bancario nazionale. Banca d'Italia calcola gli indicatori di rischio utilizzando parametri diversi, spesso provenienti dalla Centrale dei Rischi piuttosto che dai bilanci di esercizio. Nella consapevolezza della difformità di calcolo, l'informazione è comunque coerente e assolutamente confrontabile.

Un'idea della realtà economica è invece fornita dalla figura 2, mostrante l'andamento del ROE. Banca Prossima e Interprovinciale mostrano redditività negativa per due esercizi consecutivi (rispettivamente - 5% e - 3,5% nel 2009/2010, - 3% e - 2% nel 2010/2011), gradualmente recuperata negli anni successivi. Banca Etica vanta invece produttività positiva in tutti i periodi considerati. Il fenomeno è in realtà giustificato dall'indebitamento, in quanto margine di interesse e di intermediazione non sono migliori di quelli degli altri intermediari. Le percentuali derivanti dalla rielaborazione del conto economico (margini su totale attivo) si aggirano infatti su 2% e 3% medio per tutte e tre le banche considerate. L'intermediario mostrante la più significativa volatilità del risultato d'esercizio è invece Banca Interprovinciale, con una deviazione standard 2009-2014 del 4,26% contro il 3,45% di Banca Prossima e l'1,47% di Banca Etica.

Figura 2 – Il ROE



Fonte: elaborazione dati Telemaco

I dati proposti non consentono un'analisi di bilancio completa ed esauriente, ma sono quelli essenziali, utili ad assicurare il funzionamento dell'attività *crowd* note le situazioni finanziarie ed economiche degli intermediari.

6.1 Banca Prossima

Banca Prossima rientra nel gruppo Intesa Sanpaolo, nell'ambito del quale si

occupa del mondo non profit (religioso e laico), proponendosi come creatrice di valore sociale. A marzo 2011 dà vita al portale Terzo Valore, utile alla realizzazione delle iniziative *crowd*. La piattaforma sostiene i progetti economici che, per natura e caratteristiche, sarebbero finanziabili soltanto a costi elevati, riducibili mediante la raccolta presso il pubblico. L'accesso alla piattaforma è riconosciuto alle organizzazioni senza finalità di lucro clienti della banca, mentre l'investitore (denominato "banchiere sociale") può essere una persona fisica o giuridica appoggiata a un qualunque intermediario italiano. Più nel dettaglio, essere cliente di Banca Prossima, disporre di bilanci conformi agli schemi non profit e avere sede legale in Italia sono i prerequisiti richiesti al *borrower*. L'organizzazione deve poi presentare domanda all'istituto, passando al vaglio di un referente territoriale. La società è sottoposta a un'istruttoria sia sociale sia creditizia. La prima valuta la capacità di attrazione e l'impatto del progetto sulla comunità di riferimento, mentre la seconda rappresenta l'iter tradizionale di concessione del credito bancario. Le proposte sono quindi selezionate in funzione di utilità e probabilità di successo individuale (si veda tavola 3).

Tavola 3 – L'accesso a Terzo Valore

Condizioni	<i>Borrower</i>	<i>Lender</i>
Requisiti	<ul style="list-style-type: none">- organizzazione senza finalità di lucro- cliente di Banca Prossima- con bilancio non profit- con sede legale in Italia	persona fisica/giuridica cliente di qualsiasi istituto
Controllo di	referente territoriale	-
Istruttoria	<ul style="list-style-type: none">- sociale- creditizia	-
Parametri di selezione	<ul style="list-style-type: none">- utilità sociale della proposta- probabilità di successo del progetto	-

Fonte: elaborazione dati questionario

Ma quali sono le modalità di funzionamento del *crowdfunding* di Banca Prossima? L'intermediario ha scelto quelle basilari, rappresentate da *lending* e *donation*. Prima ancora di pubblicare il progetto, l'istituto di credito si dichiara disposto a finanziare l'organizzazione - nella misura minima del 33% - per un importo determinato in funzione della capacità di restituzione. Nella migliore delle ipotesi, il 67% delle risorse deriva da prestiti o donazioni privati, a un tasso negoziato in forma bilaterale, compreso tra zero (*donation*) e un massimo inferiore a quello bancario (*lending*). I costi di finanziamento¹¹ sono gli unici oneri a carico del *borrower*, che non deve pagare né commissioni di iscrizione né spese sul risultato raccolto. Quello stipulato tra *borrower* e *lender* è un vero e proprio contratto, non cedibile e non rinegoziabile, con rata di rimborso

¹¹ I soli interessi dovuti alla banca per la modalità *donation*.

semestrale e *timing* che va da 12 a 120 mesi, dove le persone fisiche e giuridiche possono prestare da 500 a 50.000 euro.

Decorsi 18 mesi dalla data di stipulazione, il *lender* può richiedere il rimborso anticipato, mentre l'estinzione *ex-ante* è un diritto sempre riconosciuto all'organizzazione non profit.

Al contrario, nella modalità *donation* (eccezion fatta per il finanziamento della banca) le condizioni operative sono liberamente concordate tra *creator* e *crowdfunder*. Tavola 4 sintetizza le caratteristiche di funzionamento illustrate.

Tavola 4 – Il funzionamento di Terzo Valore

Caratteristiche	Terzo Valore
Modalità <i>crowd</i>	- <i>lending</i> - <i>donation</i>
<i>Lending</i>	- minimo 33% del progetto finanziato da Banca Prossima - massimo 67% finanziato da privati - tasso negoziato in forma bilaterale - <i>timing</i> del prestito oscillante tra 12 e 120 mesi - valore del finanziamento compreso tra 500 e 50.000 euro - estinzione anticipata libera per il <i>borrower</i> - rimborso anticipato richiedibile dopo 18 mesi per il <i>lender</i>
<i>Donation</i>	- minimo 33% del progetto finanziato da Banca Prossima - massimo 67% donato da privati
Costi per il <i>borrower</i>	interessi passivi su almeno il 33% del progetto

Fonte: elaborazione dati questionario

La serietà della piattaforma è garantita dall'obbligo, gravante sull'organizzazione non-profit, di rendicontazione periodica inerente alla realizzazione del progetto e dall'impegno della banca alla restituzione dei fondi nei casi di:

- mancato raggiungimento del *budget*;
- mancato compimento o rinuncia del proponente.

Per assicurare la restituzione del capitale e tutelare i soggetti partecipanti, Banca Prossima è disposta a rinunciare alla quota di finanziamento erogato (si veda tavola 5).

Perfino i progetti più interessanti (ma più difficili, quindi esclusi dal credito tradizionale) sono coperti da uno specifico Fondo per lo sviluppo e l'impresa sociale, costituito mediante la destinazione di almeno metà degli utili realizzati. Sugli utilizzi del Fondo è chiamata ad esprimersi l'amministrazione centrale, che – laddove si siano verificate perdite – ne autorizza l'uso a fini di copertura.

Tavola 5 – Le garanzie di Terzo Valore

Caratteristiche	Terzo Valore
Obbligo di rendicontazione	periodico, a carico del <i>borrower</i>
Garanzia di restituzione fondi	offerta da Banca Prossima, in caso di: - mancato raggiungimento del <i>budget</i> ; - mancata realizzazione o rinuncia del proponente

Fonte: elaborazione dati questionario

È positivo constatare che, a fine luglio 2015, tutte le proposte concluse risultavano realizzate.

Nella forma *lending* si calcola che le organizzazioni non profit abbiano beneficiato di un risparmio di costi di circa 1 milione di euro, mentre il valore dei prestiti a tasso zero (erogati da 648 persone fisiche e giuridiche) eccedeva i 2 milioni di euro.

L'area di intervento principale è stata quella socio-assistenziale, mentre non sono mancati i finanziamenti associati al dono, con durata media standard decennale.

Sul totale, le proposte che hanno funzionato meglio sono quelle in cui l'organizzazione è stata capace di coinvolgere i propri sostenitori, mentre hanno avuto minor fortuna quelle con carenze organizzative o alimentanti false aspettative (si veda tavola 6).

Tavola 6 – I progetti di Terzo Valore

Caratteristiche	Valori
Numero di progetti pubblicati	62
di cui: in corso	7
Valore complessivo dei progetti pubblicati	13.800.000 euro
Valore medio del singolo progetto	> 50.000 euro ¹²
di cui: <i>lending crowdfunding</i>	
Valore dei prestiti erogati dalla folla	5.900.000 euro
Numero di banchieri sociali	1.383
Tasso medio richiesto dal pubblico	1%
di cui: tasso massimo	3%
Durata standard del prestito	Variabile tra 12 e 120 mesi
Periodicità standard della rata di rimborso	semestrale
di cui: <i>donation crowdfunding</i>	
Valore delle donazioni ricevute	766.000 euro
Numero di donatori	152

Fonte: elaborazione dati questionario

6.2 Banca Interprovinciale

Banca Interprovinciale è un intermediario di recente costituzione. È nato infatti nel 2009 come istituto “locale”, impegnato nello sviluppo del territorio emiliano di riferimento. Il portale Com-Unity è operativo da maggio 2014 e il suo funzionamento è disciplinato da apposito Regolamento, che sottolinea le responsabilità della banca sui progetti supportati¹³. Per la trattazione dell’operatività *crowd*, si seguirà lo schema utilizzato per Banca Prossima.

Ai fini dell’accesso, il proponente deve essere cliente di Banca Interprovinciale, mentre la regola non vale per il soggetto erogante fondi.

¹² Sulla piattaforma ci sono progetti di valore compreso tra 15.000 e 900.000 euro.

¹³ Nel caso in cui siano contestate inadempienze, l’importo massimo che l’istituto è chiamato a rimborsare non può eccedere cinquemila euro.

L'accettazione è subordinata al parere di un tutor, assistito da un comitato etico di controllo.

La valutazione non è effettuata in termini numerici (non si assegnano punti al richiedente), ma in funzione di eticità, liceità, originalità, socialità, sostenibilità della proposta, serietà e affidabilità del proponente. Il tutor è anche chiamato a esprimersi in merito all'adeguatezza dell'obiettivo fondi, del *timing* e del settore della proposta, utilizzando le informazioni derivanti da compilazione ed elaborazione di apposito questionario.

Ogni decisione assunta (di accoglienza o di rifiuto) deve essere opportunamente motivata. Un progetto respinto può essere ripresentato, a condizione che il proponente ne dia comunicazione al tutor, per permettergli di verificare le modifiche apportate e formulare un nuovo giudizio. Il tutoraggio è quindi molto importante, in quanto accompagna l'intera vita del progetto, dalla pubblicazione iniziale agli aggiornamenti successivamente richiesti. In generale, se il *borrower* è collaborativo, la proposta *crowd* può essere accessibile al pubblico entro 60 giorni dalla domanda di attivazione (si veda tavola 7).

Tavola 7 – L'accesso a Com-Unity

Condizioni	Borrower	Lender
Requisiti	persona fisica/giuridica cliente di Banca Interprovinciale	persona fisica/giuridica cliente di qualsiasi istituto
Controllo di	- tutor - comitato etico	-
Parametri di selezione	- eticità, liceità, originalità, socialità e sostenibilità della proposta - serietà e affidabilità del proponente	-

Fonte: elaborazione dati questionario

Per quanto concerne le modalità di funzionamento, il *crowdfunding* di Banca Interprovinciale utilizza le forme *donation* e *reward*. L'utente interessato può effettuare atto di liberalità per un valore che varia da 5 a 500 euro, corrisposti in un'unica o più soluzioni.

Quando il contributo è remunerato con un premio, quest'ultimo è determinato in funzione della tempestività e/o del valore offerto. Dal punto di vista organizzativo, il *borrower* è tenuto a comunicare sia l'obiettivo di raccolta fondi sia la durata della proposta, che non può eccedere i 12 mesi.

Se il *budget* viene raggiunto prima dello scadere del termine la raccolta prosegue, raggiungendo disponibilità superiori alle aspettative (tavola 8).

Tavola 8 – Il funzionamento di Com-Unity

Caratteristiche	Com-Unity
Modalità <i>crowd</i>	- <i>reward</i> - <i>donation</i>
Valore del conferimento	importo variabile tra 5 e 500 euro
Informativa richiesta al <i>borrower</i>	- obiettivo fondi - durata della proposta (max 12 mesi)
Costi per il <i>borrower</i>	- corresponsione del premio (modalità <i>reward</i>) - nessuno per <i>donation</i>

Fonte: elaborazione dati questionario

In caso di mancato conseguimento dell'obiettivo fondi, la banca garantisce la restituzione del capitale entro i 30 giorni successivi alla scadenza. La garanzia sussiste anche nei casi (meno frequenti, ma purtroppo possibili) di mancato realizzo o rinuncia al progetto, che deve essere avviato entro 30 giorni dallo scadere del *timing*. La serietà dell'offerta è inoltre garantita dall'obbligo di rendicontazione, da assolvere mediante informazione quadrimestrale al tutor e al comitato etico. Un resoconto è dovuto anche ai soggetti sostenitori, sebbene in termini meno dettagliati e più generici. L'inadempienza informativa è un fenomeno piuttosto grave, punito con la cancellazione del proponente dal sito Com-Unity e con tempestiva notifica agli utenti sostenitori (tavola 9).

Tavola 9 – Le garanzie di Com-Unity

Caratteristiche	Com-Unity
Obbligo di rendicontazione	sì, a carico del <i>borrower</i> : - rendiconto quadrimestrale al tutor e al comitato etico - resoconto (con periodicità variabile) al pubblico sostenitore
Garanzia di restituzione fondi	offerta da Banca Interprovinciale, in caso di: - mancato raggiungimento del <i>budget</i> ; - mancata realizzazione o rinuncia del proponente

Fonte: elaborazione dati questionario

In termini economici il regolamento stabilisce che la totalità degli oneri inerenti configurazione, gestione e profilazione del collegamento Internet sono a carico del proponente, mentre la banca garantisce il funzionamento della piattaforma. Tra i costi sostenuti per la sua realizzazione si ricordano le spese di studio, progettazione, avvio, marketing e del personale tecnico informatico. Il fabbisogno che ne è conseguito (140.000 euro) non è irrilevante e al suo sostenimento

hanno contribuito fondazioni bancarie, enti istituzionali e imprese¹⁴ (tavola 10).

Tavola 10 – I costi di Com-Unity

Costi	Valori
Spese di studio, progettazione e marketing	Sostenute in due <i>tranches</i> : - 50.000 euro - 10.000 euro
Spese di avvio	20.000 euro
Spese del personale tecnico informatico	Sostenute in due <i>tranches</i> : - 30.000 euro - 30.000 euro

Fonte: elaborazione dati questionario

Nel complesso, a fine luglio 2015 erano pubblicati una ventina di progetti, realizzati con le modalità *donation* o *reward*, il cui dettaglio è offerto in tavola 11. Il dato che emerge è il consistente valore dei progetti pubblicati: 1,5 milioni di euro in più rispetto a Banca Prossima, che mostra un'operatività nazionale piuttosto che locale. Il fenomeno è dovuto alla presenza di progetti di entità talvolta eccedente il milione di euro, del tutto incapaci di sollevare l'interesse pubblico, vista l'esiguità della somma raccolta rispetto a quella desiderata. Onde evitare distorsioni (e permettere un raffronto tra le iniziative), il valore medio della singola proposta è stato calcolato escludendo quelli di valore maggiore o uguale a 50.000 euro.

Come per Banca Prossima, i progetti che hanno avuto più successo sono quelli beneficiari di un gruppo di sostenitori pre-esistenti (associazioni o scuole, a titolo di esempio). Quelli con minor fortuna sono stati invece i programmi individuali, con poca originalità o empatia. Questi ultimi hanno patito una carenza di fiducia, dovuta sia all'incapacità di formulare la proposta sia alle difficoltà di utilizzo di Internet o della carta di credito. Non meno importante è poi il blocco culturale; l'idea della donazione è purtroppo ancora lontana dalla mente del risparmiatore italiano.

¹⁴ Il regolamento stabilisce che anche chi propone progetti privi di valenza sociale debba corrispondere alla banca il 5% della somma raccolta, mentre l'1% vada al tutor emittente fattura. In realtà, allo stato attuale, l'intermediario non ha mai trattenuto alcunché, in quanto lo scopo perseguito è sempre stato quello del valore e dell'utilità sociale.

Tavola 11 – Il portale Com-Unity

Progetti	Valori
Numero di progetti pubblicati	46
di cui: in corso	20
Valore complessivo dei progetti pubblicati	15.352.941 euro
Valore medio del singolo progetto	10.500 euro
Valore raccolto presso il pubblico	16.525 euro
di cui:	
Valore medio minimo del conferimento	5 euro
Valore medio massimo del conferimento	2.800 euro
Numero di <i>crowdfunder</i>	304
di cui:	
utilizzatori di carta di credito	193
utilizzatori di bonifico	111

Fonte: elaborazione dati questionario

6.3 Banca Etica

Contrariamente a quanto si crede, Produzioni dal Basso non è la piattaforma di Banca Etica, ma il portale su cui l'intermediario ha acquistato un network. Il sito fu fondato nel 2005 da Angelo Rindone (professionista e consulente web), sebbene la vera esplosione risalga agli inizi del 2010. Si tratta dunque di un portale storico, il primo strumento *crowd* istituito e operante in Italia. Da giugno 2014, attraverso il pagamento di un canone annuo di 5.000 euro, Banca Etica possiede uno spazio sul sito, cui i clienti e i soci possono accedere per caricare progetti di *crowdfunding*. Le risorse raccolte devono essere destinate all'intermediario (a fini di controllo), ma la banca non percepisce risorse dal portale, né trae vantaggi economici dai progetti pubblicati. I benefici che ne ricava sono esclusivamente di carattere non monetario, rappresentati dalla visibilità degli obiettivi sociali, in assoluta coerenza con lo spirito e la ragion d'essere dell'istituto.

Come per Banca Prossima e Interprovinciale al proponente è richiesto di essere cliente di Banca Etica, mentre l'erogante fondi può dipendere da qualunque altro intermediario. È a questo punto spontaneo sottolineare una

prima differenza tra gli intermediari: Banca Prossima accetta come *borrower* soltanto le organizzazioni non profit, mentre Banca Interprovinciale e Banca Etica accolgono come proponenti sia le imprese sia le persone fisiche con progetti individuali.

Il portale di Banca Etica differisce però dagli altri per un altro motivo ancora. Esso non prevede controlli in entrata, ma si configura come generalista, in quanto immediatamente utilizzabile dagli operatori. Il fenomeno solleva un interrogativo: l'assenza di filtri non comporta un abbattimento della fiducia, provocando un allontanamento dei sostenitori? Banca Etica si protegge stabilendo che il proponente sia socio o cliente, che le donazioni finiscano su un conto dell'istituto e che il *creator* sia selezionato dai soci, dalle filiali o (per i progetti nazionali) dall'ufficio relazioni culturali. Tutti i soggetti *creator* sono inoltre incontrati e conosciuti di persona e i progetti vengono valutati in funzione dell'affinità con i valori della banca. Esiste inoltre un codice etico, che stabilisce che gli utilizzatori del portale non facciano leva sulle speranze o sui sogni delle persone, allo scopo di manovrare le scelte di investimento individuali (si veda tavola 12).

Tavola 12 – L'accesso a Produzioni dal Basso

Condizioni	<i>Borrower</i>	<i>Lender</i>
Requisiti	persona fisica/giuridica cliente o socia di Banca Etica	persona fisica/giuridica cliente di qualsiasi istituto
Controllo di	- soci di Banca Etica - filiali di Banca Etica - ufficio relazioni culturali di Banca Etica	-
Parametri di selezione	- affinità del progetto con i valori di Banca Etica - rispetto del Codice Etico	-

Fonte: elaborazione dati questionario

Sotto il profilo operativo, il sito funziona secondo le modalità *reward* o *donation* e il *crowdfunding* può essere realizzato con tre sistemi differenti:

1. **tutto o niente**, in cui il proponente raccoglie i fondi solo al raggiungimento dell'importo stabilito;
2. **raccogli tutto**, in cui l'organizzazione incassa la somma anche in ipotesi di mancata realizzazione del *budget*;
3. **donazione semplice**, che non prevede la definizione del *budget*, ma soltanto della scadenza.

Nelle modalità 1 e 2 la piattaforma trattiene il 5% della somma raccolta, mentre nella terza l'onere scende a 3%. La differenza della *fee* è dovuta al fatto che la donazione semplice è perlopiù utilizzata dai proponenti i progetti sociali.

Una volta iscritta, l'organizzazione deve soltanto scegliere il *budget* (eccezion

fatta per il sistema numero tre), il *timing* (massimo 120 giorni) e il sistema di incasso dei contributi. In qualunque momento è inoltre possibile modificare immagini, video e testi, con la sola eccezione dei dati economici (si veda tavola 13).

Tavola 13 – Il funzionamento di Produzioni dal Basso

Caratteristiche	Produzioni dal Basso
Modalità <i>crowd</i>	- <i>reward</i> - <i>donation</i>
Informativa richiesta al <i>borrower</i>	- obiettivo fondi - <i>timing</i> della proposta (max 120 gg) - modalità di incasso dei contributi
Costi per il <i>borrower</i>	- corresponsione del premio (modalità <i>reward</i>) - nessuno per <i>donation</i>
Forme	Raccolta fondi
Tutto o niente	subordinata al raggiungimento del <i>budget</i>
Raccogli tutto	indipendente dal raggiungimento del <i>budget</i>
Donazione semplice	definizione della sola scadenza, non del <i>budget</i>

Fonte: elaborazione dati questionario

A differenza di Banca Prossima e Interprovinciale non è l'istituto a garantire la restituzione dei fondi in caso di mancato buon fine, ma direttamente la piattaforma, che si avvale del servizio PayPal¹⁵. Sul proponente non grava inoltre obbligo di rendicontazione, sebbene il medesimo sia ritenuto di indiscussa utilità (tavola 14).

Tavola 14 – Le garanzie di Produzioni dal Basso

Caratteristiche	Produzioni dal Basso
Obbligo di rendicontazione	inesistente, sebbene auspicabile
Garanzia di restituzione fondi	a carico della piattaforma, non di Banca Etica

Fonte: elaborazione dati questionario

A luglio 2015 sul network di Banca Etica risultavano caricati 29 progetti, 17 dei quali conclusi e 12 in corso. Le proposte terminate positivamente erano 14, mentre 3 risultavano chiuse con segno negativo. I fattori che contribuiscono al successo sono sia l'obiettivo fondi (non troppo ambizioso, contenuto nei 7.000 euro) sia la capacità di coinvolgere e comunicare con il territorio (proposte

¹⁵ È previsto il futuro ricorso a un sistema ideato da Banca Etica, attualmente in fase di progettazione.

accattivanti, con video brevi e simpatici). Banca Etica suggerisce inoltre che almeno il 20% delle risorse sia raccolto presso la più stretta cerchia di amici, parenti e conoscenti. Tavola 15 fornisce i dati dei progetti pubblicati, dove (sebbene il valore delle proposte sia più contenuto) per parità di trattamento con Banca Interprovinciale e omogeneità di confronto tra gli intermediari, l'entità media del singolo progetto è stata calcolata escludendo quelli maggiori o uguali a 50.000 euro.

Tavola 15 – I progetti Produzioni dal Basso

Produzioni dal Basso	Valori
Numero di progetti pubblicati	580
Numero di utilizzatori registrati	70.000
Totale fondi raccolti	1.670.000 euro
Banca Etica	Valori
Numero di progetti di Banca Etica	29
di cui: in corso	12
Valore complessivo dei progetti pubblicati	576.094 euro
Valore medio del singolo progetto	5.922 euro
Valore raccolto presso il pubblico	190.852 euro
Numero di <i>crowdfunder</i>	1.740

Fonte: elaborazione dati questionario

7. Il confronto delle piattaforme

Le piattaforme illustrate hanno meccanismi di funzionamento diversi, pur indicando la valenza sociale come obiettivo primario. Tra i punti che le accomunano si ricordano l'esistenza della modalità *donation* e la necessità che il *borrower* sia cliente della banca. Gli altri aspetti organizzativi (possesso della piattaforma, natura del proponente, modalità *crowd*, garanzia sui fondi, obbligo di rendicontazione, parametri di selezione, organi di controllo) sono diversi in almeno un caso su tre, cioè con probabilità maggiore o uguale al 33%. La tavola 16 riporta, in forma sintetica e con finalità di raffronto, le caratteristiche peculiari delle tre piattaforme bancarie.

Tavola 16 – Il confronto delle piattaforme

Caratteristiche	Terzo Valore	Com-Unity	Produzioni dal Basso
Piattaforma	di proprietà	di proprietà	partecipata
Modalità <i>crowd</i>	- <i>lending</i> - <i>donation</i>	- <i>reward</i> - <i>donation</i>	- <i>reward</i> - <i>donation</i>
Proponente	organizzazione non profit	- organizzazione non profit - PMI - privato	- organizzazione non profit - PMI - privato
Requisiti di accesso	- <i>borrower</i> cliente - bilancio non profit - sede legale in Italia	<i>borrower</i> cliente o socio	<i>borrower</i> cliente
Controllo di	- referente territoriale - amministrazione centrale	- tutor - comitato etico	- soci della banca - filiale - ufficio relazioni culturali
Obbligo di rendicontazione	sì, in capo al <i>borrower</i>	sì, in capo al <i>borrower</i>	no
Garanzia di restituzione fondi	sì, a carico di Banca Prossima	sì, a carico di Banca Interprovinciale	a carico della piattaforma, non di Banca Etica

Fonte: elaborazione dati questionario

Non irrilevante è poi la questione inerente ai costi e ai ricavi sostenuti e conseguiti dall'intermediario (tavola 17). Mentre il valore degli oneri è stato stimato per Com-Unity e Produzioni dal Basso (dati questionario), il dato non è disponibile per Terzo Valore. Il portale è stato infatti sviluppato internamente al gruppo Intesa Sanpaolo, che riporta i costi nel bilancio consolidato, senza fornire i distinguo di dettaglio. Per quanto concerne i proventi, l'unica a percepire un guadagno è Banca Prossima, mediante l'erogazione del prestito. Siccome l'entità e il tasso del finanziamento variano da caso a caso è tuttavia impossibile stimare il grado di profittabilità per l'intermediario. Immaginando che i prestiti non eccedano mai il 33% si può derivare che la quota di crediti verso clienti inerente

al *crowdfunding* ammonti a 4.554.000 euro¹⁶. Il valore è però frutto di assunzioni semplicistiche, in quanto la percentuale utilizzata è rappresentativa del prestito minimo. In modo alternativo, si può stimare l'entità del finanziamento sottraendo al valore complessivo dei progetti pubblicati quello ricevuto dalla folla, sia con modalità *lending* sia sotto forma *donation*¹⁷. Il prestito vale in questo caso 7.134.000 euro, l'1% del valore medio della posta di bilancio. Sapendo che il tasso applicato si aggira sul 4,5%, gli interessi attivi *crowd* sono circa 321.000 euro all'anno, l'1% del margine di interesse medio di bilancio. La rappresentatività della posta sul risultato di esercizio è invece decisamente più significativa: 46% sul valore medio 2009-2014, 13% sul solo utile 2014. Il fenomeno è dovuto alla presenza di perdite e all'incidenza delle spese amministrative, capaci di comprimere in modo consistente il risultato finale dell'esercizio.

Tavola 17 – I costi e i ricavi degli intermediari

Caratteristiche	Terzo Valore	Com-Unity	Produzioni dal Basso
Costi di progettazione e avvio	nd	140.000 euro	5.000 euro annui
Ricavi per l'intermediario	interessi attivi su min 33% <i>lending</i>	nessuno	nessuno

Fonte: elaborazione dati questionario

Non è dunque facile stabilire la preferibilità di una piattaforma sulle altre. Volendo fare un confronto, si può guardare alle percentuali di successo dei progetti pubblicati (tavola 18). A luglio 2015 l'istituto vincente era Banca Prossima, in cui la totalità delle proposte concluse risultava finanziata (100%). Seguiva Banca Etica (82%), mentre Banca Interprovinciale mostrava un risultato inferiore al 30%. Il fenomeno è dovuto al gap negativo evidenziato durante la trattazione: su Com-Unity ci sono molti progetti di elevato valore e di scarso interesse sociale. Trattandosi di una banca locale sarebbe opportuno selezionare le proposte più territoriali e di importo più realisticamente raggiungibile.

Da agosto a dicembre 2015 Com-Unity è stata però la piattaforma più attiva, mostrando un incremento dei progetti pubblicati pari a + 46%. Seguono Banca Prossima e Banca Etica, che mostrano rispettivamente + 26% e + 21%. La

¹⁶ Importo calcolato applicando la percentuale al valore complessivo dei progetti pubblicati (tavola 6).

¹⁷ Rif. tavola 6.

percentuale di successo dell'istituto emiliano risulta però diminuita del 56%, passando da 27% a 12%. L'intermediario di Modena è dunque partecipato con entusiasmo dalla clientela, sebbene spesso proiettata su iniziative difficilmente realizzabili. Banca Prossima e Banca Etica possono invece vantare una capacità attrattiva dovuta all'ampiezza operativa (la prima) e alla dignità storica (la seconda). Occorre inoltre considerare che le iniziative di Terzo Valore beneficiano del finanziamento dell'intermediario, capace di sostenere le evidenze riportate.

Tavola 18 – Il successo delle piattaforme

Luglio 2015	Terzo Valore	Com-Unity	Produzioni dal Basso
Totale progetti pubblicati	62	46	29
di cui: in corso	7	20	12
% successo	100%	27%	82%
Dicembre 2015	Terzo Valore	Com-Unity	Produzioni dal Basso
Totale progetti pubblicati	78	67	35
di cui: in corso	4	17	0
% successo	95%	12%	66%
Capacità attrattiva	Terzo Valore	Com-Unity	Produzioni dal Basso
Incremento delle proposte su 5 mesi	+ 26%	+ 46%	+ 21%

Fonte: elaborazione dati online

8. Conclusioni

Pur fondandosi su valenze e meccanismi che pongono al primo posto la socialità dell'obiettivo (indipendentemente dalla finanziabilità dell'opera), l'attività *crowd* è arrivata anche in Italia, coinvolgendo l'operatività di alcune banche nazionali.

Il fenomeno solleva curiosità interessanti, tra cui spiccano:

- la compatibilità tra intermediari e raccolta presso il pubblico;
- la capacità del *crowdfunding* di contrastare il *credit crunch* attualmente in corso.

La prima è dovuta al fatto che il *crowdfunding* è un'alternativa al finanziamento bancario, in quanto il contatto tra *borrower* e *lender* avviene con la modalità diretta, che esclude la presenza dell'intermediario.

Il servizio offerto da Banca Prossima, Banca Interprovinciale e Banca Etica si configura in realtà come supporto (non come sostituto o integrazione) all'iniziativa privata, la quale può sfruttare la piattaforma appositamente creata o partecipata dall'intermediario. Il beneficio che l'istituto ne ricava non è di carattere monetario, ma legato all'immagine e alla fiducia accordata dal pubblico. La realizzazione, il mantenimento e il funzionamento della struttura comporta però il sostenimento di oneri. Per contenerli si potrebbe pensare a un accorpamento delle piattaforme, il cui utilizzo resterebbe comunque a livello individuale. Più in particolare, la fusione sarebbe finalizzata sia al contenimento dei costi (economie di scala) sia alla riduzione dei tempi e degli oneri legati alla selezione, alla gestione e al controllo delle proposte. Le opinioni delle banche in merito sono risultate discordanti. L'unica a giudicarla positivamente è stata Banca Etica, che ha riconosciuto un potenziale aumento della visibilità e un miglioramento dell'accessibilità per l'utilizzatore. Più scettiche sono state Banca Prossima e Banca Interprovinciale, che hanno ritenuto irrilevanti e ridotti sia il risparmio di costi sia le potenzialità migliorative. Il raggruppamento presuppone infatti l'alleanza degli intermediari, non immediatamente né facilmente raggiungibile.

Il contrasto al *credit crunch* è invece stato sperimentato positivamente a livello mondiale e/o europeo, in quanto il ricorso alla folla consente l'accesso al credito ai soggetti tradizionalmente esclusi dal mondo bancario. Il discorso differisce però per l'Italia, dove il fenomeno è ancora residuale, soprattutto per la criticità culturale del *crowdfunding*. Il finanziamento pubblico presuppone il sostegno disinteressato e disponibile, disgiunto dall'idea del profitto e della redditività monetaria. La realtà nazionale italiana è ancora lontana dal pensiero del dono, rendendo irrealistica la celebre frase di J. Rifkin, che recitava: "*Now millions of people are becoming the bankers*".

Non è comunque giusto né possibile formulare previsioni troppo pessimistiche. Il *Crowdfunding Report 2015* dichiara che – tra settembre e ottobre 2015 – in Italia sono attive 69 su 82 piattaforme¹⁸, i progetti pubblicati totalizzano a 21.384 unità, il valore raccolto ammonta a 56,8 milioni di euro e il tasso di successo del finanziamento pubblico si aggira sul 30%¹⁹.

I valori del *crowdfunding* bancario rapportati a quelli nazionali consentono dunque di concludere che:

- le piattaforme bancarie sono il 4% del totale;
- i progetti pubblicati su Terzo Valore, Com-Unity e Produzioni dal Basso costituiscono lo 0,8% di quelli italiani;
- il valore raccolto è il 12% di quello nazionale.

¹⁸ Il residuo è in fase di lancio.

¹⁹ All'indagine ha risposto il 62% delle piattaforme totali. I dati esposti non rappresentano quindi la totalità del campione, ma sono sufficientemente significativi, in grado da supportare le osservazioni esposte.

Ne deriva che l'operatività bancaria è tutt'altro che trascurabile, soprattutto perché si tratta di un'attività agli esordi. Rispetto all'intermediazione creditizia la raccolta *crowd* non supera lo 0,5% dei debiti verso clienti delle banche, ma si tratta di ambiti profondamente diversi, difficilmente comparabili. Se il *crowdfunding* bancario avrà lo stesso successo mostrato in altri e differenti ambiti (settori e paesi²⁰), vi è spazio per una crescita di circa 2 volte e mezza lo stato attuale dell'arte. Le piattaforme italiane hanno quindi certamente il tempo di maturare, mostrando positive prospettive di sviluppo e raccogliendo crescenti adesioni del pubblico.

Bibliografia

- Agrawal A.K., Catalini C., Goldfarb A., (2011), "The geography of crowdfunding", Working Paper, No. 16820;
- Banca d'Italia (2014), *Relazione Annuale 2013*;
- Banca d'Italia (2015), *Relazione Annuale 2014*;
- Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A., (2014), "Crowdfunding: Tapping the right crowd", *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, Issue 5, pp. 585 -609;
- Borello, G., De Crescenzo V., Pichler F., (2014), "Le piattaforme di Financial return crowdfunding nell'Unione europea", *Bancaria*, No. 12, pp. 77 – 90;
- Commissione Europea (2013), *Crowdfunding in the EU - Exploring the added value of potential EU action*;
- Commissione Europea (2014), *Sfruttare il potenziale del crowdfunding nell'Unione europea*;
- Consob (2013), *Regolamento sulla raccolta di capitali di rischio da parte di start-up innovative tramite portali on-line*, Delibera n. 18592
- Convegno di Parma del 13 maggio 2015, Il crowdfunding, con partecipazione di Banca d'Italia (Ciaravolo U.), Consob (Zaottini D.), Avv. Fiorelli A. e Prof. Cacciamani C.
- Decreto Legge del 18 ottobre 2012, n. 179
- Decreto Legge del 24 gennaio 2015, n. 3
- Coocheo S., (2013), "Crowdfinance: Banks' Friend or Foe?", *ABA Banking Journal*, Vol. 105, No. 10, pp. 1 - 5
- Eba (2015), *Opinion of the European Banking Authority on lending-based crowdfunding*
- Giudici G., Nava R., Rossi Lamastra C., Verecondo C., (2012), "Crowdfunding: The New Frontier for Financing Entrepreneurship?", *Working Paper*

²⁰ Si ricorda, a titolo di esempio, *CrowdCube*, il sito UK che vanta - a inizio maggio 2016 - una raccolta pari a 202 milioni di euro, 278.000 iscritti e 393 progetti conclusi positivamente.

- Italian Crowdfunding Network, *Analisi delle Piattaforme italiane di crowdfunding*, maggio 2014
- Joachim H., (2011), "A snapshot on crowdfunding", *Working Paper*, No. R2/2011
- Kim K., Hann I., (2013), "Does Crowdfunding Democratize Access to Capital? A Geographical Analysis", *Working Paper*
- Kuppuswamy V., Bayus B.L., (2014), "Crowdfunding creative ideas: the dynamics of project backers in kickstarter", *Working Paper*
- Lawton K., D. Marom, (2013), *The Crowdfunding Revolution: How to Raise Venture Capital Using Social Media*, McGraw Hill, New York
- Legge del 17 dicembre 2012, n. 221
- Legge del 24 marzo 2015, n. 33
- Massolution, (2015), *Crowdfunding Industry Report 2015*
- Mollick E., (2014), "The dynamics of crowdfunding: An exploratory study", *Journal of Business Venturing*, No. 29, pp. 1 - 16
- Piattelli U., (2013), *Il crowdfunding in Italia*, Giappichelli Editore, Torino.
- Previati D., Galloppo G., Salustri A., (2015), "The wisdom of crowds" as an antidote for the "credit crunch". A preliminary analysis of crowdfunding", *Lending, Investments and the Financial Crisis*, Palgrave Macmillan
- Querci F., (2014), "Il crowdfunding e l'innovazione nel finanziamento delle aziende", *Bancaria*, No. 10, pp. 26 – 40
- Ruozzi R., (2014), "Il crowdfunding e il finanziamento delle famiglie e delle PMI", *economia&management*, No. 2, pp.109 - 117
- Sannajust A., Roux F., Chaibi A., (2014), "Crowdfunding In France: A New Revolution?", *The Journal of Applied Business Research*, Vol. 30, No. 6, pp. 1919 - 1928
- Schwiebacher A., Larralde B, (2010), "Crowdfunding of small entrepreneurial ventures", Book chapter in *Handbook of Entrepreneurial Finance* (Oxford University Press), pp. 3 – 23
- Università Cattolica del Sacro Cuore (2015), "Il Crowdfunding in Italia", Milano, Report 2015 (documento disponibile online)

Cristina Rovera

Professore Associato di Intermediari Finanziari
Dipartimento di Management
Università degli Studi di Torino
C.so Unione Sovietica 218 bis
10134 Torino
E-mail: cristina.rovera@unito.it