CROWDFUNDING E BUSINESS ANGEL

Finanziamenti alternativi per nuove imprese

Camera di Commercio
Catanzaro Crotone
Vibo Valentia

Introduzione

Avviare un'attività imprenditoriale richiede sempre un grande impegno.

Oltre ad un'idea valida e a buone competenze, servono tempo, energia e, inevitabilmente, anche un certo capitale iniziale.

Molti aspiranti imprenditori alla ricerca di un supporto economico pensano subito di rivolgersi a una banca per ottenere un prestito.

Tuttavia, per i giovani o per chi non dispone di garanzie da offrire, ottenere un finanziamento tradizionale è sempre più complicato.

Ma oggi, chi intende avviare un'attività, pur disponendo di risorse limitate, ha diverse possibilità.

Il panorama della finanza si è infatti arricchito di strumenti alternativi e più flessibili.

Quando si parla di **finanziamento alternativo**, si fa riferimento alla possibilità di reperire capitali, **senza passare**

necessariamente da una banca, coinvolgendo invece persone, piattaforme digitali, investitori informali o reti locali.

È una modalità che valorizza il rapporto diretto tra gli imprenditori e chi è disposto ad aiutarli, anche con piccole somme, spesso in cambio di un ritorno economico, simbolico o sociale.

Nelle pagine che seguono l'attenzione sarà rivolta alle diverse tipologie di crowdfunding e ai business angel.

Crowdfunding

Il **crowdfunding**, letteralmente "finanziamento dalla folla", consente a imprenditori, aspiranti tali e startup, di raccogliere fondi coinvolgendo direttamente il pubblico. Questo sistema si sviluppa prevalentemente online, grazie a **piattaforme specializzate** che permettono di presentare il proprio progetto a una comunità potenzialmente molto ampia.

La forza di questa forma di finanziamento sta nella semplicità e nell'immediatezza, basta un'idea ben strutturata, una buona capacità di comunicarla e una rete di persone disposte a sostenerla.

Di seguito una panoramica sulle diverse tipologie di crowdfunding.

Crowdfunding di ricompensa (reward-based)

Tra le forme più diffuse e accessibili troviamo il **crowdfunding di ricompensa**, in cui le persone che sostengono economicamente il progetto ricevono in cambio un bene o un servizio proporzionato all'entità del contributo. Può trattarsi del prodotto finale, di un gadget esclusivo, di un'esperienza o semplicemente di un ringraziamento personalizzato.

Questo modello può essere molto utile per il **lancio di nuovi prodotti**, ad esempio nel design, nella tecnologia e nella moda, oppure in ambito **artistico e culturale**, dove la ricompensa può essere la copia di un libro, un biglietto per uno spettacolo o un album musicale.

Questo tipo di crowdfunding, quindi, permette di **testare l'interesse del pubblico** e costruire una comunità di clienti ancora prima che il prodotto sia ufficialmente sul mercato.

Chi sceglie questa formula, inoltre, può raccogliere fondi mantenendo il pieno controllo della propria impresa, senza cedere quote o dover restituire il denaro ricevuto.

Tuttavia, è importante considerare anche i possibili rischi.

Uno dei più frequenti riguarda la difficoltà nel rispettare le tempistiche di consegna delle ricompense.

Molti progetti finanziati attraverso il crowdfunding, infatti, si trovano ancora in fase di sviluppo quando vengono lanciati, e non sempre è possibile prevedere con precisione i tempi necessari per la produzione e la distribuzione.

Per questo motivo, è fondamentale pianificare tutto in modo accurato includendo soluzioni alternative in caso di imprevisti, così da mantenere alta la credibilità e la soddisfazione dei sostenitori.

Crowdfunding di equità (equity-based)

Chi aderisce al **crowdfunding di equità**, in cambio del suo contributo economico, ottiene **una quota dell'impresa** e partecipa alla sua crescita.

I sostenitori, quindi, non sono semplici finanziatori, ma diventano **soci dell'azienda a tutti gli effetti**, condividendone i rischi e i potenziali benefici economici.

Pur essendo una formula collettiva, in cui il capitale proviene da un ampio numero di investitori, non è escluso che alcuni di essi possano mettere a disposizione degli imprenditori competenze ed esperienze.

Tuttavia, nella maggior parte dei casi, il rapporto tra l'impresa e i sottoscrittori rimane limitato all'aspetto finanziario, senza un coinvolgimento diretto nella gestione o nelle decisioni operative.

Questo modello è particolarmente adatto per startup e imprese che si trovano in fase di crescita e hanno bisogno di capitali consistenti per sviluppare nuovi prodotti, ampliare la produzione o accedere a nuovi mercati.

Cedere quote della società implica inevitabilmente **responsabilità nei confronti degli investitori**, se l'attività non raggiunge i risultati attesi, può generarsi un clima di insoddisfazione e sfiducia.

L'impresa potrebbe trovarsi a dover affrontare pressioni e richieste di chiarimento legate al mancato ritorno sull'investimento con possibili ripercussioni sulla propria reputazione e sulla capacità di raccogliere ulteriori fondi in futuro.

Per prevenire questo rischio, è fondamentale costruire fin da subito un rapporto basato su trasparenza, comunicazione costante e gestione realistica delle aspettative.

L'impresa deve condividere con chiarezza gli obiettivi del progetto, i tempi stimati, i potenziali rischi e le strategie di gestione, evitando promesse difficili da mantenere.

Crowdfunding di prestito (lending-based o peer-to-peer lending)

Il **crowdfunding di prestito**, conosciuto anche come **peer-to-peer lending**, è un sistema in cui **il pubblico presta denaro all'impresa**, che si impegna a restituirlo nel tempo, con l'aggiunta di un **interesse stabilito**.

È una soluzione molto apprezzata da chi ha bisogno di un finanziamento rapido senza dover cedere quote della propria azienda. In particolare, può risultare utile per piccole e medie imprese, attività commerciali e artigiane che necessitano di liquidità per acquistare macchinari e rinnovare locali.

Le **condizioni di rimborso sono solitamente più flessibili** rispetto ai canali bancari, e i tassi di interesse possono essere competitivi.

Anche se si tratta di un sistema più diretto e snello, resta l'obbligo di **restituire la somma e gli interessi nei tempi concordati**. Questo implica che chi sceglie questa forma di finanziamento debba avere un piano ben strutturato.

È fondamentale saper prevedere con realismo i flussi di cassa futuri, stimando entrate e uscite in modo da assicurare la disponibilità delle somme necessarie per onorare puntualmente le scadenze.

Un piano di rimborso sostenibile deve tenere conto non solo delle spese ordinarie, ma anche di eventuali imprevisti e oscillazioni stagionali delle vendite.

La capacità di **dimostrare concretezza** è spesso richiesta anche dalle piattaforme stesse che effettuano una valutazione preliminare dei progetti da presentare agli investitori. Un'impresa che si presenta con dati poco chiari o obiettivi vaghi rischia di non ottenere la fiducia necessaria per avviare con successo la raccolta.

In sintesi, il crowdfunding di prestito è uno strumento flessibile e accessibile ma **va affrontato con la stessa serietà di un finanziamento tradizionale**.

Crowdfunding di donazione (donation-based)

Infine, nel **crowdfunding di donazione**, i donatori che contribuiscono al progetto non cercano ricompense materiali o ritorni economici ma sono mossi dal desiderio di **sostenere qualcosa che ritengono utile**, giusto e necessario. Questa modalità può essere adatta alle imprese, in particolare startup, che sviluppano **progetti con un impatto positivo sulla comunità, sull'ambiente o su specifiche categorie sociali**.

Il coinvolgimento dei contributori può aiutare a creare una rete solida di contatti, collaboratori e clienti affezionati, composta da persone che si sentono parte del progetto e sono pronte a seguirlo anche nel lungo periodo.

Tuttavia, trattandosi di una forma di raccolta basata esclusivamente sulla generosità delle persone, il risultato non è mai garantito.

Anche un progetto ben strutturato, con finalità condivisibili e una comunicazione efficace, può non raggiungere l'obiettivo economico previsto.

La campagna di crowdfunding

Per realizzare una campagna di crowdfunding efficace è fondamentale seguire alcune buone pratiche che aumentano le possibilità di successo.

Prima di tutto, è importante definire un **obiettivo chiaro e realistico**, spiegando in modo semplice il progetto che si vuole realizzare e perché vale la pena sostenerlo.

Oltre ad una comunicazione trasparente e coinvolgente può essere utile realizzare un **video autentico** con testi diretti e immagini curate che aiutano a catturare l'attenzione.

Durante la campagna, poi, è cruciale mantenere attivo il **dialogo con la comunità**, rispondere ai commenti, ringraziare e, soprattutto, **aggiornare i partecipanti sui progressi**.

Anche dopo la chiusura, è buona norma informare su come si **stiano utilizzando le risorse ottenute** e sull'evoluzione del progetto.

Infine, l'elemento chiave è l'onestà, costruire fiducia è il modo più solido per ottenere sostegno e consolidare relazioni

durature.

Business Angel

Il **business angel** è un **investitore privato** che decide di sostenere imprese nascenti, in fase pre operativa o nei primi stadi di sviluppo.

Si tratta generalmente di un imprenditore, un manager o un professionista con esperienza, talvolta in pensione, che dispone di un capitale da investire e sceglie di **supportare progetti nei quali crede fortemente** in cambio di una partecipazione azionaria.

Active angel e passive angel

Non tutti i business angel adottano lo stesso approccio all'investimento.

È possibile distinguere due profili ben riconoscibili, che riflettono modalità diverse di partecipazione alla vita dell'impresa.

Alcuni investitori scelgono di assumere un **ruolo attivo** nel percorso di crescita dell'azienda, altri, invece, preferiscono mantenere una **posizione più distaccata**, concentrandosi esclusivamente sul ritorno economico.

È così che si distinguono gli **active angel** dai **passive angel**. La scelta tra un ruolo attivo o passivo può dipendere da diversi fattori quali, la fase di sviluppo dell'impresa, il tipo di supporto di cui si ha bisogno, la propensione dell'imprenditore al confronto e la disponibilità ad accogliere una figura esterna con un ruolo più o meno incisivo all'interno dell'azienda.

Active angel

Gli **active angel** sono business angel che, oltre a fornire risorse finanziarie si impegnano direttamente nello **sviluppo dell'impresa**.

Affiancano l'imprenditore in modo costante

- nelle scelte strategiche
- nella definizione del modello di business
- nella gestione finanziaria

- nell’individuazione del target di riferimento.

Offrono anche **consulenza operativa**, mentorship e affiancamento imprenditoriale grazie all’esperienza maturata sul campo.

Inoltre, possono **mettere a disposizione contatti capaci di aprire nuove strade per il business**, per le collaborazioni o per l’acquisizione di clienti e fornitori.

Il loro coinvolgimento è continuo, spesso personale.

Per questo motivo, l’intervento di un active angel è particolarmente indicato per chi si trova nelle **prime fasi del percorso imprenditoriale**, quando le risorse sono limitate, le decisioni critiche e l’esperienza spesso insufficiente.

In questo periodo delicato, l’apporto di un investitore che non si limita a finanziare, ma che aiuta l’imprenditore nelle scelte, può fare la differenza tra il successo e il fallimento, infatti, grazie alla loro visione, possono aiutare a evitare i classici errori che spesso le startup compiono.

In sostanza, non sono solo una fonte di capitale, ma veri e propri **alleati nella costruzione delle fondamenta di un'impresa solida e orientata alla crescita**.

Passive angel

I **passive angel**, invece, investono capitale nell'impresa, ma **non partecipano alla gestione quotidiana né influenzano le decisioni operative**.

Il loro interesse principale è il ritorno sull'investimento nel medio-lungo periodo.

Non essendo coinvolti nel percorso decisionale possono rappresentare una risorsa preziosa **per imprese che possiedono già le competenze necessarie** e desiderano mantenere piena autonomia operativa pur beneficiando del sostegno finanziario di cui hanno bisogno per crescere.

Rischi e criticità

Anche il rapporto con un business angel presenta potenziali criticità, che variano in base al tipo di coinvolgimento.

Nel caso degli **active angel**, il confronto costante può rivelarsi un'opportunità preziosa, ma anche fonte di tensioni se non c'è pieno allineamento su obiettivi, strategie o modalità operative.

L'assenza di chiarezza sui ruoli, l'eccessiva interferenza nelle decisioni aziendali o una **visione divergente sul percorso di crescita** possono rallentare i processi decisionali o generare conflitti interni.

Anche con i **passive angel** potrebbero sorgere dei problemi, sebbene di natura diversa.

In caso di difficoltà un investitore poco presente **potrebbe non offrire l'aiuto necessario**, o al contrario**, intervenire in modo improvviso** senza una reale conoscenza dell'evoluzione del progetto.

Business angel: dove trovarli e come convincerli

Entrare in contatto con i business angel richiede preparazione e strategia.

Un primo canale efficace per trovarli è rappresentato dalle **piattaforme online dedicate agli investimenti** che permettono di pubblicare una presentazione completa del progetto, illustrando l'idea, gli obiettivi, il team e il piano finanziario.

È possibile arricchire la presentazione con materiali di supporto, come **video introduttivi**, per rendere la candidatura più completa e professionale.

Anche la cura della comunicazione digitale, dal sito web ai profili social dell'impresa, contribuisce a costruire una prima impressione solida e credibile.

Inoltre è altrettanto utile partecipare a eventi di **networking, pitch competition o incontri organizzati da incubatori e acceleratori**.

Queste iniziative offrono l'opportunità di conoscere potenziali investitori di persona, creare relazioni dirette e ricevere feedback immediati sui progetti.

È quindi importante preparare un **pitch sintetico e coinvolgente**, che illustri l'idea, il mercato di riferimento, il vantaggio competitivo e le persone coinvolte.

In ogni contesto, che sia online o dal vivo, gli investitori apprezzano la trasparenza, la consapevolezza dei limiti e la capacità di definire obiettivi raggiungibili.

Dimostrare coerenza tra ciò che si promette e ciò che si è in grado di realizzare rafforza la fiducia e aumenta le probabilità di instaurare collaborazioni durature.