

SHARING MEDIA®

Quotidiano Digitale | Reg. Trib. di Roma nro. 106/2021 del 09/06/2021 | Dir. Resp.: Viola Lala

Editore: SHARING MEDIA SRL - ROC 36886 - REA RM-1640967 - P. IVA IT-16193971005

Testata periodica telematica internazionale di attualità, politica, cultura ed economia

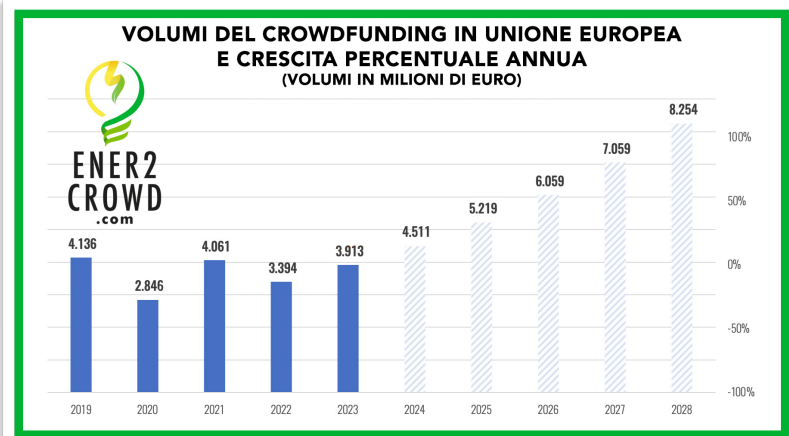
ISP: BT Italia S.p.A. - Via Tucidide 56 - 20134 Milano - Aut. DGSCER/1/FP/68284



SHARING MEDIA®

Il Media Network Sharing Media Srl

Le testate giornalistiche del network Sharing Media sono registrate presso la Sezione per la Stampa e l'Informazione del Tribunale di Roma ed in quanto tali permettono di usufruire dell'incentivo statale sugli investimenti pubblicitari. La società è iscritta al ROC – Registro degli Operatori della Comunicazione al Nro. 36886.



Il crowdfunding raddoppia

di Redazione

Il mercato è ripartito: da qui al 2028 si andranno a raddoppiare i 4,1 miliardi di euro del 2019, con una crescita annua media del 16%.

Gli **eventi geopolitici** degli ultimi anni hanno indirettamente coinvolto il mondo del **crowdfunding** nel Continente Europeo, dove il mercato degli investimenti digitali aperti al *crowd*, sia in modalità *lending* che in modalità *equity*, ha subito diverse contrazioni.

«Nel 2019 il mercato valeva circa 4,1 miliardi di euro, ma nel 2020 era sceso a 2,9 miliardi subendo, a causa degli **effetti del Covid-19**, una prima forte **contrazione del 31%**. Poi con lo scoppio della **guerra in Ucraina**, nel 2022 si è registrata un'ulteriore **contrazione del 16%**, dopo un rimbalzo del 43% registrato nel 2021» sottolinea **Giorgio Mottironi**, CSO e co-fondatore della società benefit **Ener2Crowd** e *Chief Analyst* del **GreenVestingForum**.



Start Up Innovativa

Fondata a Roma a maggio 2021, Sharing Media Srl si è costituita come startup innovativa, specializzandosi nell'edizione di libri a marchio editoriale "Edizioni Sharing Media Srl", già registrato presso l'Agenzia ISBN, nell'edizione di testate periodiche online ed offline e nello sviluppo e prototipazione di un innovativo servizio di ottimizzazione delle inserzioni pubblicitarie. «Vogliamo produrre libri che risvegliano le coscienze, per questo l'attività libraria per noi è molto importante», sostiene Viola Lala, amministratrice unica di Sharing Media e direttrice responsabile dell'omonimo Quotidiano "Sharing Media". Il piano d'impresa di Sharing Media prevede un'alta sensibilità allo sviluppo sostenibile e l'adozione di modelli di business orientati all'innovazione sociale.



Image licensed to SHARING MEDIA® by ICP

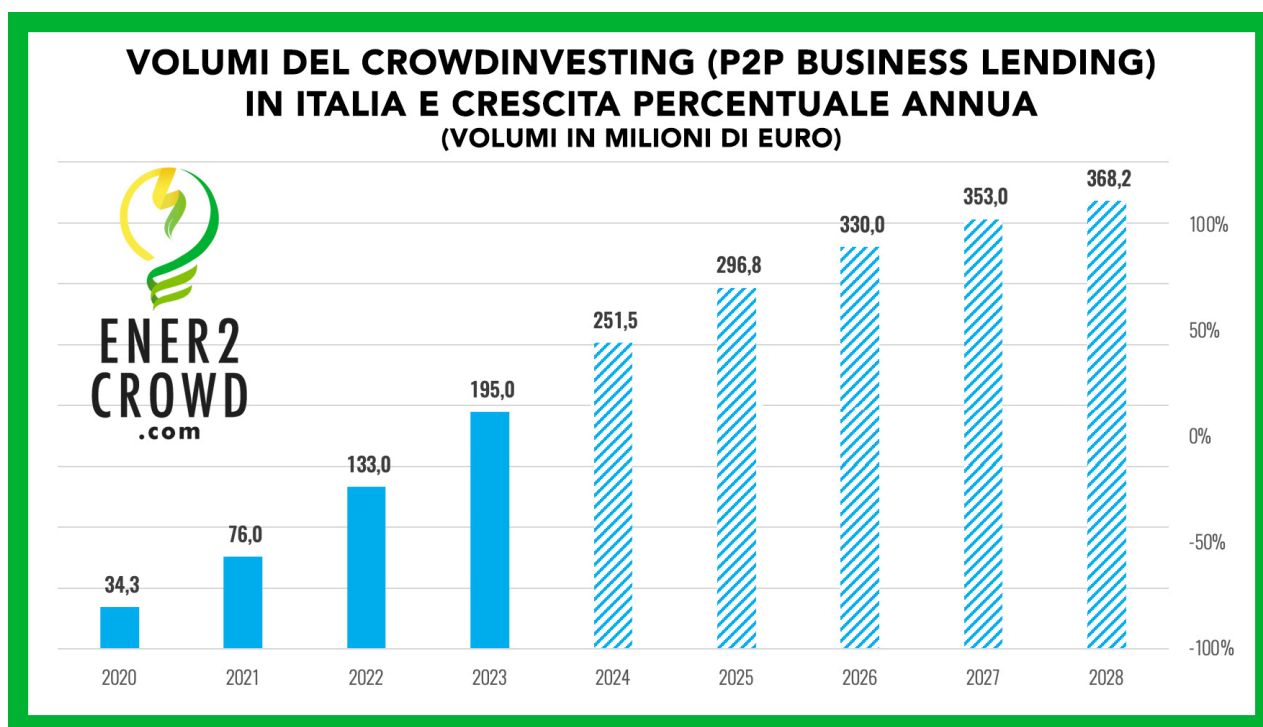
«A fine 2023 i volumi totali —prosegue **Giorgio Mottironi**— si erano riportati quasi al valore pre-shock, toccando i **3,9 miliardi di euro**, così nel 2024 il mercato europeo del crowdfunding è tornato a crescere sopra i livelli del 2019».

Secondo gli analisti di **Ener2Crowd.com**, la piattaforma ed app per gli investimenti sostenibili tra le primissime in Italia autorizzate da CONSOB, **da qui al 2028** in Europa si andranno a raddoppiare i 4,1 miliardi di euro del 2019, con una **crescita annua media del 16%**.

In Italia? «Vince il **modello capitalista** ma con una **redistribuzione etica della ricchezza**: il segnale più positivo è rappresentato dalla **crescita nel nostro Paese della finanza alternativa sostenibile ESG centered**, ossia il "CrowdInvesting" rivolto alla decarbonizzazione delle imprese e dell'energia, che sta registrando una **crescita del 60% all'anno** e che toccherà i **100 milioni di euro nel 2028**, andando a pesare il 30% di tutti i fondi erogati nel segmento business» risponde **Niccolò Sovico**, CEO, ideatore e co-fondatore di **Ener2Crowd**.



Image licensed to SHARING MEDIA® by ICP



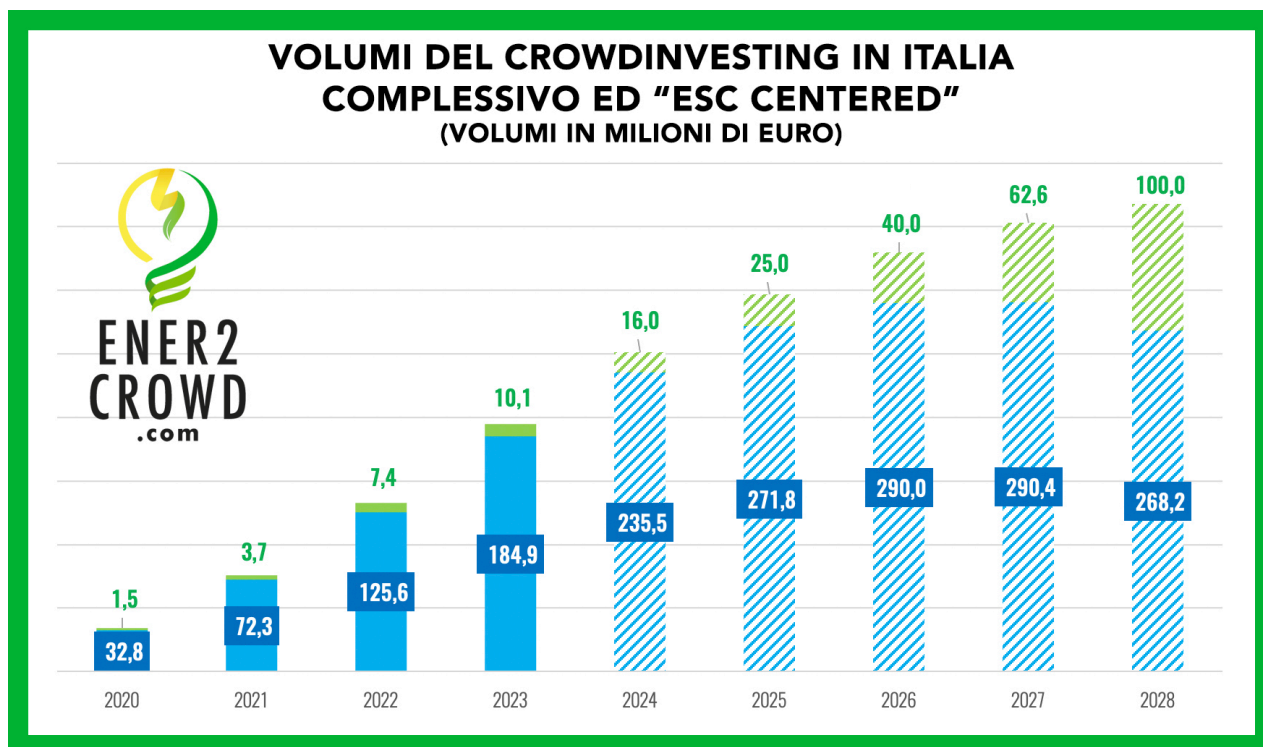
Nel suo complesso, includendo quindi il settore immobiliare e non immobiliare, la *lending* e l'*equity crowdfunding*, in Italia il mercato ha già raggiunto quota **1,2 miliardi di euro**. Ma nel 2023 la maggior parte della crescita si è dovuta al ruolo sempre più preponderante degli **investitori istituzionali**, che riescono meglio a sfruttare i **vantaggi strategici** della finanza alternativa e le sue **potenzialità di rendimento**.

D'altra parte, il mercato dei finanziamenti verso imprese a matrice "retail" o "crowd", segmento complessivamente a minor rischio, sembra aver esaurito la propria "traction", raggiungendo i **195 milioni di euro** di fondi erogati nel 2023, attraverso un lungo percorso che ha visto progressivamente comprimerne il tasso crescita: +122% nel 2021, +75% nel 2022 e +47% nel 2023.

«Al 2028 in Italia si potrebbe arrivare a **370 milioni di euro**, con un'ulteriore **crescita media annua del 14%**» puntualizza **Giorgio Mottironi**, che ha curato quest'analisi basandosi su dati **TodoCrowdlending** per tutto il comparto del *crowdfunding* per l'Europa e del **PoLiMi - 8° Report sul CrowdInvesting** per il comparto "business crowdinvesting" (escluso gli istituzionali) **per l'Italia**.

«Nel nostro Paese —prosegue il CSO di **Ener2Crowd**— il mercato dei prestiti alle imprese tramite gli strumenti di **finanza alternativa** continuerà a crescere soprattutto grazie al contributo degli investimenti "**ESG centered**", gli unici in grado di rappresentare un processo equo di partecipazione e di **redistribuzione della ricchezza**, non basato dunque su dinamiche meramente speculative che, come nel caso dell'immobiliare, continuano ad ampliare le disuguaglianze ed accentrare la capacità finanziaria».

La resilienza del settore è inoltre garantita dalla piena entrata in vigore del *Regolamento europeo sui fornitori dei servizi di crowdinvesting (ECSP)*, che ci porta verso un unico mercato con **eguali regole in materia di trasparenza**, gestione e comunicazione del rischio e dunque di **tutela degli investitori**.



In questo ambito, l'obiettivo di [Ener2Crowd](#) —che è di fatto il più grande **fondo di investimento diffuso nella transizione energetica**, con oltre 1 milione di euro al mese di finanziamenti green— è ora quello di **aumentare ulteriormente la trasparenza**.

[Ener2Crowd.com](#), recentemente entrata anche a far parte del **Kyoto Club**, è di fatto l'unica **«piattaforma per investire bene»**, dove al **bene immediato e certificato** si somma l'ulteriore **bene culturale, ambientale ed economico**. La piattaforma, insomma, non solo è sostenibile ma essa stessa **“produce sostenibilità” a livello culturale ed economico**.

*«Siamo l'unica piattaforma con prodotti finanziari **realmente rispondenti ai criteri ESG**, con rating ESG di ciascun singolo proponente e rating **enerSCORE+** per la classificazione di ciascun progetto sulla base del **calcolo puntuale delle emissioni di CO2 evitate**»* spiegano i fondatori di [Ener2Crowd](#), ora impegnati nel sostenere la **prima campagna di crowdinvesting milionaria** per finanziare l'8% di un intervento da **23 milioni di euro** nell'ambito della **produzione di microchip**.

Per arrivare al totale, la **CO-VER Power Technology SpA** —titolare del progetto— interverrà con proprie dirette disponibilità e sarà affiancata da un importante **fondo di investimento istituzionale** che parteciperà con 19 milioni di euro. Per il *crowd*, l'obiettivo di raccolta complessivo è invece di 2 milioni di euro: un milione sulla piattaforma [Ener2Crowd](#) ed un milione sulla piattaforma **Walliance**, con una durata di finanziamento di **36 mesi** ed un **tasso di interesse pari al 10%**, assolutamente superiore a quanto previsto da rating così positivi, a testimonianza della volontà della società di **premiare la partecipazione del crowd**.

ALEJANDRO GASTÓN JANTUS LORDI DE SOBREMONTÉ SOCIOLOGO & GIORNALISTA PROFESSIONISTA

Attraverso il suo marchio AJCOM®, il giornalista **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** (www.aj-com.net) si occupa di portare le aziende ed i professionisti sui media, per renderli visibili, credibili ed autorevoli in Italia ed in molti altri Paesi del mondo.



Ciò che contraddistingue **Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte** nel mercato della comunicazione —ed in particolare degli Uffici Stampa— è la forte capacità consulenziale, non limitandosi ad eseguire direttive ma studiando e proponendo le strategie di comunicazione più adeguate per ogni singolo cliente.

Titolare del marchio **AJCOM**, giornalista professionista, sociologo e relatore pubblico, Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte **dal 1989 ad oggi** ha lavorato per le più grandi testate nazionali tra le quali anche i quotidiani IL TEMPO ed IL GIORNALE, i settimanali PANORAMA ed ECONOMY, i mensili CAPITAL ed IN THE WORLD, lavorando anche come *freelance* per numerose testate estere e scrivendo migliaia di articoli in italiano, inglese, spagnolo e francese.

Con il marchio registrato presso il Ministero dello Sviluppo Economico “AJCOM”, **opera dal 2002** nel campo della comunicazione, svolgendo attività di **press officer** e responsabile delle relazioni con i media per conto di società private ed enti pubblici.

Le sue aree di specializzazione includono tutti i settori: dall’ambiente all’energia, dalla moda all’enogastronomia, dal turismo al dating online.

Tra i suoi clienti anche la multinazionale canadese Solar Power Network, la ESCo Avvenia (poi acquisita da Terna), la piattaforma Ener2Crowd, il Delegato del Sindaco di Roma alla Tutela dei Consumatori e degli Utenti e perfino professionisti e sportivi del calibro di Carolina Kostner.

www.aj-com.net

Dal 2002 AJCOM è il primo Ufficio Stampa Web per Imprese, Enti e Professionisti.

News Delivery:
40.000 giornalisti
8.000 influencer

NewsLetter:
#144.000 VIP

**BLOG, VLOG, YouTube,
Facebook ed Instagram.**



News Delivery: dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese (oltre ai social).

Attraverso canali di distribuzione tradizionale e digitale, AJ-Com.Net permette alle aziende ed ai professionisti di far crescere il business aumentando la propria visibilità sui media, sui social e sul web, garantendo risultati misurabili per promuovere prodotti e servizi o per diffondere il proprio pensiero e la propria opera.

Il Target raggiunto per ciascun invio è di oltre **40 mila giornalisti** e di più di **8 mila influencer, blogger e trendsetter**.

I risultati includono dalle 40 alle 160 pubblicazioni/mese, il 90% delle quali sui media online ed il restante 10% sui media cartacei, radio e tv, con un incremento anche della visibilità nei motori di ricerca (SEO), della percezione del prodotto o servizio (BRAND AWARENESS) e quindi anche delle vendite.

Dopo ciascun invio viene fornito un report con i link ai siti che hanno pubblicato gli articoli e successivamente una Rassegna Stampa mensile in formato PDF.