

## “Equity Crowdfunding e Consulenza Finanziaria: Una Sinergia per il Successo di Investitori e Imprese”

### INTRODUZIONE

La consulenza finanziaria rappresenta un servizio di fondamentale importanza per coloro che desiderano gestire al meglio il proprio patrimonio, ottimizzare le proprie strategie di investimento e raggiungere obiettivi finanziari specifici. Tradizionalmente, questo tipo di servizio si rivolge principalmente a investitori privati o istituzionali, offrendo loro un supporto qualificato nell'analisi approfondita dei mercati finanziari, nella selezione accurata degli strumenti finanziari più idonei e nella costruzione di portafogli diversificati. Inoltre, un altro aspetto fondamentale della consulenza finanziaria è rappresentato dall'assistenza e dai servizi offerti alle società che intendono quotarsi sui mercati regolamentati. Tuttavia, va evidenziato che la recente evoluzione del sistema economico-finanziario ha ulteriormente ampliato il ruolo della consulenza finanziaria, includendo anche nuovi comparti innovativi come, ad esempio, l'equity crowdfunding.

Il “crowdfunding” può essere definito come una richiesta al pubblico di finanziamenti, attraverso piattaforme online, da parte di soggetti che necessitano di fondi per sviluppare progetti o per scopi personali. L'utilizzo di piattaforme online facilita l'incontro tra i soggetti che richiedono fondi e coloro che sono disposti a finanziare i progetti. L'equity crowdfunding è una delle tipologie di crowdfunding, in cui l'investimento avviene attraverso la sottoscrizione di quote di capitale di rischio, e l'investitore diventa, a tutti gli effetti, socio dell'impresa. Le campagne di equity crowdfunding presentano alcune caratteristiche: 1) un obiettivo minimo di raccolta, definito “goal”, che sancisce il successo o l'insuccesso della campagna (se non raggiunto i capitali raccolti vengono restituiti agli investitori); 2) la percentuale di equity distribuita, ossia la percentuale di capitale sociale della società che viene distribuita agli investitori. Da questa percentuale si può ricavare “l'equity retention”, ovvero la porzione di equity trattenuta dai founders (che può indicare le aspettative degli stessi sull'esito del progetto). 3) l'investimento minimo o chip minimo da investire; 4) il limite massimo di raccolta in caso overfunding. 5) la durata della campagna.

### La consulenza finanziaria e l'equity crowdfunding

Attualmente, il servizio di consulenza non è più circoscritto ai mercati regolamentati, ma supporta anche gli investitori interessati ad investire nei progetti delle imprese non quotate. L'equity crowdfunding si è affermato come uno strumento sempre più popolare, che permette alle startup e alle PMI di ottenere capitali in modo diretto da un'ampia platea di investitori, configurandosi come una forma di finanziamento imprenditoriale alternativa ai canali tradizionali (come ad esempio banche o dai venture capital). Nonostante gli evidenti vantaggi per investitori ed imprese, è importante sottolineare che esso comporta dei rischi e che, di conseguenza, risulta fondamentale disporre di competenze tecniche adeguate per valutare con precisione i business plan presentati, gli indicatori finanziari e il potenziale di crescita delle imprese. In questo scenario complesso, la consulenza finanziaria assume un ruolo cruciale nel supportare gli investitori e guidarli verso decisioni consapevoli e informate.

## La consulenza per gli investitori nell'equity crowdfunding

La consulenza finanziaria offre numerosi vantaggi agli investitori che scelgono di avvalersi dell'equity crowdfunding. Innanzitutto, il consulente si occupa di identificare la piattaforma più idonea agli obiettivi specifici dell'investitore, effettuando un'analisi approfondita della trasparenza, della reputazione e delle aree di specializzazione delle diverse opzioni disponibili. Successivamente, il consulente analizza in modo dettagliato i progetti proposti, offrendo uno screening accurato, basato su criteri come la solidità del business plan, l'affidabilità delle metriche finanziarie e la valutazione dei rischi. Questo processo consente di identificare le opportunità più promettenti e di evitare potenziali insidie. Inoltre, attraverso un'opportuna diversificazione di portafoglio, il consulente finanziario aiuta il cliente-investitore a ridurre i rischi legati agli investimenti in startup, tipicamente elevati. Infine, una volta effettuato l'investimento, il consulente si impegna a monitorare costantemente l'andamento delle imprese finanziate, fornendo suggerimenti mirati riguardo a eventuali opportunità di follow-on funding o strategie di uscita adeguate.

## La consulenza per le imprese nell'equity crowdfunding

Oltre a supportare gli investitori, la consulenza finanziaria svolge un ruolo determinante anche per le imprese che decidono di utilizzare l'equity crowdfunding come strumento di finanziamento. In primo luogo, un consulente esperto può offrire un supporto essenziale nella pianificazione e nella preparazione della campagna, aiutando l'impresa a sviluppare un business plan solido e ben strutturato. Questo processo include anche l'identificazione delle caratteristiche distintive necessarie per attrarre con successo gli investitori. Inoltre, la consulenza si rivela fondamentale nella scelta della piattaforma più adatta, tenendo conto delle peculiarità del settore in cui opera l'impresa, del pubblico target e delle condizioni contrattuali offerte. Parallelamente, i consulenti possono fornire supporto strategico nella comunicazione e nel marketing, aiutando l'impresa a definire messaggi chiari ed efficaci che siano in grado di coinvolgere il maggior numero di investitori e raggiungere così il "goal" ispirare fiducia. Infine, la consulenza garantisce che l'impresa rispetti tutte le normative legali e finanziarie applicabili, assicurandosi che ogni aspetto del processo sia conforme ai requisiti previsti dalla legge e dal mercato.

## INDAGINE EMPIRICA

L'equity crowdfunding rappresenta una frontiera sempre più rilevante nel panorama finanziario, in particolare per startup e PMI che mirano a ottenere capitali direttamente da una vasta platea di investitori. La nostra indagine empirica si colloca in questo contesto, con un focus specifico sul mercato italiano. In particolare, sono state analizzate 437 campagne di equity crowdfunding condotte in Italia tra gennaio 2014 e giugno 2020, utilizzando i dati per comprendere quali siano i fattori determinanti del successo di tali campagne. Questo studio si basa su contributi fondamentali della letteratura esistente, come i lavori di Ethan Mollick (2014) e Vismara, S.(2016). Questi studi offrono spunti preziosi per esplorare come la presenza di video promozionali, la quota di equity retention, la presenza di donne nel board e di dichiarazioni sostenibili possano influenzare i risultati delle campagne.

I risultati della ricerca possono essere efficacemente utilizzati dai consulenti finanziari nell'attività di supporto alle imprese su quali azioni adottare per garantire il successo di una campagna e nell'assistere gli investitori nella scelta delle opportunità più promettenti. Ad esempio: fattori quali la presenza di video esplicativi del progetto, la quota di equity retention e la presenza di donne tra i

fondatori emergono come determinanti chiave del successo, fornendo indicazioni pratiche per orientare decisioni strategiche sia dal lato delle imprese che degli investitori. In sintesi, tenendo conto dei risultati della ricerca, i consulenti finanziari possono aiutare i clienti a selezionare i progetti più meritevoli e, al contempo, ridurre il rischio dell'investimento.

### *Dataset e Variabili Analizzate*

Per condurre questa analisi, è stato costruito un dataset contenente informazioni su 437 campagne di equity crowdfunding realizzate in Italia tra il 2014 e il 2020. Queste campagne provengono da 21 diverse piattaforme italiane ( Action Crowd, Back To Work 24, Cofyp, Crowd-FundMe, CrowdInvest, Ecomill, Extrafin, Forcrowd, Fundera, IdeaCrowdfunding, Investi-re, Leonardo equity, Lita.co, Mamacrowd, MuumLab, Next Equity, OpStart, Stars Up, The Best Equity, 200Crowd, and We Are Starting) e includono sia casi di successo che insuccessi. Abbiamo esaminato una serie di variabili per comprendere i fattori che influenzano il successo delle campagne. Abbiamo utilizzato tre variabili dipendenti come proxy per misurare il successo: il capitale raccolto, il raggiungimento dell'obiettivo minimo di raccolta e il numero di investitori; abbiamo poi inserito delle variabili indipendenti quali : capitale sociale dei fondatori (numero di connessioni su LinkedIn), quota di equity retention, numero di commenti, presenza di brevetti, obiettivo di raccolta( goal), numero di donne tra i founders.

### *Metodologia di Stima*

Per analizzare i dati raccolti, abbiamo utilizzato modelli statistici avanzati. In particolare, abbiamo usato il modello Tobit per esaminare il capitale raccolto, in quanto questa variabile è troncata a zero per le campagne che non hanno raggiunto il loro obiettivo minimo. Inoltre, abbiamo impiegato un modello di regressione binomiale negativa per studiare il numero di investitori e un modello Logit per valutare la probabilità di successo delle campagne, essendo rappresentata da una variabile binaria (successo/fallimento:1/0). Questi strumenti ci hanno permesso di isolare l'effetto di ciascuna variabile chiave e di determinare il loro impatto sul successo delle campagne.

### *Risultati dell'Analisi*

L'analisi condotta evidenzia alcuni fattori determinanti per le campagne di equity crowdfunding impattando sulla probabilità di successo. Nell'indagine empirica sono risultate significative e positive le seguenti variabili indipendenti: capitale sociale dei fondatori (numero di connessioni su LinkedIn), quota di equity retention, numero di commenti, presenza di brevetti, numero di donne tra i founders. Ciò dimostra come queste variabili impattino positivamente sulla probabilità di successo della campagna. Tutto ciò può avere un impatto diretto sulla consulenza finanziaria, poiché il consulente può basarsi sui risultati di questa indagine empirica per selezionare i progetti in base alla presenza e all'intensità di queste variabili.

#### Capitale Sociale dei Fondatori

Il capitale sociale, misurato tramite le connessioni LinkedIn, è cruciale per attrarre investitori. Una rete estesa aumenta visibilità e fiducia, generando un effetto moltiplicatore attraverso il passaparola. Essendo questa variabile risultata dall'indagine empirica positiva e significativa, si può concludere che sono preferibili i progetti con un social capital (dei founders) maggiore.

#### Equity retention

L'equity retention (1-equity offerta) , rappresenta la quota di equity "trattenuta" dai founders ed è correlata al successo della campagna e alle aspettative degli stessi founders sull'impresa . Essendo anch'essa risultata significativa e positiva nell'indagine statistica, allora si può affermare che i progetti con un equity retention elevata hanno maggiori probabilità di successo.

## Numero di Commenti

Un elevato numero di commenti indica coinvolgimento degli investitori. Questo favorisce la trasparenza, rafforza la fiducia e migliora il tasso di conversione da interessati a finanziatori attivi. Avendo riscontrato anche in questo caso che la variabile è positiva e significativa, allora i progetti con un maggior numero di commenti avranno maggiori probabilità di successo.

## Presenza di Brevetti

I brevetti rappresentano un forte segnale di innovazione e affidabilità. Progetti con brevetti attraggono più investitori grazie alla percezione di unicità e protezione intellettuale; infatti, anche la presenza di brevetti è risultata positiva.

## Capitale Obiettivo

Il capitale obiettivo è risultato significativo e negativo, stanno a significare che all'aumentare del goal, diminuisce la probabilità di successo. Obiettivi finanziari più realistici aumentano le probabilità di successo. Richieste troppo elevate possono scoraggiare gli investitori, mentre un capitale ben calibrato garantisce credibilità e fattibilità. È importante specificare che tra le proxy del successo è stato inserito anche il raggiungimento del goal, quindi questo risultato è coerente.

## Numero di donne tra i founders

I risultati della nostra analisi evidenziano anche come l'equity crowdfunding possa fungere da catalizzatore per ridurre il divario di genere e fornire opportunità inclusive per le donne imprenditrici. Le campagne condotte da team con almeno una fondatrice donna hanno ottenuto performance significativamente migliori rispetto a quelle guidate esclusivamente da uomini. Le campagne guidate da donne tendono inoltre ad attrarre un numero maggiore di investitori. Anche questa variabile è risultata significativa e positiva: dal lato dell'impresa è quindi preferibile creare un team inclusivo; dal lato degli investitori è preferibile scegliere progetti con un maggior numero di donne tra i founders.

## *Implicazioni dei risultati per i Consulenti Finanziari*

Questa ricerca fornisce indicazioni pratiche di grande valore per i consulenti finanziari. Dal lato delle imprese, i consulenti possono aiutare i clienti a focalizzarsi su azioni strategiche, come il rafforzamento del social capital (capitale sociale), l'attenzione all'equity retention, e la promozione della diversità all'interno dei team. Questi interventi possono migliorare significativamente le probabilità di successo delle campagne, garantendo un impatto positivo sul futuro delle imprese.

Dal lato degli investitori, i consulenti possono utilizzare i risultati della ricerca per guidare i clienti nella scelta delle campagne più promettenti. Basandosi sui fattori chiave identificati, è possibile ridurre i rischi associati agli investimenti e ottimizzare i rendimenti. Questo approccio consente ai consulenti di fornire un servizio più completo e di alta qualità, rispondendo meglio alle esigenze dei propri clienti.

L'equity crowdfunding non rappresenta solo un modello alternativo di finanziamento, ma si configura come un catalizzatore di inclusione e cambiamento nel panorama imprenditoriale. Per i consulenti finanziari, i risultati di questa ricerca offrono un quadro di riferimento chiaro e pratico per supportare sia le imprese che gli investitori. Focalizzarsi sui fattori che determinano il successo delle campagne, come emerso dalla nostra analisi, può fare la differenza non solo per il buon esito delle raccolte di capitale, ma anche per promuovere una maggiore equità e diversificazione nel mondo imprenditoriale e finanziario.

**Bibliografia:**

Mollick, E. (2014). The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.06.005>

Vismara, S. (2016). Equity retention and social network theory in equity crowdfunding. *Small Business Economics*, 46(4), 579-590. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9710-4>