

La piattaforma

Profit Farm, il business degli Npl accessibile a tutti

Rendere il mercato dei crediti non ancora riscossi (Npl), generalmente appannaggio dei soli investitori istituzionali, accessibile anche ai privati. Con questo obiettivo nel 2021, nasce a Roma Profit Farm una piattaforma di lending crowdfunding che ha appena chiuso in soli tre giorni la più grande operazione

(la 17esima) da 600 mila euro, finanziata sulla piattaforma. «Non è una cifra enorme in questo mondo ma per una startup come la nostra è un traguardo non trascurabile considerando che è stata raccolta da un pubblico che non ci conosce. Abbiamo dovuto fare comunicazione, far capire il prodotto» ha commentato Roberto Macina ceo e co-fondatore di Profit Farm. C'è una fascia di crediti definita bassa (sotto al milione) che le grandi istituzioni scartano perché non convenienti: il costo per recuperarli equivale a quello per riscattare cifre molto più grandi. La piattaforma Profit dà la possibilità all'utente di finanziare l'acquisto di crediti certi (che hanno già passato l'iter processuale) vantati da società ed en-

600

mila euro
ottenuti con la
17esima
operazione di
Profit Farm



Il ceo

Roberto Macina, amministratore delegato e co-fondatore di Profit Farm

ti nei confronti della Pa oppure di altri soggetti privati ugualmente solvibili, con tempi di recupero molto veloci (12-18 mesi), garantendo un tasso fisso di almeno l'8% annuo».

Nel 2021 ha raccolto 700 mila euro rispetto ai 2,8 milioni del 2022. «Siamo passati da una media per operazione di 100 mila a 280 mila euro». La società ha appena concluso un aumento di capitale di 600 mila euro, 100 mila già finanziati da due professionisti del settore. Il restante, «vorremmo, in ottica industriale, raccoglierci da qualche operatore istituzionale (collegato a qualche banca)». L'aumento sarà destinato a far crescere il numero degli utenti e a ulteriori sviluppi tecnologici. «Abbiamo creato una base di persone, di età per lo più compresa tra 35 e 55 anni e classificabili come professionisti, che finanziano le operazioni, e sappiamo anche qual è il nostro potenziale di raccolta. Con ancora un limite fisico per alzare il bacino, rafforzando il marketing vogliamo aumentare gli utenti, arrivando a 5 mila dai poco meno di 1.000 attuali, che moltiplicato per un caricamento medio a utente di 5.000 euro ci porterebbe all'obiettivo dei 20-25 milioni di raccolta».

Emily Capozucca

© RIPRODUZIONE RISERVATA