

**Terra&cibo**  
@qualigeo

Mauro Rosati



## Crowdfunding, una nuova via di finanziamento per l'agricoltura?

Uno degli effetti peggiori che la fase di recessione iniziata nel 2008 ha prodotto a livello sociale è la perdita di fiducia nelle idee imprenditoriali e conseguentemente l'incapacità di intravedere un futuro allettante. La drastica diminuzione del denaro disponibile per investire, per rendere concreti idee e progetti, ha spesso giustificato un diffuso senso di resa che, a fronte delle difficoltà oggettive degli istituti di credito, ha mortificato tante opportunità, in particolare tra le nuove generazioni. Uno dei fenomeni nati per rispondere a questa esigenza, tanto nel campo agro-alimentare quanto in altri settori, è il crowdfunding: una forma di (micro)finanziamento collettivo, solitamente organizzata sul web, in cui un gruppo di persone utilizza le proprie risorse per sostenere la nascita, la sopravvivenza e lo sviluppo di piccole attività - solitamente startup - e piccoli imprenditori. Ne esistono naturalmente varie tipologie: alcune prevedono una ricompensa per l'investitore commisurata al contributo, altre offrono quote azionarie o sono organizzate da soggetti pubblici, fino ad arrivare a forme di prestito e donazione o a soluzioni ibride proposte dal singolo progetto. Uno strumento che all'estero vive da anni una crescita continua e che in Italia avanza a un buon ritmo secondo una recente indagine della società Starteed che quantifica in 67 milioni di euro il valore complessivo di raccolta delle piattaforme italiane. Anche adesso che gli istituti di credito tornano ad erogare finanziamenti - come testimoniano le recenti intese fra Ministero delle politiche agricole e le due principali banche italiane Intesa ed Unicredit - questo fenomeno continua a crescere e a rappresentare un'alternativa quasi "sistemica", in cui l'innovazione è possibile grazie a chi può trarne il massimo beneficio, cioè i produttori ed i loro clienti. Nel settore agricolo e agro-alimentare italiano questa tendenza sta trovando una prima diffusione proprio adesso. Una delle realtà emergenti è quella Woop Food, una piattaforma di micro-finanziamento collettivo a ricompensa creata per supportare piccole attività del settore agroalimentare italiano con lo scopo di contribuire a preservare in maniera sostenibile le tradizioni e i prodotti di qualità del nostro territorio. Il principio di funzionamento di Woop food è chiaro: per prima cosa l'imprenditore crea la propria campagna sulla piattaforma, raccontando la propria storia e descrivendo il progetto che, nel caso specifico, deve essere legato a prodotti a qualità certificata Dop, Igp, Bio o a prodotti agroalimentari tradizionali o per diete di nicchia, e a tecniche di agricoltura sostenibile. Successivamente, il produttore fissa il budget necessario per realizzare il progetto e la scadenza



**Raccolta.** Con una campagna online si è potuto finanziare un progetto agricolo. FOTO: AGENZIA INK

entro cui dovranno essere ottenuti i fondi. Dopodiché, anche grazie ai servizi di marketing evoluti di Woop food, può partire la campagna vera e propria: si crea lo storytelling del prodotto o progetto, la rete di primi sostenitori e una strategia di promozione della campagna digitale dei pre-ordini, con l'obiettivo di raggruppare i sostenitori sufficienti a concretizzare il progetto. Una fase che per l'azienda può rappresentare anche un test di mercato per valutare la risposta dei potenziali consumatori a un primo contatto con prodotti e servizi. I sostenitori possono supportare il progetto con somme che partono da 5 euro a crescere fino a 2000 euro e ricevere ricompense di prodotto, digitali oppure esperienziali, in proporzione al sostegno dato. «Uno strumento digitale ed innovativo come il crowdfunding - afferma Alessandro Corti, cofondatore di Woop food - rende possibile una filiera circolare, dove sono proprio i clienti più affezionati a sostenere e finanziare i progetti di crescita ed ammodernamento del produttore; in un meccanismo simile, inoltre, il flusso circolare è applicabile anche alle informazioni, di qualità, di apprezzamento e di creatività, che possono generarsi tra consumatore e produttore. Un incontro di offerta e domanda prima ancora della realizzazione del prodotto, e quindi del suo effettivo

arrivo sul mercato, permette al produttore di diminuire il rischio di investimento ed al consumatore di aumentare la tracciabilità del proprio cibo, consentendo all'intero ecosistema di creare meno spreco alimentare ed energetico». Un esempio arriva proprio da una delle eccellenze made in Italy: l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena Dop che, per celebrare il 50° anniversario della Consorceria, ha promosso una campagna di crowdfunding sulla piattaforma kickstarter per realizzare 500 esemplari di "Vinegraal", un'edizione speciale del prodotto Dop invecchiato oltre 25 anni, racchiuso in una confezione appositamente disegnata. L'obiettivo della campagna - 25.000 euro da destinare a tutela e valorizzazione del prodotto - è stato raggiunto e superato in circa una settimana. Prevedere se il crowdfunding sia in grado di diventare un caposaldo fondamentale per il finanziamento di nuovi processi di innovazione o di salvaguardia delle produzioni tipiche del settore agroalimentare appare difficile, ma quello che non può sfuggire è la capacità di risposta di una parte delle nuove classi imprenditoriali. Siamo di fronte comunque ad una grande innovazione culturale che sta piano piano modificando il modo di fare impresa agricola; tecnologie, giovani ed ambiente restano le parole chiave del futuro agricolo italiano.

