

*NICHITCIN Corina, magistru în economie, USARB*

*The crowdfunding is a new funding mechanism that consists in collecting of financial resources from the large public conversely for a reward, by launching on-line platforms of advertisements on projects that need the funds. In this paper are relating the theoretical approach to crowdfunding provided by the speciality literature, the operating mode, the advantages and disadvantages of this funding instrument, some statistical data on financing through crowdfunding, the role of this financing tool for the small business sector.*

*Key words: crowdfunding, participatory financing, innovative financing means, small business financing, crowdfunding platforms.*

Accesul la finanțare este o necesitate fundamentală pentru creșterea, inovarea și dezvoltarea sectorului micului business din Republica Moldova. Problema finanțării întreprinderilor mici și mijlocii este identificată și în spațiul UE. Astfel, potrivit unui sondaj efectuat la nivelul UE și publicat la 30 noiembrie 2016, pentru 9 % din IMM-urile din UE, principalul motiv de îngrijorare este accesul la finanțare. Totodată, în anul 2009 circa 16% din IMM-urile intervievate și-au exprimat îngrijorarea cu privire la accesul la finanțare. În acest sens, prin reducerea procentului IMM-urilor îngrijorate de problema finanțării afacerii de la 16% în 2009 la 9% în 2016, se înregistrează o îmbunătățire a situației cu privire la accesul la finanțare a întreprinderilor din spațiul european.

Printre mijloacele moderne și inovative de atragere a resurselor financiare necesare finanțării afacerii se regăsește crowdfunding-ul. Din literatura de specialitate desprindem că crowdfunding-ul este o sursă nouă de finanțare care presupune lansarea unor anunțuri, în general pe internet, prin care publicul este invitat să finanțeze proiecte prin donații sau contribuții în bani, urmând ca în schimb să primească o recompensă, să aibă posibilitatea de a precomanda produse, de a acorda împrumuturi sau de a face investiții [2, p. 6]. Așadar, crowdfunding-ul este un mod de finanțare participativă ce se dezvoltă într-un ritm alert și care, în practica mondială, deja se bucură de o popularitate semnificativă, datorită faptului că este relativ ieftin și deschis spre finanțarea proiectelor de diferit gen. Etimologia conceptului de crowdfunding vine din limba engleză, cu semnificația: *crowd – mulțime și funding – finanțare*. În literatura de specialitate sunt identificate diverse abordări teoretice ale acestui concept. Tabelul care urmează cuprinde o sinteză a semnificației atribuită de diferiți cercetători crowdfunding-ului.

**Tabelul 1****Abordarea teoretică a conceptului de „Crowdfunding”**

	<i>Definirea</i>
Shapiro, M., conducătorul Comisiei titlurilor de valoare și depozitelor, SUA	Crowdfunding-ul reprezintă o metodă de formare a capitalului, prin care grupuri de oameni își unesc banii, de obicei sume mici, în scopul susținerii inițiativelor altor oameni pentru a atinge scopuri concrete.
Schweinbacher, A.; Leralde, B.	Crowdfunding-ul este un apel, de obicei prin internet, cu privire la colectarea resurselor financiare sub formă de donații sau în schimbul unor recompense sau acțiuni în scopul susținerii atingerii unor scopuri concrete.
Sanin M.K	Crowdfunding-ul reprezintă o asociere colectivă a oamenilor care benevol își unesc resursele bănești sau de alt tip, de obicei prin internet, pentru a susține eforturile altor oameni și asociații.
Cedelnicov S. P., Macarova E., Osipova T.	Crowdfunding-ul este o modalitate de a conecta inovatorii și investitorii mici care împreună dispun de resurse financiare semnificative. Colectarea resurselor financiare pe platformele de Crowdfunding contribuie la o creștere a ritmului de dezvoltare și implementare a proiectelor inovatoare.

Otlyvanskaya, G. A.	Crowdfunding-ul este o posibilitate de a atrage capitaluri în cote mici de la un număr semnificativ de persoane, cu scopul finanțării unui proiect nou, utilizând platforme speciale ce unesc potențialii investitori și subiecții care au nevoie de finanțare.
Yurchenko, A.A.	Crowdfunding-ul – este finanțarea colectivă a proiectelor filantropice și comerciale.
Stratan, S.	Crowdfunding-ul reprezintă o metodă alternativă unică de atragere a mijloacelor bănești pentru finanțarea diverselor idei și proiecte de afaceri.

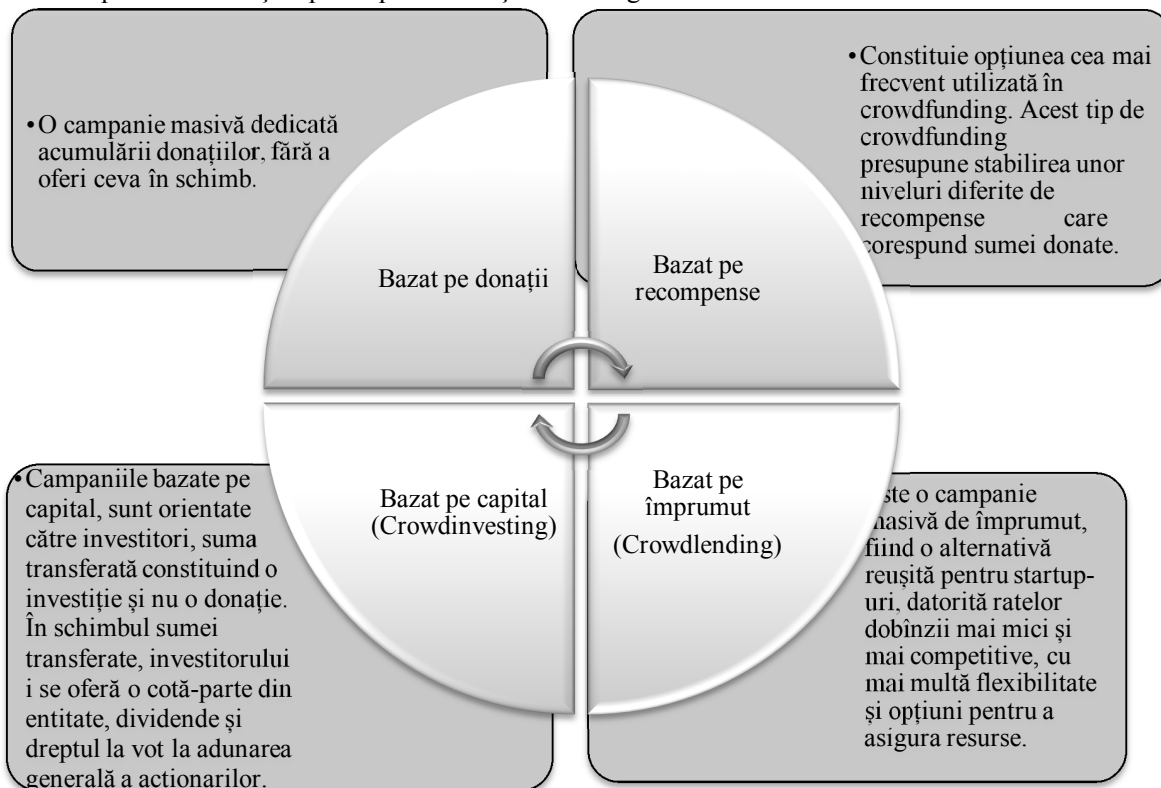
*Sursa: elaborat de autor în baza 15 p. 40; 16, p. 138 - 139; 12, p. 29; 18, p. 830; 8, p. 250*

Finanțarea de tip participativ prezintă un interes deosebit în ceea ce privește ariile de cercetare – dezvoltare, inovare, având un efect pozitiv asupra creșterii economice și a PIB și indirect la crearea de noi locuri de muncă. Multifinanțarea se adresează în principal proiectelor aflate în faze timpurii de dezvoltare și care nu pot accesa fonduri din sursele tradiționale de finanțare. Multifinanțarea este o foarte bună formă de stimularea a spiritului antreprenorial deoarece oferă, pe lângă finanțare și un feed-back în timp real asupra proiectului sau a produsului/ serviciului promovat [4, p. 67].

Unicitatea crowdfunding-ului ține de utilizarea tehnologiilor informaționale și a internetului în scopul colectării resurselor financiare în sume mici de la un grup mare de oameni interesat în proiectul sau ideea promovată prin intermediul rețelelor de socializare [11, p. 141]. În acest sens este remarcabil faptul că, deși forme incipiente de finanțare participativă au fost înregistrate încă la începutul secolului XX (de exemplu, colectarea fondurilor necesare pentru construcția Statuii Libertății din New York), totuși această metodă de finanțare în formatul existent în prezent s-a dezvoltat odată cu apariția internetului, iar cele mai importante instrumente care facilitează schimbul de informații cu privire la proiectele de crowdfunding sunt rețelele sociale precum: Facebook, Twitter, VKontakte etc. Prin intermediul acestora are loc transformarea capitalului social în capital financiar și reducerea rolului intermediarilor.

Anume datorită dezvoltării rapide a tehnologiilor informaționale și digitalizării, crowdfunding-ul devine un fenomen global și un mecanism promițător pentru atragerea resurselor necesare în scopul lansării diverselor proiecte sau implementării ideilor creative [8, p. 246]. Grație posibilității de a stabili legături directe între startup-uri și investitorii potențiali, prin intermediul platformelor on-line și rețelelor sociale, s-au deschis noi oportunități pentru atragerea de fonduri.

În literatura de specialitate, ținând cont de remunerarea oferită participanților la finanțarea proiectelor, au fost identificate tipurile de finanțare participativă menționate în figura 1.



**Figura 1. Tipuri de crowdfunding**

*Sursa: elaborat de autor în baza 3, p. 10; 8, p. 246*

Pe lângă tipurile de crowdfunding prezentate mai sus, în practică sunt întâlnite și modele hibride de crowdfunding, care combină elemente separate ale tipurilor generale de crowdfunding.

ȘTIINȚIFICĂ INTERNAȚIONALĂ  
**ASPECTE ALE DEZVOLTĂRII POTENȚIALULUI ECONOMIC-MANAGERIAL ÎN CONTEXTUL ASIGURĂRII SECURITĂȚII NAȚIONALE**

Un alt criteriu de clasificare a finanțării de tip participativ, identificat în literatura de specialitate, are la bază scopul proiectului care necesită finanțare. În acest sens menționăm că prin intermediul crowdfunding-ului pot fi finanțate proiectele cu scopuri sociale, politice, comerciale, creative etc.

Pentru funcționarea crowdfunding-ului este necesară prezența obligatorie a câtorva actori, care ulterior vor interacționa [6, p. 146]:

- un inițiator reprezentat fie de o persoană, un grup, o asociație, sau o firmă care are un scop, formulează o idee, dezvoltă un proiect și are nevoie de fonduri. Inițiatorul dorește să utilizeze crowdfundingul pentru a obține acces direct la piață și sprijin financiar de la persoanele cu adevărat interesate în proiectul pe care îl dezvoltă;
- contribuitori financiari benevoli sunt reprezentați de persoane fizice sau juridice care dispun de resurse financiare libere și susțin ideea proiectului;
- o platformă specializată de crowdfunding care unește inițiatorii proiectelor și contributorii financiari în scopul implementării în practică a proiectelor inițiate.

Beneficiind de asistență specializată, prin intermediul platformei, proiectul va fi supus unei campanii de promovare, în special, utilizând rețelele sociale, care asigură vizibilitate sporită, șanse de compatibilizare mărite și gratuitate. Scopul campaniei de promovare este de a identifica simpatizanți ai ideii, care să devină promotori, la rândul lor, dar, în primul rând, contribuitori financiari voluntari la îndeplinirea scopului și la realizarea proiectului [6, p. 146].

În general, toate platformele de crowdfunding funcționează în mod similar. Solicitanții de resurse financiare prezintă proiectele sale spre aprobare platformei de crowdfunding identificate în conformitate cu scopul urmărit și subiectul proiectului. Aceasta, la rândul său, selectează cele mai bune proiecte. În cazul în care cererea este aprobată, autorul proiectului creează pe platforma de crowdfunding o pagină web dedicată proiectului, indicând motivul pentru care proiectul trebuie finanțat. Pentru fiecare proiect acceptat pe platformă se stabilește suma care trebuie colectată și perioada de timp în care trebuie colectată respectiva sumă. Platforma de crowdfunding, pentru serviciul de promovarea a proiectului prestat solicitantului de resurse financiare, încasează un comision.

În prezent crowdfunding-ul este recunoscut ca o formă legală de relații comerciale în cel puțin douăzeci de țări avansate. Este de remarcat faptul, că în Occident se dezvoltă și legislația care permite antreprenorilor să colecteze mijloace bănești pe scară largă de sine-stătător. Cea mai progresivă legislație de crowdfunding este considerată legea americană Jobs Act (Jumpstart Our Business Startups Act), care conține principalele prevederi pentru crowdinvesting și permite atragerea online a până la 1 milion de dolari SUA, printr-un număr maxim de 2000 de investitori, inclusiv neacreditați [8, p. 249]. În Republica Moldova crowdfunding-ul este reglementat de legea cu privire la întreprinderile mici și mijlocii Nr. 179 din 21.07.2016, potrivit căreia crowdfunding-ul este un mod de finanțare a unor proiecte folosind resurse on-line (forumuri, platforme de socializare etc.), care substituie sistemul clasic de donație cu o metodologie de tip recompensă. Inițiatorii proiectului lansat creează o rețea ai cărei membri oferă bani în schimbul serviciilor sau produselor generate de proiect [1].

Finanțarea prin crowdfunding, privită atât din perspectiva finanțatorului cât și din perspectiva beneficiarului de fonduri, înregistrează unele avantaje și dezavantaje sintetizate în tabelul care urmează:

**Tabelul 2**

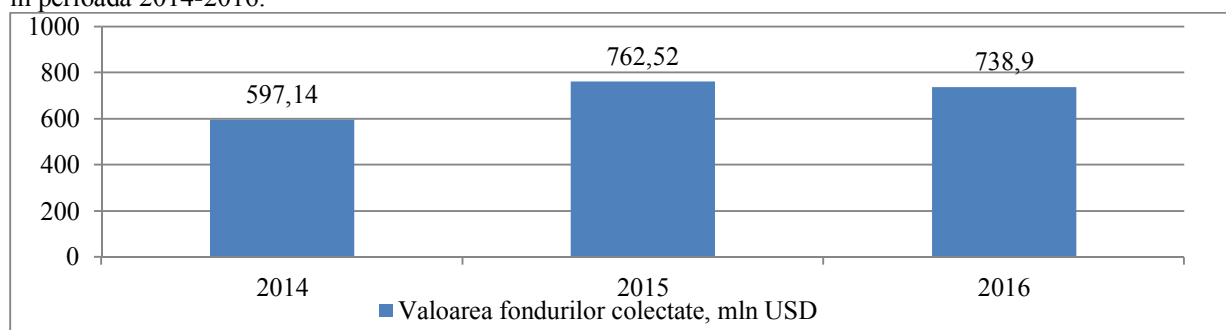
**Avantajele și dezavantajele finanțării prin crowdfunding**

<i>Avantaje</i>	<i>Dezavantaje</i>
Posibilitatea de a alocă sume mici	Riscul de nerecuperare a investiției efectuate
Asigurarea cu investiții inițiale pentru entitățile mici	Insuficiența bazei legislative cu privire la finanțarea participativă (Crowdfunding)
Posibilitatea testării proiectului până la derularea acestuia	Alocarea resurselor financiare pe termen lung, fapt ce dezavantajează investitorii sau donatorii
Posibilitatea atragerii resurselor financiare cu costuri reduse	Verificarea insuficientă a proiectului plasat pe platformă
Publicitate gratuită și promovarea produsului	Proprietatea intelectuală devine publică datorită disponibilității online a acestora
Crearea de relații și parteneriate noi	Subestimarea costurilor
Diversificarea surselor de finanțare a proiectului	Existența riscului unor platforme false
Stimularea spiritului antreprenorial, deoarece oferă, pe lângă finanțare și un feed-back în timp real asupra proiectului sau a produsului/ serviciului promovat.	Riscul de neîndeplinire a obiectivului de finanțare

*Sursa: elaborat de autor în baza 10; 5, pp. 10-11*

Din cercetările efectuate la acest subiect se constată că crowdfunding-ul prezintă interes pentru subiecții din lumea afacerilor, deoarece pe de o parte oferă companiilor posibilitatea de a obține resursele financiare necesare inițierii sau dezvoltării afacerii, iar pe de altă parte - mobilizează micro investițiile și dezvoltă economia. O mare parte a capitalului financiar din întreaga lume nu este implicată, astfel încât o parte din populație deține fonduri libere, care, nefiind investite, nu lucrează și nu generează capital financiar. Fondurile neinvestite devin „pierdute” pentru economie. Importanța micro investiției constă în faptul că, prin investiții în startup-uri, acestea ar condiționa creșterea numărului și extinderii companiilor și, prin urmare, ar contribui la crearea de noi locuri de muncă, produse și servicii. Micro investitorii în sine nu numai că sporesc loialitatea față de produs, dar devin și ei interesați de promovarea, publicitatea și consumul de produse. Acești factori fac crowdfunding-ul important atât pentru companiile individuale, cât și în general pentru economia țării [10].

La nivel mondial se înregistrează un tempou alert de dezvoltare a finanțării prin crowdfunding. Acest fapt este argumentat prin datele statistice cu privire la valoarea fondurilor colectate prin intermediul platformelor de crowdfunding în perioada 2014-2016.



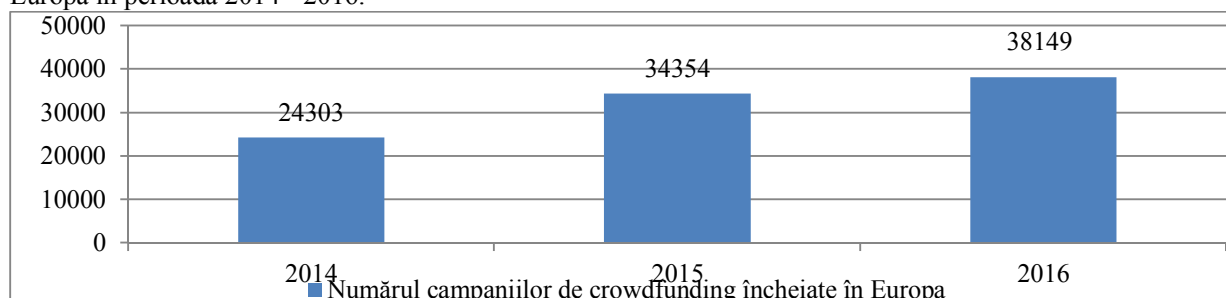
**Figura 2. Valoarea fondurilor colectate prin crowdfunding la nivel mondial**

Sursa: elaborat de autor în baza 19

În baza datelor prezentate în figura 2 este evident impactul platformelor de crowdfunding în finanțarea proiectelor de diferit gen. Această statistică reprezintă valoarea fondurilor colectate prin crowdfunding la nivel mondial în perioada anilor 2014 - 2016. Suma totală a banilor acumulați prin crowdfunding în anul 2016 a ajuns la 738,9 milioane dolari SUA.

Este remarcabil faptul că finanțarea participativă a fost introdusă printre prioritățile agendei Comisiei Europene. În anul 2015, Comisia Europeană a publicat un ghid de finanțare participativă pentru IMM-uri, disponibil în 23 limbi [7, p.42].

Potrivit datelor statistice și cercetărilor efectuate în domeniu, se constată că la nivel mondial crowdfunding-ul este în continuă dezvoltare și poate fi cu certitudine considerat drept sursă alternativă de finanțare, inclusiv de finanțare a inițiativelor antreprenoriale. În acest sens vom examina evoluția numărului de campanii de crowdfunding finalizate în Europa în perioada 2014 - 2016.



**Figura 3. Numărul campaniilor de crowdfunding finalizate în Europa în perioada 2014-2016**

Sursa: elaborat de autor în baza 20

Această statistică prezintă numărul campaniilor de crowdfunding finalizate în Europa în perioada 2014-2016. Numărul total de campanii realizate în anul 2016 a ajuns la peste 38 mii. Totodată, conform datelor furnizate de site-ul [www.statista.com](http://www.statista.com), doar 17% din campaniile finalizate în anul 2016 au fost finanțate, iar valoarea totală a fondurilor colectate prin intermediul acestor campanii a depășit suma de 150 de milioane dolari SUA.

La nivel internațional au fost lansate numeroase platforme de crowdfunding dedicate cauzelor sociale, culturale sau antreprenoriatului. În tabelul care urmează au fost selectate, pe de o parte, cele mai relevante platforme de crowdfunding existente la nivel internațional dedicate antreprenorilor și, pe de altă parte, platformele de crowdfunding existente în Republica Moldova.

Tabelul 3

**Platforme de Crowdfunding**

Platforme de Crowdfunding la nivel internațional dedicate antreprenorilor	Platforme de Crowdfunding existente în Republica Moldova
<a href="http://www.kickstarter.com">www.kickstarter.com</a> <a href="http://www.indiegogo.com">www.indiegogo.com</a> <a href="http://www.angelist.com">www.angelist.com</a> <a href="http://www.fundable.com">www.fundable.com</a> <a href="http://www.kisskissbankbank.com">www.kisskissbankbank.com</a> <a href="http://www.innovestment.de">www.innovestment.de</a> <a href="http://www.starttrack.ru">www.starttrack.ru</a>	<a href="http://www.caritate.md">www.caritate.md</a> <a href="http://www.guvern24.md">www.guvern24.md</a> <a href="http://www.sprijina.md">www.sprijina.md</a>

Sursa: elaborat de autor în baza site-urilor prezentate în tabel

Examinând conținutul proiectelor plasate pe platformele de crowdfunding existente în Republica Moldova s-a constatat că preponderent, prin intermediul acestor platforme on-line, sunt colectate resurse financiare pentru cauze sociale, iar campaniile de crowdfunding inițiate pentru finanțarea inițiativelor de afaceri dețin o pondere redusă. Acest

lucru este explicabil în primul rând prin faptul că în fața potențialului contributor financiar, proiectele concurează pentru prioritate. Așadar, un proiect antreprenorial fiind plasat pe aceeași pagină cu un proiect caritabil, are șanse mai mici de a colecta suma necesară de resurse financiare. În același timp, lipsa resurselor financiare suplimentare ale populației din Republica Moldova și insuficiența cunoștințelor cu privire la existența acestui instrument de finanțare reduce din popularitatea utilizării finanțării participative în domeniul afacerilor. Este evident și faptul că baza legislativă cu privire la finanțarea participativă existentă în Republica Moldova nu este dezvoltată suficient pentru reglementarea corespunzătoare a activității fiecărui participant la o campanie de crowdfunding.

În concluzie la cele relatate, menționăm că crowdfunding-ul este o alternativă nouă de finanțare a obiectivelor antreprenoriale care trebuie utilizată la maxim datorită posibilităților incontestabile oferite de aceasta: pe de o parte, prin intermediul crowdfunding-ului, se poate asigura obținerea finanțării celor mai inovative și îndrăznețe proiecte, iar, pe de altă parte, poate fi astfel testată ideea de afaceri și totodată, se contribuie la identificarea și motivarea potențialilor clienți. Experiența și bunele practici ale altor state în domeniul finanțării participative pot fi utilizate pentru integrarea acestui mecanism de finanțare în piața financiară nebancaară. În acest sens, apare necesitatea de a întreprinde măsuri de popularizare a informației cu privire la modul de funcționare și beneficiile utilizării crowdfunding-ului, iar pentru sporirea securității actorilor antrenați în acest tip de finanțare este nevoie de a ajusta cadrul legal, prin revizuirea și completarea acestuia, în conformitate cu practicile internaționale.

#### REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. Legea cu privire la întreprinderile mici și mijlocii Nr. 179 din 21.07.2016. In: *Monitorul oficial al Republicii Moldova nr. 306-313 din 16.09.2016*.
2. Accesul întreprinderilor mici și mijlocii la finanțare. [on-line]. [citată 15.10.2018] Disponibil: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file\\_import/european-semester\\_thematic-factsheet\\_small-medium-enterprises-access-finance\\_ro.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/european-semester_thematic-factsheet_small-medium-enterprises-access-finance_ro.pdf)
3. AVRAM, M., CARP, T. *Ghid crowdfunding*. [on-line]. [citată 15.10.2018] Disponibil: <https://www.cntm.md/ro/publication/ghid-de-crowdfunding>
4. DUMITRESCU, D. I., DUMITRESCU, D. V. Finanțarea alternativă a IMM-urilor în România. pp. 59 - 73. [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: [http://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2018/02/RRSS\\_02\\_2018\\_A4\\_RO.pdf](http://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2018/02/RRSS_02_2018_A4_RO.pdf)
5. Explicații privind finanțarea participativă. Ghid pentru întreprinderi mici și mijlocii. [on-line]. [citată 12.10.2018] Disponibil: [https://ec.europa.eu/search/?queryText=Explica%C8%9Bii+privind+finan%C8%9Barea+participativ%C4%83&query\\_source=europa\\_default&page=&filter=&swlang=en&filterSource=europa\\_default&more\\_options\\_date=365&more\\_options\\_language=ro&more\\_options\\_f\\_formats=pdf](https://ec.europa.eu/search/?queryText=Explica%C8%9Bii+privind+finan%C8%9Barea+participativ%C4%83&query_source=europa_default&page=&filter=&swlang=en&filterSource=europa_default&more_options_date=365&more_options_language=ro&more_options_f_formats=pdf)
6. NISTOR, V. *Crowdfunding - a financing solution for journalism*. pp. 145-152. [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: <https://old.upm.ro/cci/CCI-04/Cpj/Cpj%2004%2023.pdf>
7. *Raport de bune practici către ecosisteme financiare mai eficiente: instrumente inovatoare pentru facilitarea accesului la finanțare pentru sectoarele culturale și creative (SCC)*. [on-line]. [citată 14.11.2018] Disponibil: <https://publications.europa.eu/ro/publication-detail/-/publication/947576c6-deae-11e5-8fea-01aa75ed71a1/language-ro>
8. STRATAN, S. *Finanțarea prin crowdfunding a activității inovatoare: experiența mondială*. pp. 245 - 250. [on-line]. [citată 10.11.2018] Disponibil: [http://irek.ase.md/jspui/bitstream/123456789/496/1/Stratan\\_S\\_conf\\_septembrie\\_2017\\_vol\\_1.pdf](http://irek.ase.md/jspui/bitstream/123456789/496/1/Stratan_S_conf_septembrie_2017_vol_1.pdf)
9. ВОЛОДИН, С. Н., ЖИРНОВ, Г. А., КАДЫРОВА, Р. Р. *Краудинвестинг как новый способ венчурного финансирования*. pp. 50-58. [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: <https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share//direct/210764416>
10. ДУК, А.Ю., ДЖАМАЛДИНОВА, М.Д. *Краудфандинг как новая форма инновации в инвестировании*. [on-line]. [citată 16.11.2018] Disponibil: <https://www.regionaleconomics.ru.com/jour/article/view/49/7>
11. КОТЕНКО Д. А. *Краудфандинг — инновационный инструмент инвестирования*. [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: [http://arbitr.ru/\\_upimg/1B926D08CF5F8FE1E1CD14123B27C620\\_140-141.pdf](http://arbitr.ru/_upimg/1B926D08CF5F8FE1E1CD14123B27C620_140-141.pdf)
12. МАКАРОВА, Е. Н., ОСИПОВА, Т. Ю. *Развитие краудфандинга в России: виды, крауд-платформы, правовая оболочка*. [on-line]. [citată 15.11.2018] Disponibil: [https://ecsn.ru/files/pdf/201802/201802\\_29.pdf](https://ecsn.ru/files/pdf/201802/201802_29.pdf)
13. МЕДЖИБОВСЬКА, Н. С. *Краудфандинг для малого бизнеса: Миф чи реальність?* [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: <https://core.ac.uk/download/pdf/147041048.pdf>
14. НЕКРАСОВА, Т.П., ШУМЕЙКО Е.В. *Экономическая оценка краудфандинга как метода привлечения инвестиций*. pp. 114-124. [on-line]. [citată 15.11.2018] Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekonomicheskaya-otsenka-kraudfandinga-kak-metoda-privlecheniya-investitsiy>
15. ОТЛИВАНСКАЯ, Г. А. *Теоретические аспекты применения краудфандинга на предприятии*. [on-line]. [citată 16.11.2018] Disponibil: [http://www.economy.in.ua/pdf/11\\_2017/10.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/11_2017/10.pdf)
16. САЛЕНКО, Т.В. *Сущность и виды краудфандинга как перспективной формы финансирования инновационного малого бизнеса*. [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: <https://pglu.ru/upload/iblock/298/44.pdf>
17. ШУШАРИНА, Н. В., КРИВОЩЕKOVA, А. Д. *Краудфандинг как источник финансирования инновационного проекта*. [on-line]. [citată 12.11.2018] Disponibil: <http://elar.ufrf.ru/bitstream/10995/50544/1/isi-2017-34.pdf>
18. ЮРЧЕНКО, А. А. *Краудфандинг – новый способ финансирования*. [on-line]. [citată 17.11.2018] Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/v/kraudfandinga-novyy-sposob-finansirovaniya>

19. <https://www.statista.com/statistics/360512/funds-raised-via-crowdfunding-globally/>
20. <https://www.statista.com/statistics/757399/no-of-crowdfunding-campaigns-completed-europe/>

-