

Sharing economy | La fotografia | Shareitaly

La via italiana alla collaborazione

Sinergica al business, integrata alla rete e alla community, che diventa fisica: ecco l'economia collaborativa made in Italy

di Giampaolo Colletti

Surfare sulla rete forse è più facile per chi lo fa già su una tavola da sci o del fondello. Sarà per questo che una startup italiana è riuscita a mettere in contatto direttamente online gli sportivi di mezzo mondo con coloro che dispongono delle attrezzature ingombranti, difficili da trasportare in treno o aereo. Diventando di fatto leader in Europa. Un'innovazione di successo nel panorama della sharing economy nostrana. «Ilike, tavole da snowboard, surf, canoa. Si tratta di un mercato di nicchia, ma con grandi appassionati», racconta Piercarlo Mansueti, 24enne barese, surfista da una vita e fondatore di Sharewood, portale di noleggio di attrezzature outdoor frauenti. Il team è composto da otto persone e ha una infrastruttura tecnologica propria. Sulla piattaforma sono registrate più di cinquanta cinquemila attrezzature. La startup ha chiuso anche una campagna di equity crowdfunding sopra quota 23mila euro. Ed dall'Italia si è trasferita in Finlandia, selezionata dal Vertical Health Accelerator, uno dei fondi sportivi più importanti al mondo. Intanto dal Piemonte è partita la rivoluzione della mobilità per 17 milioni di pendolari italiani, con l'idea che sta facendo scattare: condividere il passaggio al lavoro con un collega, riducendo assemme, ritardi e impronta ecologica. Decine di aziende hanno già abbracciato questa mobilità intelligente lanciata alcuni anni fa dall'italiano Gerard Albertengo.

Sinergiche rispetto al business. Integrate alla rete, impegnate a creare strategie coinvolgendo la propria community che diventa anche comunità fisica. Ecco la mano-

va generazione dell'economia collaborativa made in Italy. Una via alla sharing economy fatta di maggiore consapevolezza, lontana da monetizzazione e scalabilità: la difficoltà - oggi come ieri - è proiettarsi oltre i confini nazionali, provando a emulare i successi delle campagne americane ed europee, soprattutto le felici iniziative d'oltralpe. Per chi oggi è proprio la Francia a tirare la vettura con modelli vincenti nello scacchiere digitale globale.

SITUAZIONE IN MOVIMENTO

Il mondo intanto scommette sulle piattaforme collaborative. A oggi si stima una movimentazione pari a 15 miliardi di dollari di finanziamenti, con 17 imprese di un valore superiore al miliardo e una forza lavoro di 60mila unità. Una fotografia in chiaroscuro perché festuolose dinamiche prevalentemente monopolistiche.

E l'Italia? Il mercato nostrano è in trasformazione, con realtà numericamente più esigue e più propense ad allearsi con i grandi player. La fotografia è stata scattata da Shareitaly (in programma a Milano martedì 5 e mercoledì 6 dicembre) e presentata in anteprima da Niva. A oggi sono 125 le piattaforme italiane attive, mentre 20 hanno chiuso i battenti. Tra queste quasi la metà nei mercati con una presenza strutturata di attori internazionali. Ma si contano comunque altri 17 nuovi ingressi. «La mortalità è anche l'effetto del consolidamento dei brand globali. Il mercato si sta assottigliando e le piattaforme si vanno professionalizzando», afferma Marta Malmer, fondatrice di Collaboriamoci.org e curatrice di Shareitaly insieme a Ivana Pais.

I settori trainanti sono quelli incentrati sui servizi alla persona, affitto, noleggio, vendita, manutenzione e riparazione. Progetti imprenditoriali che però restano circoscritti al contesto locale, zavorrati rispetto a contami-nazioni internazionali. Perché le piattaforme italiane non riescono ad andare all'estero. Mentre dall'estero altre fanno capolino, consolidandosi nel breve periodo. «Penso ad Airbnb o a BlaBlaCar. Ma le piccole piattaforme che operano in carpooling sono sparite. Da questo punto di vista il mercato si sta fidi-mensando. Ma la concorrenza non può

essere un alibi», precisa Malmer. È un tema anche di investimenti, che per poco più della metà restano sotto ai 100mila euro, mentre un quinto presidia la forbice tra 1100 e 1200mila euro e soltanto una esigua percentuale arriva a superare il mezzo milione. Con la percentuale sul transato che resta il business prevalente nel 77% dei casi.

NUOVI MODELLI "IBRIDI"

La nuova via italiana all'economia collaborativa è fatta però di ibridazioni. Ovvero di alleanze per intercettare nuovi business. Perché oggi nell'agone digitale scendono in campo anche le grandi corporation. E quanto accade per esempio nel welfare aziendale con i servizi collaborativi. «Le piattaforme continuano a focalizzarsi prevalentemente sul peer-to-peer, ma si aprono strumentalmente a collaborazioni con terze parti profit e non profit. La collaborazione apre nuove possibilità di crescita e di costruzione di filiere», dice Malmer.

Non basta però l'idea. Perché senza un progetto imprenditoriale alle spalle difficilmente si va lontano. Ecco allora che vincono strategie di differenziazione. «Queste nuove realtà nascono in gran parte già con un'offerta diversificata». Più consapevoli, più segmentate, più comunitarie: sono le piattaforme che adottano modelli ibridi per un consumatore maggiormente alfabetizzato verso altri servizi e filiere. È una nuova alchimia arrivata dalle comunità locali. «Il bello di questa nuova fase è che accanto alla trasformazione delle startup si innestano servizi a livello territoriale».

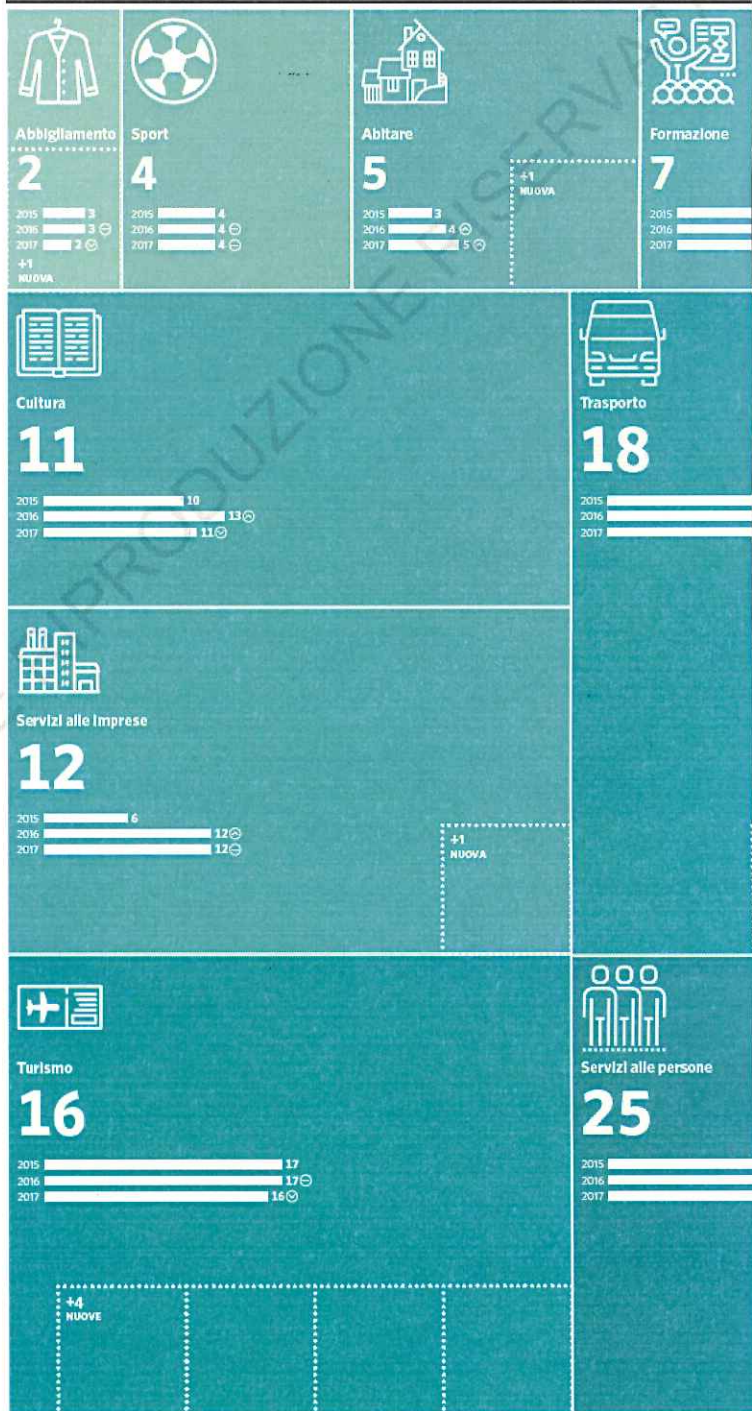
È il caso di Portineria 14, un bar che fa anche da portineria di quartiere per la zona Ticinese di Milano. Tra i servizi offerti la custodia di chiavi, libri e oggetti. Poi c'è Youngie, startup nata per i lavati domestici e che aggrega d'autorità, imbianchini, artigiani. L'ultima alleanza è con le edicole, che tornano a essere un punto d'incontro. «Perché sharing economy in fondo è tutto ciò che mette in contatto domanda e offerta», dice Malmer. E nell'Italia dai mille campanelli la risposta innovativa ancora una volta arriva da ciò che avviene sotto casa.

La fotografia dell'economia collaborativa

Metodologia: osservazione diretta sulle piattaforme, questionario su 105 startup e interviste qualitative

PIATTAFORME IN MOVIMENTO

La situazione delle piattaforme italiane di sharing economy settore per settore: per ogni comparto è visualizzato il numero delle nuove piattaforme create nel 2017



IL VALORE DELLA "FOLLA" ONLINE
Raccolta e progetti chiusi con successo del crowdfunding, in totale e divisi per tipologia.
Metodologia: raccolta diretta dai dati aggiornata al 25 novembre 2017



Fonte: Starteed - Trevisi Università Cattolica Milano

Crowdfunding | I numeri italiani | Starteed

La colletta online si consolida e l'equity domina la scena

Nel 2017 crescono i volumi e la qualità. E ora anche i big si mettono alla prova

Improntabile per molto tempo, oggi è entrato nel vocabolario anche di quella fascia allargata di popolazione che naviga e che decide di dare un proprio contributo economico. In questo 2017 il crowdfunding italiano, fatto di scommesse imprenditoriali. In 14, riesce a superare la prova del mercato. Il potere della "folla" nella colletta online registra un segno positivo anche per il sistema nostrano, da sempre più timido come investimenti. I numeri italiani segnano un rafforzamento soprattutto per le campagne che al rivolgono al territorio e per l'equity, che dopo gli aggiustamenti normativi e la regolamentazione Consob si presenta più efficace.

LA FOTOGRAFIA DEL SETTORE

Nel corso di quest'anno il mercato segna un tasso di crescita del 14,5% rispetto al 2016, superando la soglia complessiva di investimento di 41 milioni di euro. L'equity crowdfunding per startup e Pmi domina la scena: in questo caso la crescita è stata del +20%, con una raccolta che ha superato 11 miliardi di euro, portando a 70 le imprese che hanno attirato capitali da investitori italiani attraverso modalità "crowd". Intanto il modello donation e reward si attesta poco sotto i 10 milioni di euro di raccolta con una crescita del +38%, il lending - quello legato al prestito - supera di poco i 19 milioni di euro con un +34%, mentre il modello "do it yourself" registra poco più di un milione di euro a crescita del +42%.

Così Starteed per Shareitaly ha illustrato lo stato di salute del settore, analizzando le campagne con esito positivo, quelle dove è avvenuta almeno una transazione economica. Il risultato è una fotografia sul valore complessivo di raccolta suddiviso per modalità e per singola piattaforma. «Se nella sharing economy assistiamo a una generale contrazione nel numero delle piattaforme italiane che fattano a trovarsi il proprio spazio, per il crowdfunding gli attori che fanno volumi rilevanti mantengono le proprie posizioni, reggendo bene la prova del

mercato», afferma Ivana Pais, docente dell'Università Cattolica di Milano e co-fondatrice di Shareitaly.

Nella guerra di posizione si distinguono Eppela, Rete del dono, Mustard e la pionieristica Produzioni dal basso. Regalando al mercato una firma italiana, «in questa via nostrana non c'è una menzione onerosa rilevante di fatturato, ma di qualità». Il progetto con un forte radicamento territoriale sono un numero significativo. Così il crowdfunding italiano è quello che ha integrato meglio la dimensione virtuale con quella fisica. E anche questo ne ha determinato la crescita.

«Di fatto tutti i modelli hanno beneficiato di un forte slancio, con un incremento a due cifre rispetto allo scorso anno», conferma Claudio Bedino, ceo e fondatore di Starteed.com, crowd-company che sviluppa soluzioni techmetate del crowdfunding.

Attualmente sull'equity ci sono settori che stanno dimostrando maggiore attenzione: si tratta di progetti ad alto potenziale innovativo e legati al biotech, al grafene, all'intelligenza artificiale. «Tra queste categorie registriamo una grande varietà di progetti,



MILANO L'equity crowdfunding racconta un modo innovativo di partecipare ai progetti imprenditoriali. I numeri in Italia spaziano, per il crowdfunding gli attori che fanno volumi rilevanti mantengono le proprie posizioni, reggendo bene la prova del mercato.

anche se si parla comunque di una nicchia di persone e sottoscrittori. Ma l'equity crowdfunding ha un buon potenziale. Si è partiti con una legge con diverse restrizioni, ma poi le cose sono state modificate e migliorate anche sulla base dell'esperienza. L'accelerazione è destinata a generarsi nel futuro», afferma Giancarlo Giudici, direttore scientifico dell'Osservatorio Crowdfunding del Politecnico di Milano.

REGALI AL DEBITO NELLA "FOLLA"

Grandi e piccole realtà convivono. Con le corporation che affacciano sullo scacchiere digitale in maniera consapevole. «Prima non si comprendevano appieno le dinamiche di questi processi. Oggi invece emerge una strategia più chiara. Si lavora sulla nicchia e ci si differenzia dagli altri strumenti di fundraising», afferma Pais.

Così Tim e Intesa Sanpaolo si presentano online con un proprio portale dedicato al terzo settore. E ancora Banca Etica, Fastweb, Poste Italiane abbracciano specifiche progettualità all'interno di piattaforme generative esistenti. «Questo 2017 è stato caratterizzato da un grande fermento nel mondo corporate, che ha visto nel crowdfunding un nuovo modello per comunicare e co-finanziare progettualità. Anche altri brand sostituzioni si stanno muovendo con iniziative proprietarie, soprattutto per progetti di charity o inco-finanziamenti», precisa Bedino.

Il mercato sembra essere entrato in una fase di consolidamento, con gli attori che si inseriscono in nuovi specifici settori, tra tutti real estate e non profit. «Oggi si sta dimostrando che grazie alla volontà collettiva si può davvero creare un modello alternativo di finanziamento trasversale a molti settori, dalle startup al non profit passando per i progetti creativi e il mondo del prestito», dice Bedino. Ma attenzione. Em ergono elementi in chiaroscuro. «Tra tutti la mancanza di capitali per lo sviluppo e la promozione delle piattaforme italiane. E poi un quadro normativo che ancora non permette la possibilità di fare investimenti attraverso strumenti di pagamento digitale. Insomma, il cammino verso una maggiore consapevolezza è ancora lungo da percorrere per utenti, piattaforme, istituzioni».

- G. Col.