



BORGOGNA
MANAGEMENT CONSULTING

Management Consulting

**Cosa bisogna fare per avviare una campagna di equity crowdfunding?
Terza parte**

THE PROS AND CONS OF

CROWDFUNDING

FOR INVESTORS 2021

Management Consulting nasce da una convinzione forte all'interno di Borgogna | The House of Mind: è indispensabile essere veloci ad anticipare i cambiamenti e comunque ad adattarsi ad essi. La nostra inesauribile capacità di apprendere ci permette di essere sempre competitivi e all'avanguardia.



Concludiamo l'ultimo capitolo sulle campagne di equity crowdfunding, ripartendo da quella che deve essere la forma societaria richiesta per questa tipologia di operazioni.

Il Regolamento Consob sulla raccolta di capitali di rischio tramite portali on-line, adottato con la delibera n. 18592 del 26 giugno 2013, successivamente aggiornato con le modifiche apportate dalla delibera Consob n. 19520 del 24 febbraio 2016 e dalla seguente delibera Consob 29 novembre 2017 n. 20204 del 5 dicembre 2017, individua tra l'altro, le differenti tipologie di soggetti che possono costituirsi come offerenti per la raccolta di capitali online. Possono essere ammesse come offerenti le società di capitali (srl, spa, cooperative) costituite nella forma di Pmi, Startup innovative, Pmi innovative, società di capitali che investono prevalentemente in piccole e medie imprese.

Possono inoltre rientrare nella categoria delle offerenti anche quegli Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio che si occupano prevalentemente di investimenti di investimenti in piccole e medie imprese.

Il Regolamento è stato introdotto per garantire una normativa a tutela degli investitori.

Proprio con questo scopo la Consob ha stabilito che per finalizzare una campagna di raccolta sia necessario che almeno il 5% del capitale raccolto sia investito da parte di un investitore professionale.

L'adesione alla raccolta da parte di questo tipo di investitore, infatti, viene considerata come un elemento di maggior garanzia nei confronti di piccoli investitori, che potrebbero non avere competenze e professionalità sufficienti a valutare l'effettiva validità di un investimento.

Gli investitori istituzionali, ricordiamo, sono intermediari finanziari che investono capitali per conto di soggetti terzi, come ad esempio, fondi pensione, fondi di investimento, gli organismi di investimento collettivo del risparmio.

La fiscalità rappresenta indubbiamente un booster per chi si orienta verso queste forme di investimento. Il mondo dell'innovazione in particolare e quello delle piccole e medie imprese del Paese, sono settori particolarmente *attenzionati* dal legislatore che ha riservato notevoli incentivi, molti dei quali sottoforma di agevolazioni fiscali rivolti proprio a quanti hanno deciso di optare per questa modalità di investimento.



Le agevolazioni fiscali per chi investe in equity crowdfunding sono molto consistenti e possono arrivare fino al 50% del capitale investito.

In particolare, gli investimenti effettuati da privati possono godere di una detrazione del 50%, fino a un massimo di 100.000 euro se effettuati su startup innovative, mentre gli importi detraibili possono arrivare fino a 300.000 euro in caso di investimenti a favore di piccole e medie imprese.

Oltre queste agevolazioni, sono previste anche detrazioni fiscali del 30% per importi superiori. Esistono casi in cui si può arrivare fino a 1 milione di euro se gli investimenti sono effettuati da persone fisiche e fino a 1,8 milioni di euro se effettuati da persone giuridiche.

Il recente Decreto Sostegni Bis ha inoltre introdotto ulteriori agevolazioni, prevedendo la detassazione del capital gain.

Talvolta le aziende incontrano notevoli difficoltà nell'accesso ai canali di credito tradizionali, che spesso non sono in grado o non vogliono supportare le imprese nella raccolta di capitali.

Un grande vantaggio dell'equity crowdfunding è quindi proprio quello di rappresentare un canale di finanziamento alternativo a quello bancario.



L'equity crowdfunding garantisce inoltre agli imprenditori la possibilità di accedere ad un finanziamento senza dover ricorrere ad un prestito; i capitali investiti non andranno infatti restituiti ai finanziatori, che diventeranno invece soci dell'azienda a tutti gli effetti. Una campagna di equity crowdfunding offre inoltre all'impresa la possibilità di presentarsi ad un pubblico potenzialmente illimitato e consente, allo stesso tempo, di poter essere utilizzata per comprendere se e quanto l'idea imprenditoriale sia realmente valida. Talvolta si parla di *pre-commitment* ; ci si riferisce alle manifestazioni di interesse verso un progetto di business raccolte prima della partenza della campagna stessa. Generalmente queste manifestazioni di interesse vengono raccolte nella cerchia più vicina ai soci dell'azienda, quella che viene identificata con le 3F di *family, friends e fools*. Rappresenta l'occasione, per l'azienda, di creare coinvolgimento lavorando su attività di comunicazione e di relazione, non solo per portare a conoscenza il mercato del lancio della campagna, ma anche per tenere "caldo" il pubblico di potenziali investitori.