

Introduzione.

In viaggio alla scoperta del crowdfunding

Un libro è un viaggio attraverso esperienze, persone, storie. Nel nostro caso a questi elementi si sono aggiunti e s'intrecciano tecnologia, risorse, innovazione.

Ancora nessuno ha trovato la parola giusta per tradurre *crowdfunding* in italiano, ma ne avremmo bisogno. Le esperienze che abbiamo raccolto nel nostro paese in mesi di ricerca sul campo raccontano infatti storie diverse da quelle d'oltreoceano: una specificità che spesso si cerca di annullare – all'inseguimento del modello americano – e che invece, laddove valorizzata, permette di dar vita a processi di innovazione vera.

Pur in mancanza di un termine tutto nostro, nel primo capitolo abbiamo cercato di ricostruire gli elementi necessari a una definizione del crowdfunding e delle logiche che lo governano.

Il lavoro che ha generato questo libro, pur attento in prima battuta alla realtà italiana, non poteva non portarci – per il fatto stesso di affrontare uno strumento che vive nella rete – a viaggiare anche nel resto del mondo. Abbiamo così condotto interviste in profondità ai fondatori di dieci piattaforme di crowdfunding attive a livello globale: dagli Stati Uniti agli Emirati Arabi, dalla Svezia a Israele passando per Olanda, Inghilterra, Svizzera, Hong Kong.

L'obiettivo è stato quello di comprendere dalle loro storie i tratti principali dello scenario attuale, individuare opportunità e minacce, scoprire strategie, risultati e processi e soprattutto analizzare come i protagonisti di queste iniziative hanno vissuto il crowdfunding «da dentro», come stanno impostando e immaginando il loro futuro, con quali implicazioni per persone, organizzazioni e progetti. Il racconto di questi casi di studio è oggetto del secondo capitolo, dedicato appunto all'evoluzione del crowdfunding

dal punto di vista delle piattaforme – americane, europee e del resto del mondo.

Il terzo capitolo torna a concentrarsi sul contesto nazionale per disegnare l'evoluzione delle piattaforme italiane. Sorprenderà forse ma, come già accaduto per altre invenzioni, anche il crowdfunding è nato in Italia e lo ha fatto ancora prima che nel mondo anglosassone fosse coniato il termine. Per anni ha mantenuto un andamento carsico e poi, con l'esplosione del fenomeno negli Stati Uniti, è riemerso, ha fatto la sua strada, fino a creare una foce a delta, con molti rami, a volte bloccati da sedimenti che impediscono loro di raggiungere il mare.

Il quarto capitolo affronta il tema della sostenibilità delle piattaforme di crowdfunding nel corso del tempo e le implicazioni per il loro sviluppo.

Il capitolo quinto è dedicato a un nodo centrale: quello della costruzione della proposta e della definizione di una strategia di progetto complessiva. Senza un buon business plan, nessuna iniziativa di crowdfunding – nemmeno la migliore dal punto di vista dei risultati conseguiti in termini di raccolta delle risorse finanziarie – è destinata al successo. Cercheremo quindi di comprendere nel dettaglio la strategia di marketing digitale utilizzata per portare i progetti al raggiungimento dell'obiettivo desiderato, non solo in termini di finanziamento. Il crowdfunding, infatti, è marketing di nuova generazione: porta idee, progetti e prodotti nel mercato e rappresenta un'occasione unica per testare un'idea, costruire una community intorno a un prodotto o a un progetto, acquisire notorietà di brand e posizionarsi nel mercato, indagandone in profondità dinamiche e potenzialità. Il capitolo intreccia, in termini metodologici, gli studi più recenti sulla strategia digitale a livello di crowdfunding all'analisi di tantissimi casi e alla teoria relativa al marketing digitale in termini di approccio e metodologia.

Studiare i mille rivoli del crowdfunding italiano porta a confrontarsi con progettualità, visioni e vissuti molto diversi: un'esperienza ancora più ricca quando si passa dalle piattaforme ai progetti. Il crowdfunding, almeno in questa fase sperimentale, sta attirando progettisti auto-selezionati per tratti di sperimentazione e innovazione. Le interviste condotte ci hanno permesso di entrare in relazione con persone che si stanno mettendo in gioco per realizzare un'idea, spesso un sogno, e con progetti di grande valore. E il sistema di relazioni che ruotano intorno a un progetto di crowdfunding sono oggetto del sesto capitolo.

Analizzare il crowdfunding oggi è aprire una finestra sull'Italia che sta investendo per uscire dalla lunga crisi, che cerca di cambiare sistemi che

hanno mostrato la loro debolezza. Le difficoltà non mancano e le riflessioni svolte nel settimo capitolo sono solo un primo esercizio: i tempi per la valutazione non sono ancora maturi e le cause delle criticità già riscontrate non sono da ricercare nel crowdfunding ma riguardano il sistema in cui esso si inserisce.

Oltre il testo: i contenuti integrativi

Parlare oggi di crowdfunding significa raccontare un fenomeno in movimento: la ricchezza degli spunti e dei percorsi di indagine difficilmente può esaurirsi e trovare forma compiuta nelle pagine di un libro, così come la presentazione dei casi di interesse.

Per questo abbiamo scelto di integrare il testo con un ricco apparato di contenuti digitali che dà spazio ad approfondimenti, testimonianze, infografiche di sintesi, documenti, suggerimenti metodologici e operativi, e aprire ulteriori piste di ricerca attraverso numerosissimi link e vere proprie sitografie tematiche.

La presenza dei contenuti aggiuntivi, la cui selezione e cura sono frutto della grande esperienza di Chiara Spinelli – che, grazie a questo enorme contributo, rientra a pieno titolo tra le autrici dell'opera –, è segnalata nel corso del testo dai box su fondo grigio e dai simboli accanto ai titoli dei paragrafi.

Oltre a queste risorse, tra i contenuti digitali si trovano anche le interviste. Nel testo abbiamo cercato di mantenerne lo spirito, ricorrendo spesso al discorso diretto, per valorizzare i vissuti e le opinioni dei protagonisti di esperienze che, in questa fase, hanno bisogno di farsi narrazione: un materiale vivo su cui solo successivamente si potranno costruire interpretazioni. In alcuni casi le interviste sono riprodotte nella loro completezza, in altri abbiamo riportato ampi estratti: la versione integrale è allora disponibile tra i materiali digitali a corredo del testo.

Ringraziamenti



Vogliamo infine ringraziare di cuore tutte le persone intervistate che, raccontandoci le loro esperienze tra piattaforme e progetti, ci hanno dedicato tempo e che soprattutto si sono dimostrate aperte, entusiaste, trasparenti,

determinate e animate da un'unica volontà: quella di rivoluzionare le dinamiche di accesso alla raccolta di risorse finanziarie nel tempo, per costruire un nuovo pezzo di storia nell'evoluzione del crowdfunding a livello internazionale. Un'unica certezza accomuna tutti noi: questo è solo l'inizio.

Oltre che di questa fase di ricerca sul campo, il lavoro qui presentato è frutto di un percorso più lungo, di osservazione partecipante e spesso partecipe. Sono molte le persone che, a tal proposito, meritano un ringraziamento particolare.

Da parte di Ivana Pais: Daniela Castrataro, Claudio Bedino, Chiara Spinelli, Fabrizio Morgera e tutta ICN; Oliver Gajda, Ralf Beck, Ali Dardour, Dan Marom, Andreas Will, Dennis Bruntje e ECN; Javier Ramos e James Stewart; Dario Di Vico, Fabio Savelli e tutto il team de La Nuvola del Lavoro; Giancarlo Provasi; Cecilia Manzo; Nicola Palmarini; Martina Angelotti, Paolo Dalla Sega e Luca Monti del Master MEC dell'Università Cattolica; Giuliana Borello; Anita Longo e l'associazione THINK!; Bernardo Balboni e Ulpiana Kocollari; Dario Peirone, Marco Guerzoni e Angelo Miglietta; Paola Pierri; Stephanie Rotelli, Giustina Jaeger e Giulia Anselmi; Roberto Ruozi; Paola Palmerini e Giulia Frangione; Denise Di Dio, Gianmarco Paglietti e il Gruppo di lavoro sul Crowdfunding promosso dal Consorzio Camerale per il Credito e la Finanza; l'advisory board «Crowdfunding Lombardia» promosso da Assolombarda e il suo responsabile Stefano Venturi; il gruppo Facebook Crowdfunding Italia.

Da parte di Paola Peretti, un grazie speciale va a Robin Teigland della Stockholm School of Economics con cui Paola ha la fortuna di lavorare e di confrontarsi traendone sempre insegnamenti preziosi e ispirazione.

Da parte di Chiara Spinelli un ringraziamento a Claudio Bedino e Angelo Rindone per i confronti così diversi ma stimolanti sul crowdfunding, e a Francesco, per averla spinta quasi quattro anni fa a intraprendere questa avventura.

A Umberto Piattelli tutta la nostra gratitudine per aver preso parte all'avventura di questo libro, scrivendo il box «La regolamentazione dell'equity crowdfunding in Italia», inserito nel § 1.5.

Le autrici ringraziano infine tutta la redazione di Egea per la passione e la professionalità.