

**PIANO PER LA FORMAZIONE DEI DOCENTI EX LEGGE 107/2015\_ A.S. 2018/2019 e ss.  
AMBITO TERRITORIALE DELLA TOSCANA 008 EMPOLESE**

# **“AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”**

**Corso Formazione "F. Enriquez"  
CASTELFIORENTINO (FI)**

*Avv. Elena Garofano*



# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

## CHE COS’E’ IL FUNDRAISING

“Il **fund raising** non è la scienza della raccolta dei fondi **ma è la scienza della sostenibilità finanziaria di una causa sociale....**  
è un mezzo e non un fine.

H. A. ROSSO & ASS. (1991)

*Achieving excellence in fundraising – A comprehensive guide to principles, strategies and methods*

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

## CHE COS'E' IL FUNDRAISING

“Il **fund raising** pertanto, è una conseguenza **degli obiettivi e dei benefici sociali che una organizzazione intende raggiungere.**

Esso dipende anche della cultura filantropica e della donazione che accomuna una organizzazione con l'ambiente nel quale opera.

Vi è, quindi, un primato del **case statement** rispetto alla raccolta.

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

Il fund raising comporta una funzione di governance da parte di una organizzazione.

Ciò vuol dire controllo della **compatibilità tra risorse, mezzi, ambiente operativo dell’organizzazione**, da una parte, e la sua **mission** , dall’altra.

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

**La pratica del fundraising è influenzata dallo spirito filantropico:** la donazione non è una elemosina né una tassa, ma il frutto di uno scambio volontario tra soggetti che condividono un medesimo obiettivo.

**Pertanto, il dominio del fundraising è la persuasione e il convincimento, piuttosto che la coercizione e la pressione.”**

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

“Il fund raising è **una tecnologia che permette il superamento di alcune pratiche di raccolta di fondi** che sono solo il frutto del buon senso.

L’uso del solo buon senso, infatti, comporta molti rischi e il fund raising serve a prevenirli.

L. P. EDLES (1993)

*Fund raising – Hands-on tactics for non profit groups*

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

Il fund raising è: la **costruzione di una organizzazione in grado di raccogliere fondi (avere obiettivi definiti, visibilità e percezione da parte dell'ambiente esterno, competenza professionale del personale, chiarezza dei propri bisogni economici, capacità di controllo e di management);**

[https://www.youtube.com/watch?v=3QJS2lr\\_eBM](https://www.youtube.com/watch?v=3QJS2lr_eBM)

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

....**un processo** (rappresentare e comunicare all’esterno la propria buona causa, individuare i potenziali donatori, coinvolgere gli individui all’interno e all’esterno della organizzazione, misurare le azioni che si svolgono) **e una tecnica** (cioè un insieme di pratiche che permettono di governare efficacemente le azioni di raccolta). “

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

“Il fund raising non coincide solo con il momento della raccolta di fondi, ma va inteso come **processo di sviluppo dei fondi**. Tale processo va **dalla trasformazione di idee progettuali** in progetti concreti (management strategico), **al coinvolgimento dell’ambiente esterno** sul progetto (comunicazione); questo coinvolgimento può portare, infine, al trasferimento di risorse finanziarie.

J.M. GREENFIELD (1994)  
*Fund raising  
fundamentals*

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

Il fund raising è capacità di coinvolgere risorse su una causa sociale e non l’atto di elemosinare soldi da parte di una organizzazione in crisi economica.

Il fund raising è, al tempo stesso, un metodo (**creare relazioni sociali in quanto opportunità per richiedere un sostegno; coinvolgere le persone all’interno della organizzazione;**

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

...adeguare l'organizzazione al punto di vista dell'ambiente esterno e ai suoi bisogni) e una tecnica (analizzare l'ambiente esterno con un **approccio di marketing**, individuando i potenziali sostenitori; promuovere e diffondere una richiesta di finanziamenti; **gestire efficacemente le risorse umane, tecniche e economiche necessarie**; mantenere un **rapporto positivo con i sostenitori**, comunicando con essi).”

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

“Il fund raising poggia su alcuni **elementi costitutivi** che vengono prima della raccolta di fondi. Tra questi vi sono: la **compassion** verso soggetti che hanno bisogni da soddisfare; il passaggio dalla compassion a **una azione** che abbia impatto; le **risorse necessarie** per fare questo. In tale contesto, i soldi hanno un valore relativo rispetto ai bisogni degli uomini e alle risposte a tali bisogni (i benefici sociali).

*Avv. Elena Garofano*

M. NORTON (1996)  
*The worldwide  
fundraiser's handbook*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

Il fund raising è un processo che prevede attività quali:

- l’identificazione dei bisogni sociali;
- le risposte da dare a tali bisogni;
- il realismo e l’efficacia dell’azione;
- la responsabilità di chi usa risorse altrui
- il dovere di rispondere ad esigenze dei donatori.



*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

Pertanto il fund raising **riguarda tutta l’organizzazione** e non solo una sua funzione o un suo organismo periferico.

Il fund raising, infatti, è una disciplina che permette ad una organizzazione di passare **dalla mera sopravvivenza alla sostenibilità e allo sviluppo.**

Ciò avviene riducendo la dipendenza finanziaria da un solo finanziatore e costruendo, nel contempo, un sistema di relazioni sociali che garantisca un **maggiore impatto nella realtà sociale.**”

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

“Nel fund raising, la componente di **creazione e gestione di relazioni sociali** tra una organizzazione e la sua constituency ha un primato, rispetto alla componente della raccolta di donazioni in senso stretto.

Pertanto il fund raising è anche e soprattutto **gestione efficace ed efficiente dei legami tra una organizzazione e soggetti** (individuali e collettivi) presenti nell’ambiente in cui essa opera: esso è principalmente **“relationship fund raising”**.

*Avv. Elena Garofano*

K. BURNETT (1996)  
*Friends for life.  
Relationship fund  
raising in practice*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

A partire da tale concezione del fund raising, si può quindi affermare che una strategia di successo consiste nel conferire una **centralità alla costruzione e al mantenimento di rapporti con i propri interlocutori** (in quanto potenziali o effettivi supporter), orientandosi ad essi.

Questo **orientamento verso l’esterno** richiede un **diverso modo di pensare e di condurre la propria organizzazione** e di gestire risorse umane, tecniche e economiche.”

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

“Il fund raising è l’insieme delle **attività di un soggetto collettivo** volte a reperire le risorse economiche necessarie a raggiungere gli scopi che esso si propone, ovvero a rendere sostenibili le cause sociali da esso promosse. Si tratta di una **attività strategica**: il reperimento di risorse finanziarie è volto a garantire la sostenibilità di una organizzazione nel tempo e a promuovere il suo sviluppo costante.

*Avv. Elena Garofano*

F. AMBROGETTI, M. COEN  
CAGLI, R. MILANO (1998)  
*Manuale di fund raising. La  
raccolta di fondi per le  
organizzazioni non profit*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

Ciò avviene esprimendo ed affermando, nel contempo, verso una molteplicità di interlocutori, la “verità sociale” dell’organizzazione stessa.

Il fund raising è anche una tecnologia, cioè un **insieme di regole, teorie, concetti (e il nesso logico tra questi), necessari per individuare, prevenire e gestire i rischi di natura finanziaria e di altro genere connessi con la creazione e la gestione di una impresa sociale.**

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

Tale tecnologia ha una sua particolarità: quella di puntare a unire, in modo coerente, la cultura, la decisione di agire (agency), il programma d'azione di un dato soggetto collettivo, con il suo sistema di risorse.

Il fund raising, quindi, non è esclusivamente o principalmente una semplice pratica di raccolta fondi, ma piuttosto un **approccio strategico alla progettazione della vita e dello sviluppo di una organizzazione.**”

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

Elenco di 20 principi guida, tratto The Resource Alliance, utile a chi è interessato alle tematiche del fundraising :

1. Il fundraising non è una questione di soldi
2. Il fundraising è una questione di cuore
3. Comunica il bisogno
4. Le persone donano alle persone
5. Considera la potenzialità dei “gruppi di pari”
6. Fai che il tuo donatore diventi un amico
7. Conosci i tuoi donatori
8. Le persone anziane sono i migliori donatori
9. I tuoi migliori donatori potenziali sono i tuoi donatori esistenti
10. Ricorda la piramide di Pareto

<https://resource-alliance.org/>

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

Elenco di 20 principi guida, tratto The Resource Alliance, utile a chi è interessato alle tematiche del fundraising :

11. Rendi le cose facili per il donatore
12. Non otterrai ciò che non chiedi
13. Chiedi con gentilezza
14. Usa le strategie della filosofia commerciale
15. Testare, testare e ancora testare
16. Di la verità
17. Cogli le opportunità
18. Mettici professionalità, impegno e passione
19. Ricorda che le tecniche di fundraising sono universalmente applicabili
20. RINGRAZIA, sempre
21. Quello che funziona, funziona. Indipendentemente dalla teoria.

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

## LE SFIDE DI UN FUNDRAISER

*di John D. Rockefeller, Jr*

*Il metodo migliore per imparare a conoscere il fund raising porsi la domanda: “**Come vorrei che mi fosse chiesta una donazione?**” La risposta, se accuratamente ponderata, può rivelarsi una guida affidabile e piuttosto sicura al processo di sollecitazione.*

*Mi è sempre stato insegnato, e la convinzione continua a crescere in me, che **bisogna dedicarsi alle donazioni nello stesso modo avveduto con cui si trattano gli investimenti, e che le donazioni vadano valutate con gli stessi acuti standard.***

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

## LE SFIDE DI UN FUNDRAISER

*di John D. Rockefeller, Jr*

*Che i dividendi che possiamo ricavarne siano in dollari oppure in termini di miglioramento dell’umanità, dobbiamo comunque essere certi che **la donazione o l’investimento siano saggi** e, per questo, dobbiamo sapere tutto di essi. Analogamente, se ci rivolgiamo a una persona per interessarla a donare a favore di una particolare iniziativa, dobbiamo essere in grado di darle informazioni adeguate in proposito, quelle informazioni che noi stessi vorremmo se stessimo pensando di fare una donazione.*



*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

Innanzitutto, allora, **chi chiede una donazione deve essere ben informato sui fatti salienti che riguardano l'iniziativa** per cui viene richiesto il contributo del donatore.

Qual è il significato, qual è l'importanza della nostra iniziativa?

Qual è la qualità dell'azienda non profit che la promuove, qual è il suo livello di pianificazione?

Quanto è forte il bisogno di donazioni?

Una solida conoscenza di questi e altri fatti simili è necessaria perchè chi chiede il dono riesca a parlare con la dovuta convinzione.

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

*...”Apprezzo invece che una persona mi dica: **“Stiamo cercando di raccogliere 4 milioni di dollari**, e speriamo che Lei voglia donarci tot dollari.*

*Se Le sta bene, per noi rappresenterebbe un enorme aiuto ed incoraggiamento.”*

*Magari Lei ha intenzione di donare anche di più, e se è così, ne saremmo felici.*

***D'altronde, forse Lei non si sente di donare così tanto, perchè ha altre responsabilità a cui adempiere. Se è così, capiamo benissimo. Qualunque donazione Lei farà dopo averci pensato alla luce dei bisogni che Le abbiamo esposto, degli altri Suoi obblighi e del Suo desiderio di fare la Sua parte in quanto cittadino, noi la accoglieremo con gratitudine e la apprezzeremo molto”.***

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

*...Quando si parla così a un donatore, questi è felice di rivedervi, e **non** prenderà un altro ascensore quando vi vedrà per i corridoi, ricordandosi di quando lo avete messo al muro, costringendolo a donare.*

*Importante è far sì che la conoscenza del potenziale donatore avvenga in modo gradevole ed amichevole.*

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

*...”Non pensate mai di dovervi scusare perchè chiedete a qualcuno di donare per una causa valida: in realtà gli state dando l’opportunità di prendere parte a un ottimo investimento. **Questa persona ha il dovere di donare almeno tanto quanto voi avete il dovere di chiedere.** Che la persona doni o meno per una particolare iniziativa e se sì, quanto donerà, sta a lei deciderlo..”.*

*Avv. Elena Garofano*

## “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

*Datele un’idea generale di quanto hanno donato altre persone nella sua stessa fascia sociale e... suggerite cordialmente e con tatto quanto vorreste che la persona donasse, lasciando però soltanto a lei la decisione di quanto donare. **Siate gentili e premurosi....**  
**Così arriverete più vicini al suo cuore e otterrete donazioni più consistenti.***

*Avv. Elena Garofano*

*“The Technique of Soliciting”. Discorso tenuto al Citizen Family Welfare Committee,  
New York City, 1933.*

# CROWDFUNDING

*Ovvero::*

*«Finanzia le tue idee in rete...»*

# COS'È IL CROWDFUNDING

**Il crowdfunding è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune per sostenere gli sforzi di persone e organizzazioni.**

**È una pratica di micro-finanziamento dal basso che mobilita persone e risorse.**

**Il crowdfunding si può riferire a iniziative di qualsiasi genere, dall'aiuto in occasione di tragedie umanitarie al sostegno all'arte e ai beni culturali, al giornalismo partecipativo, fino all'imprenditoria innovativa e alla ricerca scientifica.**

**Il crowdfunding è spesso utilizzato per promuovere l'innovazione e il cambiamento sociale, abbattendo le barriere tradizionali dell'investimento finanziario.**

# PERCHÉ SI È SVILUPPATO

I motivi principali della sua rapida diffusione sono da ricercare

- **situazione geopolitica globale**
- **crescente diffusione dei social media.**

Infatti, generalmente parlando, il crowdfunding consiste nell'utilizzare **Internet per la raccolta di capitale** da gruppi di persone con interessi comuni al fine di finanziare un progetto o un iniziativa.

In questo contesto, gli elementi che compongono il fenomeno del crowdfunding possono essere visti come uno **scambio di informazioni e di capitale tra persone o gruppi di persone, attraverso strumenti informatici, in un ambiente virtuale.**

# L'INNOVAZIONE CHE HA PORTATO (PT.1)

Se come concetto, la raccolta fondi online, non rappresenta una grossa novità, **la principale innovazione portata dal crowdfunding è rappresentata dal modo** con il quale vengono utilizzati gli strumenti informatici disponibili oggi.

**La capacità dei social media di raggiungere, coinvolgere ed emozionare un vasto numero di persone,** costituisce l'elemento essenziale per ottenere un finanziamento attraverso una campagna di crowdfunding.

## L'INNOVAZIONE CHE HA PORTATO (PT.2)

**Gli imprenditori o le persone alla ricerca di un finanziamento tramite crowdfunding possono offrire delle RICOMPENSE alle persone che hanno effettuato un investimento nella loro idea secondo diverse modalità.**

**Il modello di crowdfunding più diffuso in Italia e nel mondo è rappresentato dal donation- rewards crowdfunding.**

**Secondo tale modello, a seguito di una donazione, è prevista un tipo di ricompensa di carattere non finanziario.**

## LA SUA NASCITA E IL SUO SVILUPPO

Molti ritengono che il crowdfunding moderno sia una rielaborazione di **pratiche storiche risalenti al '700 e all' '800.**

Tra la fine del '700 e la prima metà dell' '800, lo scrittore irlandese Jonathan Swift ispirò gli **"Irish Loan Fund"**, degli **istituti collettivi di microcredito** che combattevano la povertà del popolo irlandese.

Alla fine dell' '800, la rivista **"The World"**, di proprietà di Joseph Pulitzer, **lanciò una raccolta di fondi dal basso per finanziare il piedistallo e l'installazione della Statua della Libertà**, dopo che il Comitato preposto era riuscito a raccogliere solo 150.000 dei 300.000 dollari necessari.

# ESEMPIO DI CROWDFUNDING

Esempio di iniziativa autonoma di crowdfunding è la campagna  
**“TOUS MECENES” (tutti mecenati) del LOUVRE.**

<http://www.tousmecenes.fr/fr/>

Il progetto prevedeva di raccogliere **1 milione di euro** attraverso le donazioni delle web community **PER ACQUISTARE IL CAPOLAVORO RINASCIMENTALE “LE TRE GRAZIE” di Cranach da un collezionista privato.**

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

## IL CROWDFUNDING NEL MONDO

- Totale raccolto: \$2,7 miliardi nel 2012 vs \$1,7 nel 2011, + 81%.
- Progetti finanziati: 1,1 milioni.
- Previsioni: +81% 2013, fino a \$5.1 miliardi.
- Donation e rewards-based crowdfunding: \$1,4 mld, +85%.
- Lending-based: \$1,2 mld, +111%.
- Equity-based: \$116 milioni, +30%
- \$1.6 mld in Nord America (+105%) , \$945 milioni in Europa (+ 65%)

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

## ANALISI DELLE PIATTAFORME ITALIANE DI CROWDFUNDING

- Indagine realizzata con Daniela Castrataro, Twintangible
- Novembre 2012, aggiornata con alcuni dati ad aprile 2013
- Obiettivo: fornire una panoramica su offerta e valore del mercato del crowdfunding in Italia
- 16 piattaforme attive a novembre 2012, 21 piattaforme attive a aprile 2013 e 2 in fase di lancio
- 12 risposte incluse nell’analisi (dati novembre 2012)

*Avv. Elena Garofano*

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L’USO DI CROWDFUNDING”

## Composizione del mercato

Modelli di Crowdfunding



Aprile 2013

# “AZIONI di FUNDRAISING CON L'USO DI CROWDFUNDING”

## Numeri del crowdfunding italiano\*

<u>Modello</u>	<u>Valore Totale Progetti</u>	<u>Progetti Pubblicati/Approvati</u>	<u>Progetti finanziati con successo</u>
Reward-based	E 726.705	1522	242
Donazioni	E 245.000	176	130
Equity-based	E 2.000.000	110	8
Social Lending	E 10.304.500	5313	1855
<b>TOTALE</b>	<b>E 13.274.205</b>	<b>8819</b>	<b>2477</b>

*\*dati aggiornati a Novembre 2012*

# I MODELLI DI CROWDFUNDING

Il crowdfunding  
ha diversi modelli di riferimento:

# I MODELLI DI CROWDFUNDING



# I MODELLI DI CROWDFUNDING

Progetto di Vita  
CATTOLICA *per i* GIOVANI



## DONATION

Il **promotore** lancia una campagna per un **progetto sociale, culturale, ambientale**.

Il **sostenitore** contribuisce alla realizzazione **donando** una quota.



## REWARD

Il **promotore** lancia una campagna di natura **sociale, culturale, ambientale e imprenditoriale**.

Il **sostenitore** versa un contributo in cambio di **ricompensa**.



## LENDING

Il **richiedente** chiede un prestito per la realizzazione di un **progetto personale o imprenditoriale**. Il **prestatore** investe i suoi risparmi con **tassi di interesse**.



## EQUITY

L'**imprenditore** lancia una campagna per un progetto e **fissa il traguardo monetario**.  
L'**investitore** sostiene il progetto diventando **socio dell'azienda**.

# 1° MODELLO: IL MODELLO “REWARD-BASED”



# 1° MODELLO: IL MODELLO “REWARD-BASED”

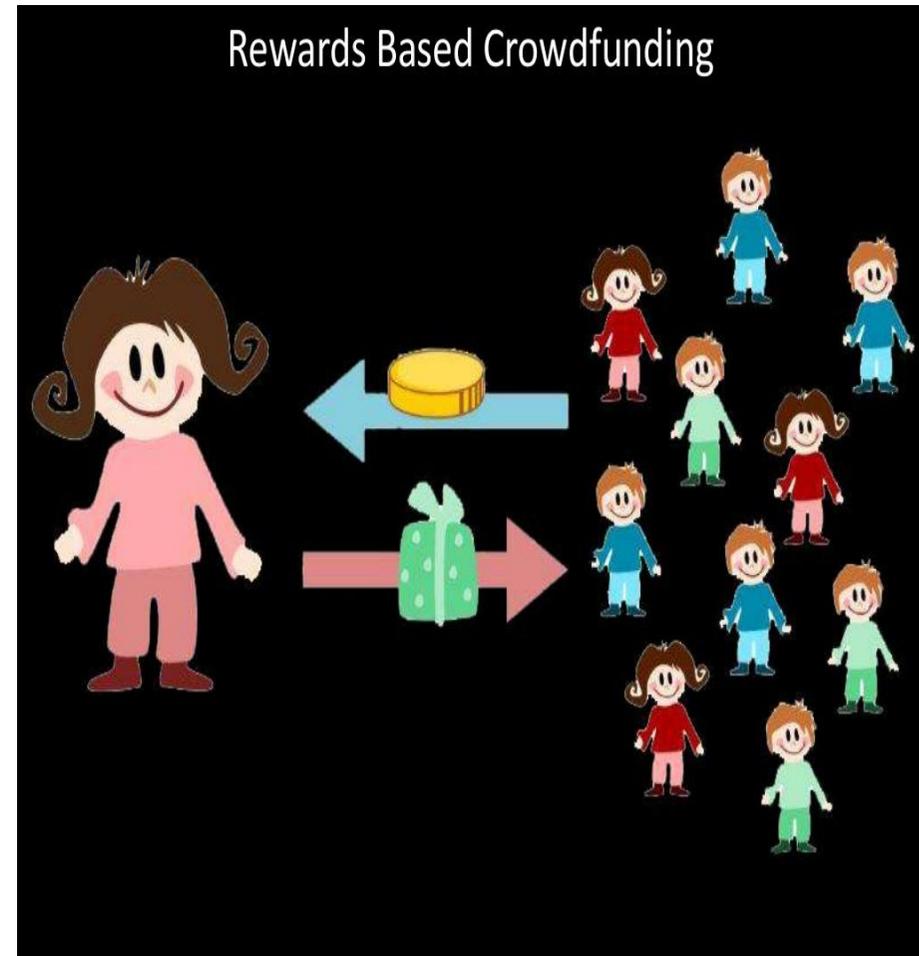
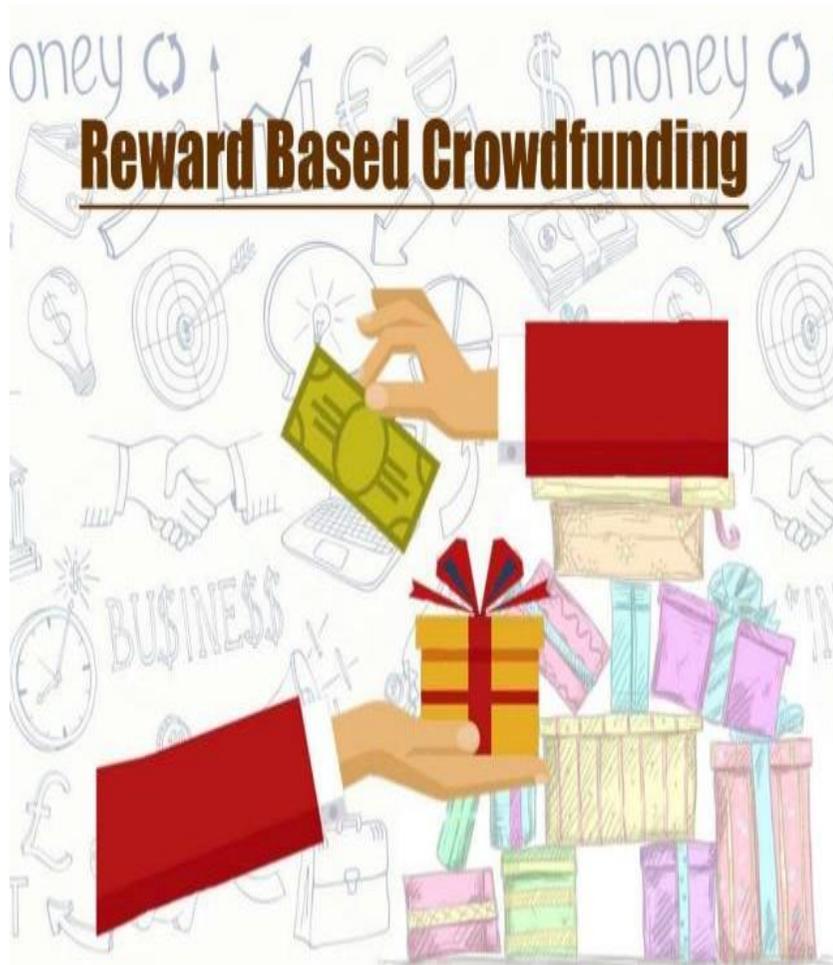
**Il termine deriva da “REWARD”, ossia “RICOMPENSA”;**

...infatti, chiunque effettui una donazione riceve un premio, sia esso materiale o intangibile.

**Questa forma è in assoluto la più diffusa:** due terzi di tutte le piattaforme esistenti al mondo fanno parte di questa categoria, che può essere ulteriormente divisa in due sottogruppi:

- **All-or-nothing:** in cui se non viene raggiunta la somma minima richiesta, le donazioni non vengono raccolte;
- **Take-it-all:** il finanziamento avviene comunque, anche se non si raggiunge il budget.

# 1° MODELLO: IL MODELLO “REWARD-BASED”



## 2°MODELLO: IL MODELLO “DONAZIONI”



## 2°MODELLO: IL MODELLO “DONAZIONI”

Si parla di donazioni quando il **finanziamento è a favore di organizzazioni non profit (Onp)**.

Nel nostro Paese ci sono cinque piattaforme che seguono questo modello (**Retedeldono** è la piattaforma leader con oltre **l'85% del totale fondi raccolti nel 2012**).

## 2°MODELLO: IL MODELLO “DONAZIONI”



### 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”



## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Vengono definiti un periodo di tempo e la somma da raccogliere, che viene poi divisa in parti uguali offerte sotto forma di azioni a prezzo fisso.

Le offerte proseguono finché non si raggiunge la somma target; dopodiché inizia la fase di investimento.

Anche in questo caso vi sono due tipologie principali di piattaforme:

- **Club:** i potenziali investitori vengono reclutati come membri di un club chiuso, il finanziamento non ha propriamente carattere pubblico.  
In Italia, per esempio, è strutturata in questo modo la **cooperativa Siamo Soci**;
- **Holding:** si tratta di una sorta di cooperativa, che funge da meccanismo di raccolta dell'investimento e i cui partecipanti sono raggruppati in entità legali

<https://siamosoci.com/>

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”



## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Relativamente alla **normativa** dell'**equity crowdfunding** sono di particolare rilievo le previsioni dettate dalla **Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (Consob)**.

- In tal senso è di primaria importanza il **Regolamento Consob sulla raccolta di capitali di rischio tramite portali on-line**, adottato con la *delibera n. 18592 del 26 giugno 2013*
- Successivamente il Regolamento è stato *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**.

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

## IL VECCHIO REGOLAMENTO sul CROWDFUNDING “EQUITY-BASED”

**Il problema normativo c’era.... e si concretizzava soprattutto nella  
necessità di dover uscire dalla piattaforma nel momento in cui si  
doveva concludere l’investimento, per rivolgersi a banca o una Sim, e  
fare una ...VALUTAZIONE DI APPROPRIATEZZA DELL’INVESTIMENTO.**

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

## IL VECCHIO REGOLAMENTO sul CROWDFUNDING “EQUITY-BASED”

«...Questo è il problema dei problemi perché vuol dire **interrompere il percorso di investimento, il contatto con internet e andare off line ...**molte volte per sedersi in una sede bancaria e perdere così l'immediatezza caratteristica dello strumento del crowdfunding,... snaturandolo»

Alessandro Maria Lerro, avvocato e presidente dell'Associazione Italiana Equity Crowdfunding (Aiec)

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

### IL VECCHIO REGOLAMENTO sul CROWDFUNDING “EQUITY-BASED”

*“... Ora, grazie al nuovo regolamento, tutto questo non sarà più necessario...le piattaforme che invece preferiscono non passare più dalla banca potranno fare da sole la valutazione dell’appropriatezza dell’investimento, meglio, chi vorrà, potrà continuare a fare come prima dicendo direttamente loro al potenziale investitore che quell’investimento è adeguato o meno al suo profilo di rischio..”.*

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Per quanto concerne i ***GESTORI DEI PORTALI***, nel suddetto **Regolamento Consob n. 18592 del 2013**, vengono anzitutto stabilite le caratteristiche, la formazione ed il contenuto, nonché la pubblicità da effettuarsi per l'istituzione del ***REGISTRO*** (artt. 4, 5 e 6) all'interno del quale vengono inseriti coloro che *esercitano «professionalmente il servizio di gestione di portali per la raccolta di capitali per le piccole e medie imprese e per le imprese sociali»* (art. 50-quinquies TUF),

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Per quanto concerne i ***GESTORI DEI PORTALI***, nel suddetto **Regolamento Consob n. 18592 del 2013...e del *REGISTRO...***

Si tratta di:

- ***START-UP INNOVATIVE***
- ***PMI INNOVATIVE***,
- ***ORGANISMI DI INVESTIMENTO COLLETTIVO DEL RISPARMIO (OICR)***
- **SOCIETÀ DI CAPITALI che investono prevalentemente in start-up innovative**, in PMI innovative e PMI, oltreché tutte le PMI - sia a quelle nella forma di **Società per Azioni** sia a quelle nella forma di **Società a responsabilità limitata**.

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

La **CONSOB** ha anche inserito, all'interno del **Regolamento n. 18592/2013**, alcune **norme specifiche per i gestori di portali di equity crowdfunding** andando a regolamentare in particolare:

- procedimento di autorizzazione per l'**iscrizione** al Registro (art. 7)
- **requisiti patrimoniali dei gestori** (art. 7-bis)
- **requisiti di onorabilità** dei soggetti che detengono il controllo (art. 8) e quelli di onorabilità e professionalità dei soggetti che svolgono funzioni di amministrazione,
- **direzione ed il controllo all'interno delle società** che gestiscono le piattaforme di equity crowdfunding (art. 9), oltreché gli effetti conseguenti alla perdita dei requisiti (art. 10),
- **sospensione** dalla carica dei soggetti che svolgono funzioni di amministrazione, direzione e controllo (art. 11),
- **decadenza dall'autorizzazione** (art. 11-bis)
- **cancellazione dal registro** (art. 12).

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- La **delibera Consob n. 19520 del 24 febbraio 2016** integra alcune disposizioni del Regolamento Consob n. 18592/2013 e ha posto particolare attenzione alla **disclosure** (ossia alla **divulgazione e diffusione delle informazioni**), elemento altresì rafforzato dalle previsioni contenute nella successiva delibera Consob n. 20204 del 5 dicembre 2017.
- In tal senso è stato infatti sancito che le società intenzionate a raccogliere capitali tramite equity crowdfunding, per le relative offerte, devono produrre una **documentazione** - plasmata su un apposito **modello standard** previsto dalla Consob — che racchiuda, fra le altre cose:
  - **il business plan dell'offerente,**
  - **il curriculum vitae dei promotori**
  - **i rischi specifici dell'offerta**
  - **l'informativa contabile ecc.**

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- Tuttavia, come ricorda l'allegato 3 al Regolamento n. 18592/2013, «le **INFORMAZIONI sull'offerta non sono sottoposte ad approvazione da parte della Consob**», il che semplifica notevolmente la redazione e riduce i costi per la stesura della documentazione.
- **Per le CAMPAGNE “DIGITAL”** è consentito di ricorrere «a **strumenti multimediali tramite IMMAGINI, VIDEO e 'PITCH':** [...] si tratta di presentazioni che descrivono **la società, la sua idea di business, i soci fondatori e i piani di sviluppo** che intendono implementare»<sup>13</sup>.

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Altre informazioni utili relative alle offerte riguardano le **REGOLE DI CONDOTTA DELLE OPERAZIONE DI CROWDFUNDING “EQUITY-BASED”...**

...come gli **obblighi del gestore** (art. 13):

- tutela dei consumatori (artt. 17, 18, 19 e 20),
- informazioni da fornire (artt. 14, 15 e 16),
- comunicazioni alla Consob stessa (art. 21)
- provvedimenti sanzionatori e cautelari (artt. 22 e 23).

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- Al comma 2 si legge «il **gestore rende disponibili agli investitori**, in maniera dettagliata, corretta, chiara, non fuorviante e senza omissioni, **tutte le informazioni riguardanti l'offerta che sono fornite dall'offerente** affinché gli stessi possano comprendere :
  - la natura dell'investimento,
  - il tipo di strumenti finanziari offerti
  - i rischi ad essi connessi
  - prendere le decisioni in materia di investimenti in modo consapevole»;

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- Al comma 3 viene ribadito che «**il gestore:**
- **richiama l'attenzione degli investitori diversi dagli investitori professionali** [...] sull'opportunità che gli investimenti in attività finanziaria ad alto rischio siano adeguatamente rapportati alle proprie disponibilità finanziarie
- **non diffonde notizie che siano non coerenti con le informazioni pubblicate sul portale**
- **si astiene dal formulare raccomandazioni** riguardanti gli strumenti finanziari oggetto delle singole offerte atte ad influenzare l'andamento delle adesioni alle medesime».

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- Dunque, gli **investitori**, prima di poter sottoscrivere un ordine su una piattaforma di equity crowdfunding, «devono effettuare un '**PERCORSO DI INVESTIMENTO CONSAPEVOLE**' da cui risulti la presa visione delle informazioni e la comprensione delle caratteristiche e dei rischi dell'investimento».
- Particolare attenzione è, inoltre, rivolta agli **investitori non professionali** (ossia gli investitori *retail*) che, oltre alla **tutela** della propria eventuale **posizione di soci di minoranza**, all'obbligo di comunicazione di eventuali **patti parasociali** da parte della società che richiede i fondi ed alla possibilità di **exit**, hanno il cd. '**DIRITTO DI RIPENSAMENTO**', ossia «il **diritto di recesso**, immotivato e senza spesa, **entro 7 giorni** dall'ordine di adesione (*ad nutum*) ed il diritto di revoca dell'investimento se, durante l'offerta, intervengono fatti nuovi o errori materiali»

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Tutte le disposizioni della Consob sono, quindi, volte a **garantire che l'investitore sia adeguatamente informato** su tre principali aspetti dell'equity crowdfunding:

- **i gestori dei portali,**
- **le caratteristiche**
- **i rischi delle offerte** (in particolar modo per gli *investitori retail*).

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

La più recente **delibera Consob n. 20204/2017** ha modificato il precedente impianto normativo, introducendo **cinque principali novità:**

- ❖ **L'estensione della possibilità di RACCOGLIERE CAPITALI TRAMITE PORTALI AUTORIZZATI ONLINE, anche a tutte le tipologie di PMI (S.p.A. ed S.r.l.) - previsione introdotta grazie al il Decreto Legge n. 50 del 24 aprile 2017;**

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

**Delibera Consob n. 20204/2017:**

- ❖ **La riduzione** - prevista dall'art. 4, comma 2-ter del Regolamento Consob n. 18592/2013 - **dal 5% al 3% DELLA QUOTA DI CAPITALE** **che** - in una campagna di equity crowdfunding - deve essere **SOTTOSCRITTA DA UN INVESTITORE ISTITUZIONALE** solamente per le «offerte effettuate da piccole e medie imprese in possesso della certificazione del bilancio e dell'eventuale bilancio consolidato, relativi agli ultimi due esercizi precedenti l'offerta, redatti da un revisore contabile o da una società di revisione iscritta nel registro dei revisori contabili» (al contrario, per le altre casistiche la soglia resta invariata);

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- ❖ L'obbligo per i portali equity-based di aderire ad un «**sistema di indennizzo a tutela degli investitori** [...] o, in alternativa, la **stipula di un'assicurazione a copertura della responsabilità civile per i danni derivanti da negligenza professionale**» e «*per ciascuna richiesta di indennizzo, una copertura di almeno ventimila Euro*» e «*per l'importo totale delle richieste di indennizzo, una copertura di almeno **un milione di Euro all'anno** per i gestori che effettuano direttamente la verifica*»(previsione introdotta nell'art. 7-bis del Regolamento Consob n. 18592/2013);

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- ❖ L'inclusione fra i '*gestori di diritto*' di portali di equity crowdfunding **anche di numerose tipologie di *organismi di gestione collettiva del risparmio***, a differenza del passato ..
- ...in cui tale possibilità era limitata unicamente agli enti bancari ed alle imprese di investimento;

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

- ❖ le imprese di investimento che collocano ai clienti strumenti finanziari di propria emissione devono **prevedere, nelle procedure per la gestione dei conflitti di interesse, anche l'ipotesi di astensione dallo svolgimento** di tale attività, qualora i conflitti stessi non possano essere gestiti in modo da evitare effetti negativi per i clienti».

## 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

*“In Italia ci sono più soldi che progetti...”*

- *«La realtà è che adesso in Italia c'è più disponibilità di denaro che di progetti da finanziare»....*
- Secondo gli ultimi dati dell'Osservatorio del Politecnico di Milano dal 2013 ad oggi il **tasso di successo delle campagne è del 44%**.
- «Questo vuol dire che una campagna su due ha avuto successo in termini di importi investiti (ne sono state finanziate 12 su 30)...

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

**CROWDFUNDME**  INVESTI RACCOGLI ALTRO LOGIN REGISTRATI EN

**CROWDFUNDME** 

**CrowdFundMe [CFM.MI]**  
è il primo portale di  
equity crowdfunding  
quotato in Borsa Italiana

I NUMERI  
DI CROWDFUNDME

51	7.513	14,98M
PROGETTI DI SUCCESSO	INVESTIMENTI	€ INVESTITI

[https://www.crowdfundme.it/?msclkid=c3a964629df115917b873896ade2c122&utm\\_source=bing&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=1.2%20Equity%20Crowdfunding%20IT%20-%20%5BPhrase%5D&utm\\_term=crowdfunding&utm\\_content=Crowdfunding](https://www.crowdfundme.it/?msclkid=c3a964629df115917b873896ade2c122&utm_source=bing&utm_medium=cpc&utm_campaign=1.2%20Equity%20Crowdfunding%20IT%20-%20%5BPhrase%5D&utm_term=crowdfunding&utm_content=Crowdfunding)

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Messaggio di **CROWD FUND ME**:...

*INVESTIRE IN UNA STARTUP O PMI non è mai stato così facile:*

- *seleziona il progetto,*
- *analizza il business plan*
- *investi direttamente da casa.*

*Tutti i progetti sono corredati da **BUSINESS PLAN** dettagliati che evidenziano:*

- *perché investire,*
- *i risultati raggiunti,*
- *il mercato d'appartenenza*
- *le strategie future.*

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

## ORANGE FIBER

Orange Fiber è la PMI innovativa che ha brevettato e produce tessuti sostenibili dagli agrumi. Riconosciuta e apprezzata a livello internazionale per l'innovazione e la qualità dei prodotti, è già presente sul mercato e vanta importanti collaborazioni nel settore moda e lusso



The graphic features a central image of an orange slice on a white cloth, with a circular logo in the top left and a QR code in the bottom right. Text includes "#OrangeFunding", "la perfezione dell'arancia", "Crafting the future of fashion", and "orangefiber.it".

EQUITY	8,5%	OBIETTIVO ⓘ	€ 250.000
VALUATION	€ 2.700.513	INVESTITI	€ 190.051
	Premoney		



The video thumbnail shows a woman speaking, with a play button in the center. Text on the right reads "700.000 tonnellate in Italia". Below the video are two profile pictures and a list of campaign details.

Obiettivo	€ 250.000
Chip minimo	€ 500
Tipo società	PMI Innovativa ⓘ

<https://www.crowdfundme.it/projects/orange-fiber/>

# 3°MODELLO: MODELLO “EQUITY-BASED”

Per approfondire:

*“Equity crowdfunding.  
Uno sguardo al mercato  
italiano”*

**Autore: G. Quaranta**

**Anno: 2018**



# 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)

**Cos'è Sociallending (e cosa fa di innovativo)?**

**Cosa è SOCIALLENDING**

**È UNA PIATTAFORMA DI CROWDFUNDING**

Il crowdfunding è un processo di raccolta di somme di denaro (funding) dalla folla (crowd), anche di entità modesta, che avviene attraverso una piattaforma web, con l'obiettivo di sostenere economicamente un progetto imprenditoriale o iniziative di diverso genere.

Il crowdfunding si afferma negli Stati Uniti alla fine degli anni '90, è diventato un fenomeno di massa negli ultimi anni grazie ai social network, per questa ragione è possibile dire che il crowdfunding è un processo partecipativo perché coinvolge numerose persone (community), è trasparente e diretto perché il socio commette a chi ha una necessità economica e a chi desidera sostenere un progetto imprenditoriale di entrare in contatto senza intermediari.

Il crowdfunding si basa su diversi modelli (reward, donation, equity e lending, tra i quali c'è il "social lending").

**È BASATA SUL MODELLO SOCIAL LENDING**

Il social lending (o i suoi derivati) è conosciuto anche come P2P lending, consiste in prestiti tra privati, ossia prestiti personali erogati da privati ad altri privati tramite il web. Questa attività si svolge su siti web di origine ad rete di social lending, senza passare attraverso i canali tradizionali regolamentati degli intermediari finanziari autorizzati, come da disposizioni in materia di raccolta del risparmio da parte dei soggetti diversi dalle banche, che comprendono una sezione (o) completamente dedicata al Social Lending.

**È GESTITA DALL'ASSOCIAZIONE SOCIALLENDING**

Sociallending è un'associazione non-profit il cui oggetto sociale è la promozione e diffusione della cultura, dell'innovazione sociale, del project financing e del crowdfunding con particolare riferimento al modello basato sul prestito sociale (P2P Lending) senza intermediatore finanziario. L'Associazione Sociallending si occupa di facilitare l'incontro tra chi ha bisogno di micro prestiti e chi è disposto a prestarli, senza praticare attività di intermediazione finanziaria o raccolta di risparmio pubblico.

Sociallending può essere interpretato, quindi, come una rivisitazione in chiave moderna e innovativa della Giuristria delle una grande innovazione nel mercato del prestito, attraverso la quale il socio commette a nuove forme di credito non convenzionali, senza intermediazione, senza spese e commissioni finanziarie, ma

MacBook Pro

## 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)



## 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)



## 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)

Si articola o attraverso la **raccolta di piccole somme diffuse (micro-prestiti)**, o attraverso una **transazione finanziaria** in cui un **gruppo di persone** presta piccole somme di denaro attraverso il **prestito peer-to-peer** (come Smartika o Presentiamoci).

# 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)

The screenshot shows the Smartika website homepage. At the top, the logo "smartika" is displayed in orange, followed by the tagline "people to people credit". Navigation links include "chi siamo", "faq", "press", "blog", "contattaci", and social media icons for Twitter, LinkedIn, Facebook, and Google+. A navigation bar contains the links "CHIEDI UN PRESTITO", "PRESTA ORA", and "MY SMARTIKA". The main heading is "Prestiti tra privati", with a subtext: "Scopri il Social Lending di Smartika: un modo semplice e veloce per chiedere o fare un prestito." Below this, there are two main sections: "Chiedi un prestito" (highlighted in yellow) and "Presta ora" (highlighted in blue). The "Chiedi un prestito" section lists: "✓ DA 1.000 A 15.000€", "✓ DA 12 A 48 MESI", and "✓ SEMPLICE E VELOCE". The "Presta ora" section lists: "✓ OTTIMI RENDIMENTI", "✓ STABILE E COSTANTE", and "✓ EQUO E SOLIDALE". Both sections have a "Scopri come funziona" button.

- <https://www.smartika.it/it/index.html>

# 4° MODELLO: MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)

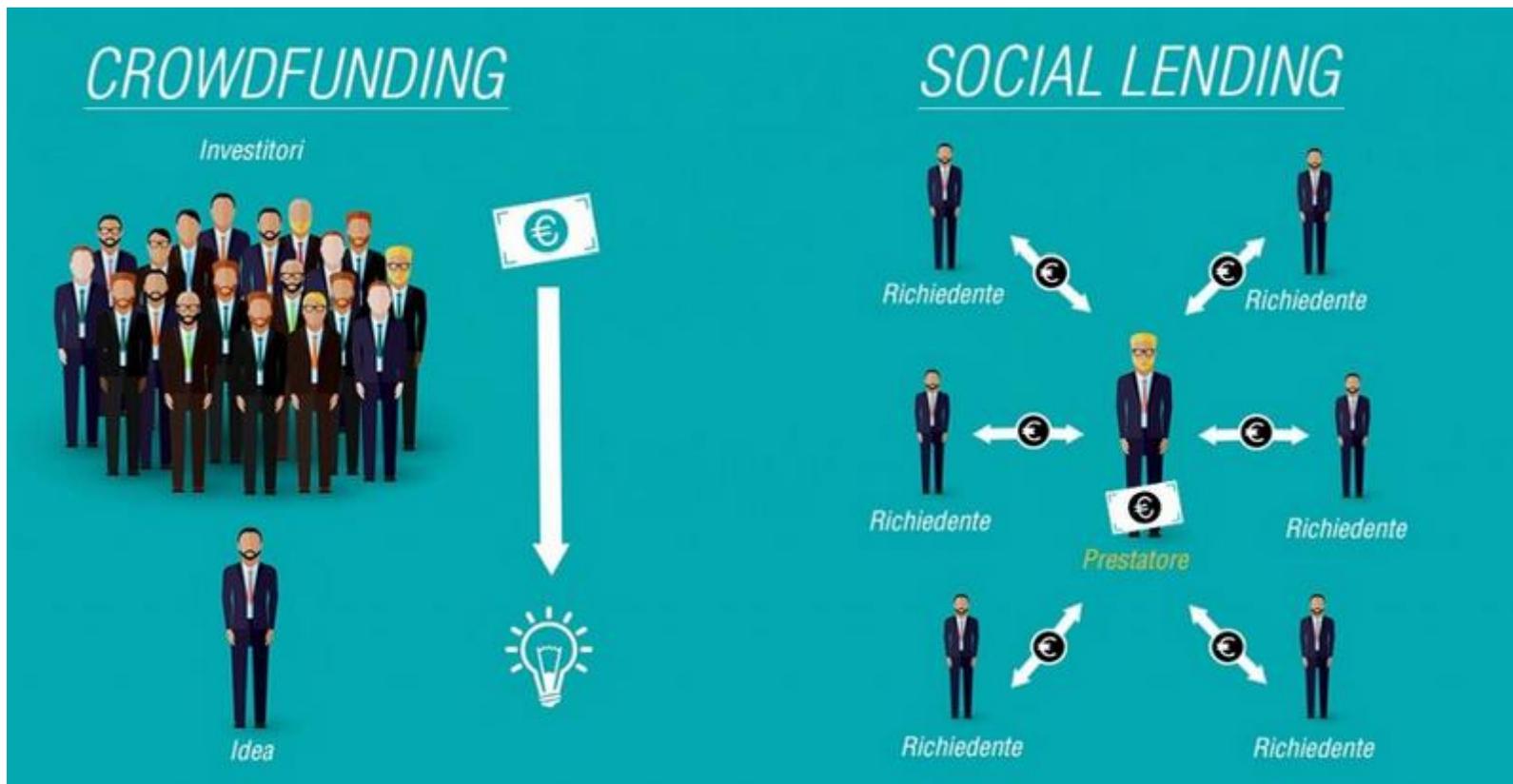
The screenshot shows the Prestiamoci website header with the logo and navigation links: CHIEDI UN PRESTITO, PRESTA, ACCEDI, MENU. The main heading is 'Il Social Lending in Italia - Come funziona Prestiamoci'. Below this is a dark blue navigation bar with links for COMPRENDI, SICUREZZA, and BLOG. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'DIVENTA PRESTATORE' and includes the text 'Iscriviti come Prestatore ed inizia a guadagnare' and a button labeled 'INVESTI ORA'. The right column is titled 'CHIEDI UN PRESTITO' and includes the text 'Iscriviti come Richiedente ed ottieni il tuo prestito' and a button labeled 'CHIEDI ORA'.

- <https://www.prestiamoci.it/come-funziona>

## 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)

- La riforma del terzo settore incentiva anche il social lending, il prestito di denaro a fini sociali...
- Dal 2011 **circa 9,1 milioni di euro** sono stati raccolti con **PrestoBene** (prestito sociale), 1,6 attraverso il dono e 3,3 raccolti a tasso zero da 858 prestatori;
- la quota restante sono crediti erogati da **Banca Prossima**.
- In tutto sono stati pubblicati un centinaio di progetti.

# 4°MODELLO:MODELLO “SOCIAL-LENDING” (O MICROFINANZA)



## ESEMPI DI PIATTAFORME DI CROWDFUNDING (INTERNAZIONALI)

Le migliori e più famose piattaforme di crowdfunding mondiali sono:

- [Kickstarter](#)
- [Kapipal](#)
- [Ulule](#)
- [IndieGoGo](#)
- [SliceThePie](#)

# ESEMPIO DI SITO DI CROWDFUNDING

**...il maggior e miglior sito di crowdfunding...**

**“KICKSTARTER”** .... esempio per spiegarne il funzionamento, che, comunque, è quasi (se non completamente) identico a quello dei suoi simili, dato che tutti i siti di crowdfunding praticamente si basano su una specie di **“regolamento”** avente dei punti in comune tra tutti essi.

# KICKSTARTER



# KICKSTARTER

Kickstarter (<http://www.kickstarter.com/>) è un sito di “crowd funding” per progetti creativi di ogni genere.

**Include un’ampia sezione dedicata ai giochi da tavolo e un’altra dedicata ai videogiochi** (di ogni genere, inclusi giochi di strategia).

Ogni progetto ha una **durata temporale definita**, nella quale si prefigge di raggiungere un determinato **obbiettivo economico (goal) espresso in dollari**.

Questi due cruciali parametri sono stabiliti unicamente dal creatore del progetto.

# KICKSTARTER

Alla fine del periodo temporale..

- **se il goal è stato raggiunto (sono stati raccolti abbastanza dollari) i soldi raccolti sono versati da Kickstarter al creatore del progetto, che (se affidabile) li userà per attuare quanto promesso;**
- **in caso contrario i soldi restano nelle tasche dei sostenitori (backers) del progetto.**

Esiste in questo processo una evidente dose di rischio, da parte di chi decide di finanziare un progetto, visto che al di là dell'impegno pubblico di chi crea un progetto non ci sono particolari tutele da parte di Kickstarter.

# KICKSTARTER

**Chiunque si iscriva può diventare sostenitore**, di uno o più progetti, promettendo di finanziarli con una **cifra minima di 1\$**.

E' possibile cambiare l'ammontare del finanziamento (pledge) in ogni momento prima della fine del progetto, e come già detto **i soldi sono prelevati da Kickstarter esclusivamente se il progetto raggiunge il goal prefissato**.

**In base al valore del "pledge" si accede in caso di successo del progetto a specifici "premi"** (solitamente l'oggetto del progetto a un prezzo conveniente).

# KICKSTARTER

E' possibile che un progetto **raccolga molti più soldi del necessario**. In questo caso fa parte dello “spirito” di kickstarter (ma non ci sono obblighi precisi in merito) **condividere con i backers i vantaggi dell'economia di scala derivante**, offrendo dei “rewards” aggiuntivi in base all'ammontare dei fondi raccolti.

Spesso ad esempio i backers di un gioco da tavolo ricevono (talora anche in base al “pledge” effettuato) contenuti extra gratuiti.

# KICKSTARTER

I progetti che raggiungono il goal (“founded”) richiedono del tempo per essere poi realizzati, quindi non è raro che i sostenitori debbano aspettare mesi prima di ricevere gli oggetti finanziati o di poter fruire dei servizi/beni relativi.

Per gli italiani è d’obbligo anche ricordare che i beni importati sono soggetti alle spese doganali (IVA + spese di dogana).

## ESEMPI DI PIATTAFORME DI CROWDFUNDING (ITALIANE)

**Quelle italiane, invece, sono:**

- [Eppela;](#)
- [Starteed;](#)
- [Produzioni dal Basso;](#)
- [Crowdfunding-Italia;](#)
- [De Revolutione.](#)

## SITI UTILI

- [http://www.innovami.it/it/p/il-crowdfunding-cos-e-come-funziona-e-a-chi-si-rivolge/;](http://www.innovami.it/it/p/il-crowdfunding-cos-e-come-funziona-e-a-chi-si-rivolge/)
- <http://www.art-mall.it/crowdfunding-che-cose-come-funziona-e-a-che-cosa-serve-linnovazione-diventa-una-scommessa-collettiva/;>
- <http://www.reporter2dot0.com/i-10-migliori-siti-di-crowdfunding/;>
- <http://www.wired.it/economia/business/2013/04/09/tutte-le-piattaforme-di-crowdfunding-italiane/;>
- <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/;>



**PIANO PER LA FORMAZIONE DEI DOCENTI EX LEGGE 107/2015\_ A.S. 2018/2019 e ss.  
AMBITO TERRITORIALE DELLA TOSCANA 008 EMPOLESE**

**“AZIONI di FUNDRAISING  
CON L’USO DI CROWDFUNDING”**

**GRAZIE!**

**Corso Formazione "F. Enriques"  
CASTELFIORENTINO (FI)**

*Avv. Elena Garofano*