

finnexta

PROJECT OWNER

GUIDA

**PER LA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI
SULLA PIATTAFORMA DI EQUITY CROWDFUNDING
DEL SISTEMA CAMERALE**



Sommario

INQUADRAMENTO GENERALE	3
IN COSA CONSISTE L'EQUITY CROWDFUNDING?.....	3
CHI PUÒ RACCOGLIERE CAPITALE TRAMITE L'EQUITY CROWDFUNDING?	3
COME PREPARARE IL LANCIO DI UNA CAMPAGNA	4
DELIBERA AUMENTO DI CAPITALE.....	4
BUSINESS PLAN.....	5
FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS)	6
DOCUMENTO INFORMATIVO PER L'INVESTITORE	6
ALTRI DOCUMENTI	7
COME PRESENTARE IL TUO PROGETTO?	8
PROMOZIONE DELLA CAMPAGNA	9
COMUNICAZIONE DELLA CAMPAGNA	9
VIDEO E ALTRI CONTENUTI MULTIMEDIALI	9
REWARD.....	9
BENEFIT	10
BENEFICI FISCALI	10
REGIME ALTERNATIVO DI INTESTAZIONE DELLE QUOTE.....	10
VUOI CONTATTARCI?	12

INQUADRAMENTO GENERALE

IN COSA CONSISTE L'EQUITY CROWDFUNDING?

L'equity crowdfunding è una forma di investimento che consente agli investitori di finanziare startup e PMI attraverso **piattaforme** online autorizzate da **Consob**. Nell'equity crowdfunding gli investitori erogano un contributo finanziario in cambio di partecipazioni societarie delle stesse imprese con **diritti di tipo patrimoniale e/o amministrativo**.

L'attuale regolamento CONSOB prevede che ai fini del perfezionamento dell'offerta sul portale, una quota almeno pari al **5%** degli strumenti finanziari offerti sia sottoscritta da **investitori professionali** o da **fondazioni bancarie** o da **incubatori di startup innovative** o da **investitori a supporto delle piccole e medie imprese**. Nel caso di **PMI con bilancio certificato**, la quota sottoscritta, necessaria per il perfezionamento dell'offerta, dai soggetti "qualificati" di cui sopra è pari al **3%**.

CHI PUÒ RACCOGLIERE CAPITALE TRAMITE L'EQUITY CROWDFUNDING?

L'equity crowdfunding è uno strumento per la raccolta di fondi che si rivolge alle società di capitali. In particolare:

- "Piccole e medie imprese" o PMI e start-up non innovative
- Start-up innovative
- PMI innovative
- OICR (Organismi di Investimento Collettivo del Risparmio)
- Altre società che investono prevalentemente in PMI (comprese startup innovative e PMI innovative)

Per "**piccole e medie imprese**" o **PMI** si intendono, come riportato dal Regolamento (UE) n. 2017/1129 del 14 giugno 2017, società che, in base al loro più recente bilancio annuale o consolidato, soddisfino almeno due dei seguenti tre criteri:

- numero medio di dipendenti nel corso dell'esercizio inferiore a 250
- totale dello stato patrimoniale non superiore a 43.000.000 EUR
- fatturato netto annuale non superiore a 50.000.000 EUR

COME PREPARARE IL LANCIO DI UNA CAMPAGNA

DELIBERA AUMENTO DI CAPITALE

Nell'equity crowdfunding l'operazione di raccolta del capitale di rischio avviene attraverso un **aumento di capitale deliberato dalla società** che lancia la campagna di raccolta fondi.

Questa fase rappresenta il momento strategico in cui l'impresa deve decidere:

- **Obiettivo di raccolta minimo.** L'impresa che lancia una campagna di equity crowdfunding riceve la somma raccolta solo se l'importo finanziato dagli investitori raggiunge l'obiettivo minimo indicato al lancio della campagna di equity crowdfunding.
- **Obiettivo di raccolta massimo.** Oltre all'obiettivo minimo di raccolta l'impresa deve anche decidere un obiettivo massimo che, a differenza del precedente, non deve necessariamente essere raggiunto per far sì che l'impresa possa usufruire del capitale sottoscritto. Tuttavia, questo parametro è fondamentale poiché fissa la quota massima di capitale sociale che l'impresa è disposta a cedere agli investitori. L'obiettivo massimo è, in altri termini, **l'obiettivo reale** perseguito dall'impresa.
- **Investimento minimo.** È necessario stabilire, in base alle proprie esigenze, una cifra minima di investimento sottoscrivibile dagli investitori.
- **Tipologia di quote da cedere agli investitori.** Possono essere offerte quote con diritti differenziati. Generalmente ad investimenti modesti corrispondono quote con diritti patrimoniali, mentre ad investimenti ingenti corrispondono quote con anche diritto di voto o altri diritti.
- **Periodo della campagna.** Deve essere decisa:
 - Una *data di chiusura* della campagna e/o
 - la *durata della campagna*; mediamente la durata di una campagna è di 60 giorni, eventualmente prorogabile a 90 giorni qualora venisse raggiunto l'obiettivo minimo e si volesse puntare al raggiungimento dell'obiettivo massimo.

L'aumento di capitale può essere di due tipologie:

- **aumento scindibile**, ossia realizzabile per un importo pari alle sottoscrizioni raccolte alla fine dell'aumento di capitale, indipendentemente dal fatto che venga sottoscritto per intero.

- o un **aumento di capitale inscindibile**, ossia in grado di perfezionarsi solo se viene integralmente sottoscritto.

L'aumento di capitale tramite equity crowdfunding generalmente prevede una parte **inscindibile** per una certa quota (**obbiettivo minimo**) e una parte **scindibile** per la quota rimanente (**obbiettivo massimo**).

Vediamo ora a titolo esemplificativo come potrebbe essere strutturato un aumento di capitale tramite equity crowdfunding:

- *L'impresa AlfaPMI Srl effettua un aumento di capitale per massimi nominali €2.025 con sovrapprezzo complessivo massimo di €897.975 (**obbiettivo minimo + obbiettivo massimo**), da suddividere in due tranches, da offrire in sottoscrizione a soci e a terzi mediante piattaforma online (cd. equity crowdfunding), da attuarsi mediante emissione di due categorie di quote fornite di diritti diversi.*
- *Una prima tranche, in via **inscindibile**, per €200.000 (**obbiettivo minimo di raccolta**) di cui nominali €450 e €199.550 a titolo di sovrapprezzo, mediante emissione di Quote A (con diritti patrimoniali) e Quote B (con diritto di voto) (**tipologia di quote**).*
- *Una seconda tranche, in via **scindibile**, per l'importo complessivo massimo di €700.000 (**obbiettivo massimo di raccolta**) di cui massimi nominali €1.575 e massimi €698.425 a titolo di sovrapprezzo, mediante emissione di Quote A e Quote B, da sottoscrivere subordinatamente all'integrale sottoscrizione della Prima Tranche. Entrambe le tranches ed il correlato aumento di capitale da sottoscrivere entro il termine finale del 31/12/2022 (**data chiusura della campagna**)*
- *il **capitale** sociale sarà aumentato in proporzione alle sottoscrizioni raccolte se l'aumento non sarà stato integralmente sottoscritto nel termine del 31/12/2022*

BUSINESS PLAN

Uno dei pilastri alla base del lancio di una campagna di crowdfunding è la predisposizione di un buon business plan. Il business plan è un documento che descrive l'azienda, i suoi prodotti o servizi, il modo in cui guadagna (o guadagnerà), i vertici, lo staff e le finanze aziendali. Gli investitori si affidano al business plan per valutare la fattibilità di un'idea imprenditoriale prima di finanziarla e proprio per questo motivo è fondamentale mettere in evidenza il **modo in cui il business potrà ottenere dei profitti**. Un business plan deve essere sempre breve e scorrevole, a chiunque sia destinato; in linea di massima la sua lunghezza non dovrebbe superare le **25-30 pagine**. Se ci sono ulteriori documenti che ritieni utili sarà possibile aggiungerli in allegato nella sezione

“Documenti” della pagina dedicata al progetto su Finnexa. Di seguito viene riportata la struttura di massima di un business plan completo:

- *Business concept*
- *Obbiettivi e visione aziendale*
- *Descrizione del prodotto e differenziazione dai competitors*
- *Mercato target*
- *Strategia di marketing*
- *Situazione economica e finanziaria attuale e previsionale*
- *La richiesta di capitale*
- *Il team*
- *Utilizzo che verrà fatto delle somme raccolte (nelle due casistiche obb. min/max)*
- *Determinazione dell'entreprise value (=valutazione pre-money), su quali elementi si basa la valutazione?*

FAQ (FREQUENTLY ASKED QUESTIONS)

Tra gli elementi di primaria importanza, pur non essendo obbligatorio per legge, da predisporre prima del *go live* della campagna, vi sono le FAQ relative al progetto/impresa. Molti investitori utilizzano le FAQ per fare chiarezza sul progetto imprenditoriale proposto e prendere le proprie decisioni di investimento. È importante quindi predisporre un pacchetto articolato e completo di domande/risposte per facilitare gli utenti nella comprensione del progetto e delle sue prospettive.

DOCUMENTO INFORMATIVO PER L'INVESTITORE

Il Regolamento Consob prevede che sia predisposto un “**documento sulla singola offerta**” rivolto agli investitori ed inserito in una apposita sezione della pagina progetto su Finnexa. Questo documento, di **massimo 5 pagine**, contiene:

- Avvertenze
- Informazioni sui rischi
- Informazioni sull'offerente e sugli strumenti finanziari oggetto dell'offerta
- Informazioni sull'offerta
- Informazioni sugli eventuali servizi offerti dal gestore del portale con riferimento all'offerta
- Informazioni sull'organo di controllo

- Informazioni sulla revisione contabile
- Informazioni su consulenti legali o finanziari e sui pareri di esperti

Durante la procedura di caricamento della documentazione su Finnexa troverai una **guida per la compilazione** del documento sulla singola offerta e un **modello precompilato** che dovrai soltanto redigere con le informazioni richieste.

ALTRI DOCUMENTI

Prima di candidare il tuo progetto su Finnexa assicurati di avere i seguenti documenti:

- a. **Atto costitutivo** e lo **statuto societario** vigente;
- b. una **visura camerale** aggiornata;
- c. una presentazione della società completa della parte descrittiva (mercato, descrizione prodotto servizio, team, bisogno che si intende soddisfare) e del piano finanziario (a 3/5 anni);
- d. **l'ultimo bilancio depositato** (o una situazione contabile aggiornata, se non si dispone ancora di bilancio);
- e. ogni altro documento o informazione utile alla valutazione dell'offerta e/o richiesto dal team di Finnexa

COME PRESENTARE IL TUO PROGETTO?

Se vuoi presentare il tuo progetto imprenditoriale sul sito Finnexa:

- a. per prima cosa registrati sul portale come “**Persona giuridica**”: inserisci poche e semplici informazioni e attiva l’account inserendo il codice alfanumerico che riceverai sulla tua e-mail
- b. configura il profilo come “**project owner**”: in questo passaggio ti chiederemo di inserire:
 - o *informazioni anagrafiche sulla società*
 - o *informazioni sul rappresentante legale della società*
- c. una volta completata questa fase avrai accesso alla tua dashboard e cliccando su “**Crea progetto**” potrai iniziare ad inserire tutti i dati e i documenti necessari alla valida candidatura del progetto.

Una volta completato l’iter, il team Finnexa potrebbe contattarti per chiederti della documentazione integrativa. Quando la documentazione sarà completa il **Comitato Valutazione** analizzerà tutto il materiale ricevuto.

In caso di esito di positivo il team Finnexa ti affiancherà nella preparazione della campagna e nella predisposizione dei contenuti.

PROMOZIONE DELLA CAMPAGNA

La pubblicazione della campagna su Finnexa potrebbe non essere sufficiente a farti raggiungere i tuoi obiettivi di raccolta. Per aumentare la visibilità della campagna e le opportunità di successo dovrai supportarla quotidianamente attraverso una serie di strumenti e procedure che ti descriveremo brevemente nei prossimi paragrafi.

COMUNICAZIONE DELLA CAMPAGNA

Per il buon esito della raccolta di capitale non solo è necessario l'utilizzo della piattaforma (Finnexa) nel presentare l'iniziativa imprenditoriale, ma è altresì importantissimo identificare una efficace strategia comunicativa per dare la massima visibilità alla campagna ed aumentare il numero dei possibili investitori.

L'aspetto social network è molto rilevante. Per garantire una comunicazione proficua e vantaggiosa della campagna è utile attivarsi sui principali canali social (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube...).

VIDEO E ALTRI CONTENUTI MULTIMEDIALI

È buona prassi, in prossimità del lancio di una campagna, predisporre un **video** in cui viene presentata l'azienda, il business, la mission e le figure di vertice dell'impresa.

Il video è il "biglietto da visita" della campagna e verrà posto come copertina nella **pagina progetto di Finnexa**. Un video accattivante e di qualità sarà sicuramente un incentivo per i potenziali investitori ad approfondire l'analisi dell'impresa.

Oltre al video, all'interno della pagina progetto possono essere inclusi altri contenuti nella sezione "**Documenti**". In questa sezione possono essere pubblicati ad esempio **presentazioni PowerPoint**, executive summary o altri contenuti per approfondire alcuni dei temi legati al progetto imprenditoriale.

REWARD

Uno dei metodi maggiormente utilizzati per incentivare gli utenti a sostenere la propria campagna è il c.d. **reward**. Per aumentare il coinvolgimento dei potenziali investitori nel progetto imprenditoriale è possibile prevedere una serie di "ricompense" **di natura non monetaria** a coloro che investiranno nella campagna, quali un oggetto o un servizio.

Ad esempio si potrebbe prevedere, a seguito dell'investimento nella campagna:

- il rilascio di un voucher per l'accesso gratuito (o scontato) al servizio/prodotto offerto dall'impresa
- l'accesso a strutture convenzionate con l'impresa (ristoranti, SPA, ecc...ecc...)

BENEFIT

BENEFICI FISCALI

Uno degli aspetti che rendono particolarmente appetibile l'investimento in startup innovative e PMI innovative per gli investitori sono gli sgravi fiscali di cui si può beneficiare tramite l'investimento.

Come stabilito dall'art.29 del D.L. 179/2012, i soggetti che investono nel capitale di rischio di startup innovative e PMI innovative hanno diritto ad una serie di sgravi fiscali in sede di dichiarazione dei redditi. Condizione affinché i soggetti possano beneficiare degli sgravi fiscali è il mantenimento della partecipazione nel capitale di rischio per almeno tre anni. Tali sgravi fiscali si differenziano a seconda del soggetto beneficiario:

- Le persone fisiche hanno diritto a una **detrazione dall'imposta lorda IRPEF pari al 30%** dell'ammontare investito. Il limite quantitativo massimo su cui determinare la detrazione è pari ad un investimento di euro 1 milione annui, vale a dire un risparmio massimo conseguibile pari ad euro 300.000/anno. A decorrere dalla data di entrata in vigore del D.L. 19 maggio 2020 n.34, è consentita la **detrazione dall'IRPEF di un importo pari al 50%** della somma investita nel capitale sociale di una o più start-up o PMI innovative. Inoltre, adottando questo regime di sgravi fiscali, l'investimento massimo è limitato a 100.000€ per le startup innovative e 300.000€ per le PMI innovative. Per l'investimento eccedente, fino ad 1.000.000 €, è sempre possibile usufruire della detrazione prevista pari al 30% per ogni periodo di imposta.
- Le persone giuridiche (società) hanno diritto ad una deduzione dall'imponibile IRES pari al 30% dell'ammontare investito. Il limite quantitativo massimo all'investimento su cui determinare la detrazione è pari ad euro 1,8 milioni, vale a dire un risparmio massimo conseguibile pari a euro 129.600 (considerando aliquota IRES al 24%).

REGIME ALTERNATIVO DI INTESTAZIONE DELLE QUOTE

La società offerente ha la facoltà di aderire o meno al c.d. **servizio di rubricazione** (regime alternativo di intestazione delle quote).

Il regime alternativo di intestazione delle quote previsto dall'art.100-ter, comma 2-bis, del TUF rappresenta un nuovo e più agevole sistema per lo scambio delle quote detenute da coloro che hanno investito tramite un portale di equity crowdfunding. Questo regime

si pone come 'alternativo' a quello tradizionale previsto dall'art 2470 del Codice civile, che richiede di rivolgersi a un notaio o commercialista (regime ordinario).

Tramite questo sistema gli investitori hanno la facoltà di conferire ad un intermediario autorizzato un mandato per sottoscrivere le quote per loro conto. In questo modo l'intermediario diventa il titolare formale delle quote e assume l'obbligo di tenere evidenza, in appositi registri, del titolare sostanziale (investitore) delle medesime quote, di curare il costante aggiornamento delle relative annotazioni e di rilasciare su richiesta i certificati e le attestazioni rilevanti per l'esercizio dei diritti sociali. Inoltre, le quote possono essere vendute in qualsiasi momento a qualsiasi investitore. Una volta definito il prezzo di acquisto, all'acquirente basterà contattare l'intermediario che aggiornerà il trasferimento nel proprio database.

VUOI CONTATTARCI?

Invia una email a: info@finnexta.it

Oppure chiamaci al: **02 8515 4234**

Saremo lieti di fornirti il nostro supporto, rispondendo alle tue domande nel minor tempo possibile.

Grazie.

Il team Finnexta