di Silvia Messa, s.messa@millionaire.it

Si chiama **Angelo Rindone**, ha creato la prima piattaforma di crowdfunding del mondo, quando ancora non esisteva nemmeno la parola. Ha battuto Kickstarter e Indiegogo. «Ho imparato tutto sul campo, mosso da una grande passione»

È italiano il pioniere del crowdfunding

Ha battuto i fondatori di Kickstarter sul tempo. Ben cinque anni prima di loro, nel 2004, Angelo Rindone, 43 anni ha iniziato a costruire una piattaforma per far incontrare chi ha un progetto di produzione culturale e chi vuole aiutarlo a partire, con un contributo economico. Ha fondato Produzioni dal Basso e ha stimolato la diffusione dell'economia di partecipazione ed è cresciuto. Tanto che nel 2017 ha raccolto 1.976.922 euro (+55,68% rispetto al 2016). È la raccolta di fondi più alta in Italia, per un sito di crowdfunding *reward/donation*. Rindone ha lavorato alla sua idea, ha trovato soci, l'ha trasformata in un'impresa che dà lavoro a 15 persone e a un network di professionisti. «Con oltre 150mila utenti può essere definita la più importante comunità di autoproduzione e crowdfunding in Italia» afferma Rindone, che è anche fondatore e amministratore delegato di Folkfunding, azienda specializzata in crowd economy e open innovation, che sviluppa soluzioni fintech per istituzioni e aziende, come Banca Intesa, Fastweb, Borsa Italiana. Rindone è membro del comitato scientifico dell'Associazione italiana dell'Equity Crowdfunding (Aiec).

CROWD FUNDING IN ITALIA

OLTRE 41,389 MILIONI di euro, valore totalizzato nel 2017

OLTRE 11 MILIONI raccolti sulle piattaforme *equity*

QUASI 10 MILIONI raccolti sulle piattaforme *reward*

(Fonte: Dati Starteed)

VkVSlyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfVnBycyMjI2Q5NmNkYjFmLWQ4NzQtNGExNi1hMjk2LTA3MDY5ZjVlNjA0OCMjIzIwMTgtMDEtMzBUMDg6NTA6MzMjIyNWRVI=

«Ho imparato tutto sul campo»

«Sono figlio di un operaio. Ho imparato sul campo come si gestisce un'impresa, tra responsabilità, scelte, assunzione dei collaboratori e rapporti con grandi aziende». Ha una formazione umanistica, si diploma in Storia dell'arte all'Accademia di Brera. Lavora per alcuni anni nel mondo editoriale, nell'ambiente della grafica e della moda. E comincia a interessarsi al mediattivismo, cioè all'uso dei media per autoproduzioni culturali. Dalla passione, l'idea: creare un sito d'incontro tra domanda e offerta di autoproduzioni culturali. «Mi hanno dato una mano mio fratello, con le sue competenze informatiche, un amico avvocato, un esperto di marketing, Giuseppe Mayer, oggi mio socio». Produzioni dal Basso nasce come un progetto amatoriale, ma ha un valore immenso: era l'embrione del crowdfunding, che con Kickstarter e Indiegogo è diventato un fenomeno globale. «Loro sono arrivati in Italia solo nel 2010. Quando nel 2005 è uscita la versione beta del nostro sito, non c'era ancora YouTube» racconta Angelo. Produzioni dal Basso si fa conoscere, chiamano il fondatore come esperto in convegni sul tema autoproduzioni. «La piattaforma cresceva. L'avevamo messa in piedi come un sito che si autogestiva, senza un amministratore. Ma serviva un salto di qualità» racconta Angelo.

+45%
rispetto al 2016, performance del crowdfunding in Italia

«Tutto è nato come un progetto amatoriale e autogestito, ma con un immenso valore»

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfVnBycyMjI2Q5NmNkYjFmLWQ4NzQtNGExNi1hMjk2LTA3MDY5ZjVlNjA0OCMjIzIwMTgtMDEtMzBUMDg6NTA6MzMjIyNWRVR

«Nel 2012 la crescita è stata notevole. Nel 2013 abbiamo aperto una startup innovativa per reingegnerizzare il sito. Da allora, abbiamo raggiunto 160mila iscritti, transato 5,7 milioni di euro e finanziato 2.200 progetti. Il nostro investimento iniziale è stato inferiore a 100mila euro. Ha dato ossigeno per un anno alla società, poi abbiamo subito iniziato a fatturare. Il nostro modello di business prevede guadagni dalle fee, per le campagne di crowfunding e per dare spazio e visibilità alle aziende sulla piattaforma».

Angelo e i suoi lavorano sul loro prodotto. «Dopo tre anni di vita, la nostra esperienza ha attirato l'interesse di aziende che volevano lanciare campagne su Produzioni dal Basso, realizzare delle piattaforme di crowfunding o avevano bisogno di analisi strategiche o strumenti di fintech». Sono clienti importanti: Intesa Sanpaolo, Fastweb, Last Minute, SlowFood, Banca Etica… Per far fronte alla crescita del portale e ai progetti da realizzare per le singole aziende, Angelo incrementa il suo team («15 più altri due che stiamo assumendo»). L'ultimo fatturato, con i conti ancora da chiudere per il 2017, supera 1 milione di euro. «Nel 2014 era di 150mila euro. Risultati notevoli, per una startup innovativa. Solo il 10% supera 500mila euro di fatturato».

«La mia attività mi dà soddisfazioni economiche e ha generato lavoro. Ho imparato a fare l'imprenditore. Ma oggi ne conosco anche la solitudine»

I progetti: sociali, culturali

«I progetti che arrivano sulla piattaforma sono sociali e culturali. Ce ne propongono centinaia, ogni mese. E noi analizziamo e scegliamo. Un esempio? Lo sviluppo di redattori di Blogo, dopo il fallimento del network, hanno creato Altro spettacolo, puntano sul sostegno del crowdfunding e di decine di personaggi famosi, come Fabio Fazio e Maria De Filippi. Oppure progetti sociali, come quelli di Telethon (esperimento online di raccolta fondi, dopo i successi televisivi) e Slow Food. In generale, si tratta di raccolte fondi, ma anche di campagne di comunicazione e per testare un prodotto, magari offerto come ricompensa per la donazione (*reward*), o in preordine (libri, per esempio). Questo uso del crowdfunding, già molto sviluppato negli Stati Uniti, da noi può funzionare molto bene. Interessante anche la pubblicazione da parte di Banca Etica, su Produzioni dal Basso, di bandi per assegnare fondi per lo sviluppo di piccole imprese territoriali. E anche il progetto di Fastweb con il Miur, per incentivare le scuole a proporre progetti in crowdfunding. Se raggiungono il 50% dell'obiettivo prefissato per la raccolta, Fastweb finanzia il resto. Infinity, invece, ha usato la piattaforma per selezionare nuovi registi».

VkVSlyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfVnBycyMjI2Q5NmNkYjFmLWQ4NzQtNGExNi1hMjk2LTA3MDY5ZjVlNjA0OCMjIzIwMTgtMDEtMzBUMDg6NTA6MzMjIyNWRVI=

Vita da imprenditore: programmo due cose importanti al giorno

Negli ultimi quattro anni, Rindone si è trasformato in un leader. «I primi anni sono cruciali per una startup. Per me, è molto più di un business. È una passione che è diventata lavoro. Questa è la tendenza di tante nuove professioni, oggi e per il futuro. Unire passione e business, credere in quello che fai ti aiuta anche a evitare la frustrazione di rinunciare al tempo libero. Per 24 ore al giorno hai in testa il tuo lavoro, tutto quello che leggi, vedi, ascolti lo riferisci a quello». Angelo però si è dato delle regole organizzative per aumentare l'efficacia del suo impegno: programma due cose importanti al giorno, una la mattina e una il pomeriggio. Il resto del tempo lo dedica ai feedback immediati, alle verifiche, ai contatti coi collaboratori. «Lavoriamo nel coworking Login, a Milano (Gorla), che è diventato nostro socio. È uno spazio molto grande, nato quattro anni fa, dalla scelta di un *service provider*, che ha mescolato i suoi 30 dipendenti ad altri 400. Un mix che genera innovazione e produttività. Noi, poi, abbiamo collaboratori che lavorano da Milano, Como, Bologna, Roma, Bari e continuano a sviluppare la piattaforma, realizzando le prossime novità (che riguarderanno anche l'intelligenza artificiale). Il plus del lavoro nel coworking non è il risparmio, ma è il networking, che ci aiuta a trovare nuove persone con le competenze giuste per sviluppare i prodotti dei clienti. Proprio questo nostro essere piccoli e la nostra elasticità, velocità, creatività ci hanno reso interessanti per le grandi aziende. Poi, lavorare coi progetti e le idee delle persone è molto bello. E genera situazioni divertenti».

LE DIFFICOLTÀ DI CRESCERE

ESSERE ELASTICI con le grandi aziende e le multinazionali è una vera difficoltà per le startup. Bisogna crescere velocemente, adattarsi. Circondarsi delle persone giuste, saperle valorizzare, assegnare i giusti ruoli è la cosa più difficile. Angelo cerca sempre tra i senior: costano di più, ma sono più affidabili, hanno competenze alte e contano su esperienze già fatte. «Da un paio di anni stiamo formando anche junior».

GESTIRE I "SUCCHIATEMPO" È un problema superabile. Angelo ha passione per le storie degli altri e ottima capacità di ascolto. «Non è mai tempo buttato. Qualcosa può sempre servire per il mio lavoro. Anche se sembro un po' un prete al confessionale».

CRESCERE TECNOLOGICAMENTE «Il mercato cambia molto rapidamente. Tre anni fa, abbiamo organizzato un evento sui bitcoin, la blockchain è strategica. Il mondo fintech richiede una sperimentazione continua» spiega Angelo. «Oggi anche Facebook si interessa al mondo dei pagamenti. E PayPal sta organizzando una sua piattaforma. Per questo mettiamo tanto impegno in ricerca e sviluppo».

«La mia etica? Pago il lavoro e non vendo sogni»

Altre regole di Angelo sono nella sfera dell'etica professionale. Prima: il lavoro va sempre pagato. Seconda: evitare di vendere sogni. Produzioni dal Basso (idee, progetti, prodotti, soldi) dà un taglio concreto e onesto a quello che propone alla comunità. Bisogna essere pragmatici, fare bene il proprio lavoro e mettere a disposizione dei clienti gli strumenti migliori. Non fare "il gatto e la volpe". Terza: non avere un approccio padronale con dipendenti e collaboratori. Evitare il controllo orario. L'impegno si misura da quello che si realizza, che è sempre verificabile».

COME TRASFORMARE UNA PASSIONE IN BUSINESS

«**1** Non pensate di fare impresa come dopolavoro. Dedicate il 100% del vostro tempo allo sviluppo dell'idea. Altrimenti, non funziona. La riuscita dipende dal mercato. Quello da noi scelto è in crescita, in Italia». Chi lavora bene può avere maggior fortuna. «Altri mercati, come l'e-commerce, sono più complessi.

2 Continuate a studiare. Non esistono mercati fermi (vedi quello delle criptovalute). Leggete molto, confrontatevi. Il digitale deve rinnovare anche le piccole attività. Anche in settori come l'editoria, bisogna scoprire e sperimentare strade. La raccolta fondi per nuovi progetti, la conoscenza condivisa, un confronto di quello che fanno gli altri imprenditori nel mondo ci aiuta a trovare nuovi modelli di sostenibilità per le imprese»

VkVSIyMjVm9sb0Vhc3lSZWFkZXJfVnBycyMjI2Q5NmNkYjFmLWQ4NzQtNGExNi1hMjk2LTA3MDY5ZjVlNjA0OCMjIzIwMTgtMDEtMzBUMDg6NTA6MzMjIyNWRVI=