

BorsadelCredito.it, il fondo Colombo ha già 10 mln di dotazione. Ecco l'identikit delle pmi che ottengono i prestiti online

LINK: <https://bebeez.it/2017/11/13/borsadelcredito-it-il-fondo-colombo-ha-gia-10-mln-di-dotazione-ecco-lidentikit-delle-pmi-che-ottengono-i-presti...>

BorsadelCredito.it, il fondo Colombo ha già 10 mln di dotazione. Ecco l'identikit delle pmi che ottengono i prestiti online. Le statistiche di **BorsadelCredito.it** al 31/10/2017. Il fondo Colombo, lanciato il mese scorso da ART sgr, la società di gestione fondata da **BorsadelCredito.it** per investire nei prestiti che verranno offerti dalle imprese sulla piattaforma, ha già una dotazione di 10 milioni, su un target complessivo di 100 milioni, che sono stati sottoscritti dagli stessi soci di **BorsadelCredito.it**. Lo ha detto a MF Milano Finanza il business development manager, Livio Montesarchio, precisando che i soci della startup avevano preso l'impegno di sottoscrivere quote del nuovo fondo, una volta che fosse stato lanciato, contemporaneamente alla sottoscrizione dell'aumento di capitale lo scorso maggio. P101, Azimut Holding e GC Holding (la holding del gruppo Italmondo spa e di Supernova Hub) avevano investito 1,6 milioni di euro nel secondo round della startup. Il primo round da un milione di euro risale invece a fine 2015 e in quel caso era stato guidato da P101. Nata nell'ottobre 2013 come piattaforma digitale di brokeraggio per il credito alle aziende, la società ha aperto il canale del P2P lending nel settembre 2015 come primo operatore per le aziende in Italia, in qualità di Istituto di pagamento autorizzato da Banca d'Italia. A oggi è quindi in grado di fornire le statistiche più aggiornate sulla tipologia di aziende che chiede prestiti online. I risultati dell'osservatorio annuale di **BorsadelCredito.it**, che si basa su un universo di oltre 10 mila pmi che hanno chiesto un prestito sulla piattaforma dall'inizio dell'operatività (ottobre 2015) sino allo scorso 5 settembre, sono stati anticipati da MF Milano Finanza lo scorso sabato 11 novembre. Innanzitutto i numeri smentiscono chi pensa che a chiedere credito online siano aziende che nascondano qualche magagna. In realtà i dati dicono il contrario: sul totale delle pmi che hanno chiesto un finanziamento sulla piattaforma, quasi il 90% non ha in curriculum alcun evento negativo (debiti non onorati o protesti o altre situazioni pregiudizievoli anche meno gravi). Solo il 10% dunque ha in curriculum un evento negativo, grave o non grave. Tra quelle invece finanziate, la percentuale di eventi negativi è zero, poiché si tratta di elementi che non consentono una conclusione positiva dell'istruttoria. L'altro dato interessante è quello relativo alle motivazioni principali per cui viene richiesto il credito, che sono le stesse che spingono le imprese ad andare in banca: investimenti ed esigenze di liquidità, ma con una proporzione invertita rispetto a quella rilevata da Bankitalia per cui la liquidità è preponderante. Sulla piattaforma **Borsadelcredito** c'è un 57,9% di imprese che vi arriva per finanziare investimenti, mentre ad avere esigenze di cassa sono il 38% e la quota residuale è rappresentata da chi chiede credito per consolidamento di passività a breve e per rinegoziare debiti a medio-lungo termine. Quanto alle caratteristiche delle pmi che poi sono state effettivamente finanziate, l'analisi è stata svolta su 253 aziende: di queste, il 21% ha un fatturato tra 2 e 10 milioni e il 4% ha fatturato oltre i 50 milioni, il che significa che un quarto delle aziende che ottengono credito non sono micro e questo è un trend che si va consolidando. Idem per la storia aziendale: chi riceve il prestito ha, per il 98% dei casi più di tre anni di anzianità (e di queste la metà esiste da oltre 10 anni). Le aziende finanziate con poco più di un anno di attività sono solo il 2%. Infine, se in media il campione totale dei richiedenti il prestito mostra una scarsa digitalizzazione (il 63,84% non ha un sito web; il 70% non ha pagine social e 70,7% non è segnalata su Google maps), il campione delle pmi finanziate mostra invece un panel di aziende molto più nella rete: la metà ha un sito; il 40% una pagina Facebook o LinkedIn, il 49% è censita su maps.