

# Crowdfunding per lo Sviluppo

Finanziare Idee per un Futuro Sostenibile

---

Lezione II

*Laboratorio di Media & ICT per lo Sviluppo*

prof. Alessandro Iannella

CdLM in Comunicazione Pubblica e Politica

Università degli Studi di Torino



# Contenuti

---

1

Crowdfunding

2

Buone Prassi: Strumenti e  
Progetti

3

Produzioni dal Basso

4

JamBoard per completare un  
*Canvas*

# Inquadramento Agenda 2030

---





# Crowdfunding

# Crowdfunding

---

Il *crowdfunding* è una forma di **finanziamento dal basso** che, grazie a **piccoli contributi di un ampio numero di individui**, consente di **sostenere un progetto di interesse comune** o **un'idea creativa** nella quale si crede.

Il termine deriva dalla crasi degli inglesi *crowd* "folla" e *funding* "finanziamento" e viene talvolta tradotto come *finanziamento collettivo*.



# Reward Crowdfunding

---

È comune seguire un modello di *reward crowdfunding*, secondo il quale **chi sostiene** un progetto o un'idea **riceve in cambio una ricompensa sulla base dell'importo che ha investito.**

Esistono svariate tipologie di ricompense:

- **fruizione del servizio finanziato** (*pre-vendita*);
- **collaborazioni** o **partecipazioni** al progetto;
- **esperienze creative** o **prodotti materiali**;
- **riconoscimenti.**

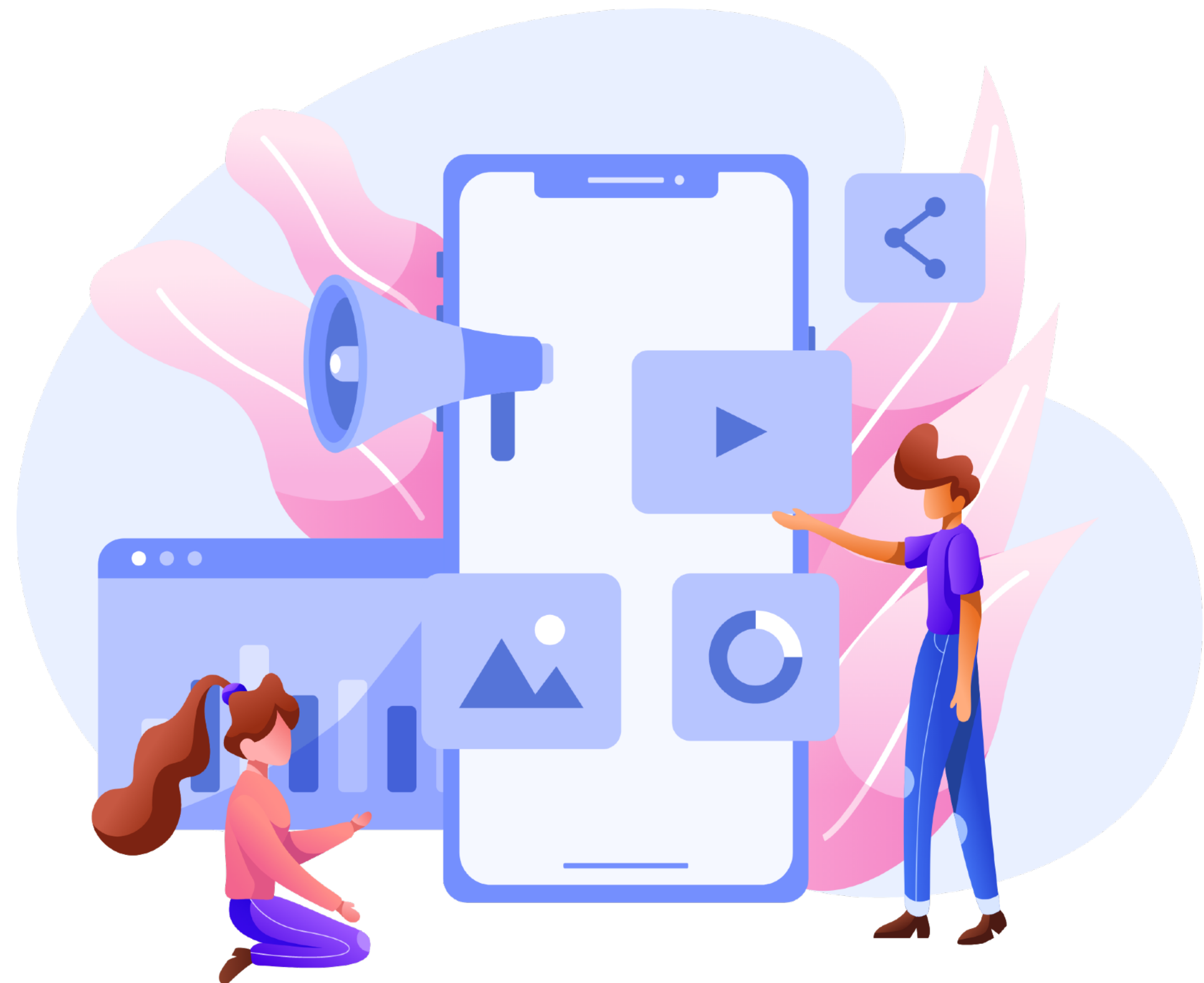
# Campagna di Crowdfunding

---

Data un'idea, la progettazione di una campagna di *crowdfunding* prevede:

- il **business plan**, che consente di definire gli obiettivi, i contenuti e le caratteristiche del progetto imprenditoriale;
- il **piano di comunicazione**, che in un'ottica integrata si sviluppa attraverso una specifica piattaforma (es. Eppela, Produzioni dal Basso), il sito web dell'iniziativa e i social media.

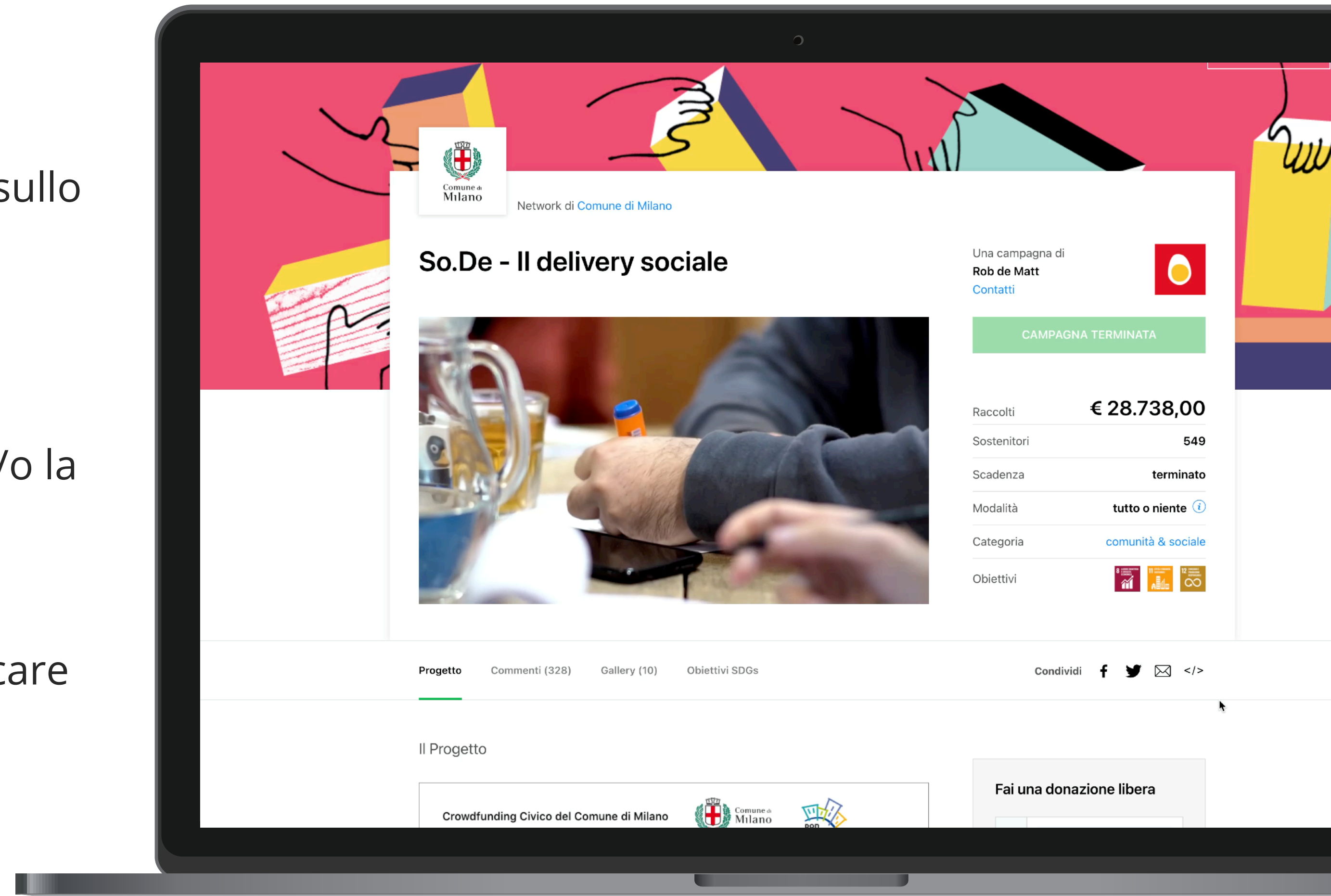
Sono fondamentali la scelta del **timing**, con particolare attenzione per il momento del lancio e per la durata della campagna, del **target** e delle eventuali **ricompense**.



# Campagna di Crowdfunding

Per supportare una campagna di crowdfunding, è necessario progettare un **piano di azione** che lavori sullo **storytelling**, attraverso:

- **video di presentazione** e **video-pillole** da condividere progressivamente sui canali social;
- **podcast**, per presentare dettagli del progetto e/o la voce di chi lo propone;
- **contenuti informativi** e **interattivi** (es. *infografiche, locandine, banner, giochi*) da pubblicare sul sito web del progetto;
- **ricompense**, anche nuove e improvvisate.



# Fundraising

---

Il *fundraising* è una **forma di acquisizione di denaro per un'organizzazione *non-profit***, con l'obiettivo di sostenere **un'attività di pubblica utilità**, in genere nell'ambito della carità e della filantropia.

Il termine deriva dalla crasi degli inglesi *fund* "fondo" e *raising* "raccolta" e viene comunemente tradotto come *raccolta fondi*.

# Crowdfunding vs. Fundraising

---

Sebbene spesso siano utilizzati come sinonimi, *crowdfunding* e *fundraising* presentano nette differenze:

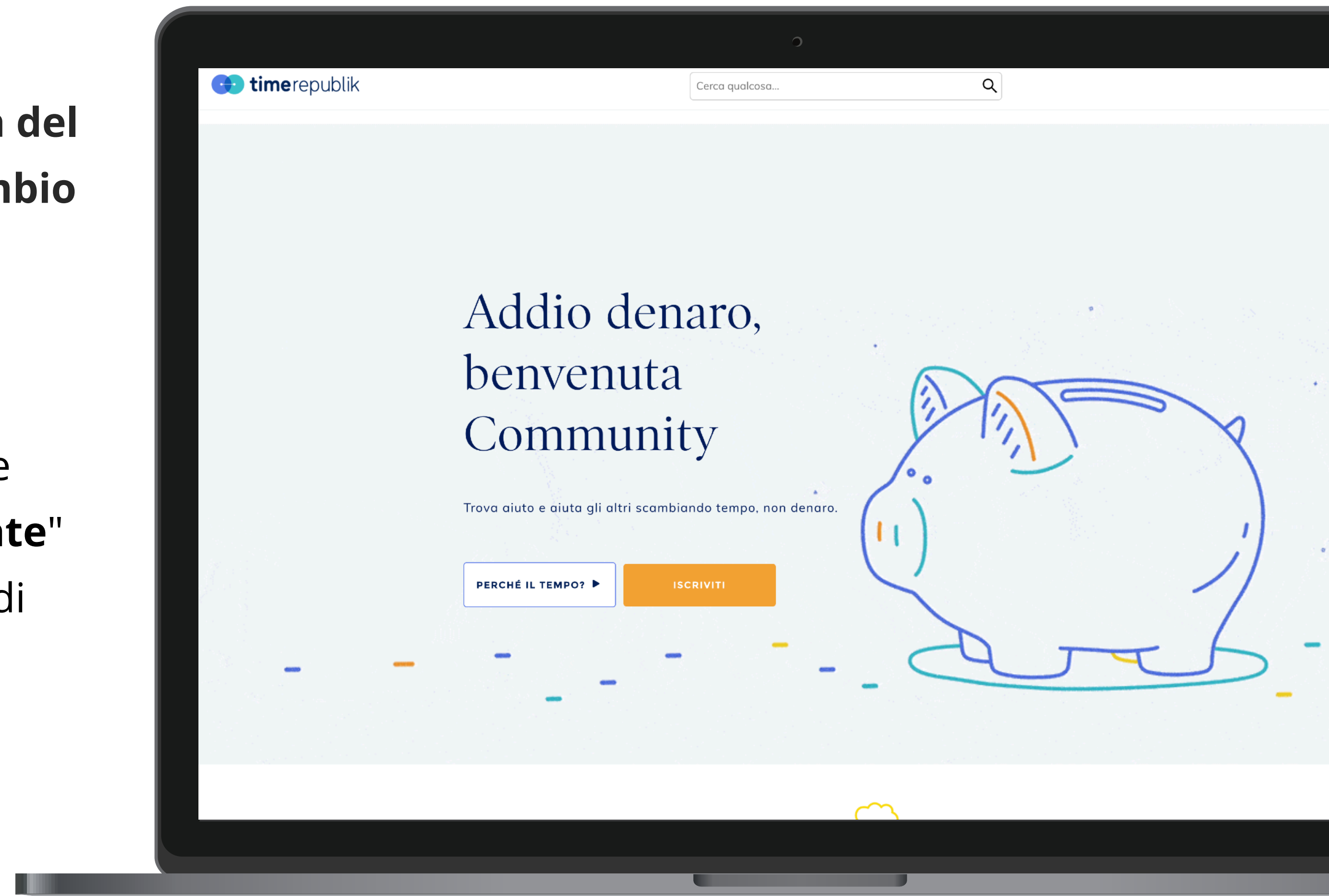
- nel *crowdfunding* il denaro viene raccolto per un progetto o un'impresa perlopiù **orientata al profitto**;
- nel *crowdfunding* il **denaro** viene raccolto in un **arco temporale prestabilito**, stabilito dal creatore di campagna;
- nel *crowdfunding* si ha un **finanziamento concreto**, che coincide con lo scopo del progetto;
- nel *crowdfunding* è presente un **sistema di ricompense** (*reward-based*).
- nel *fundraising* il denaro viene raccolto per un **progetto o un'attività non-profit** perlopiù di **pubblica utilità**;
- nel *fundraising* il denaro non viene raccolto in un determinato lasso temporale e la **donazione** è **sempre aperta**;
- nel *fundraising* si ha un **finanziamento generico**, in quanto lo **scopo** è **tematico**;
- nel *fundraising* **non** è presente un **sistema di controprestazione**.

# Banca del Tempo

Un concetto correlato ai precedenti è quello di **banca del tempo**, una forma di **associazione** basata sullo **scambio gratuito** di tempo.

Ciascun socio mette a disposizione qualche ora per offrire a un altro socio una **certa competenza**. Le ore date vengono "**calcolate**", "**accreditate**" o "**addebitate**" nella Banca. In questo modo si favorisce lo **scambio** di competenze **tra persone differenti**.

**TimeRepublik** è una nota banca del tempo digitale globale.



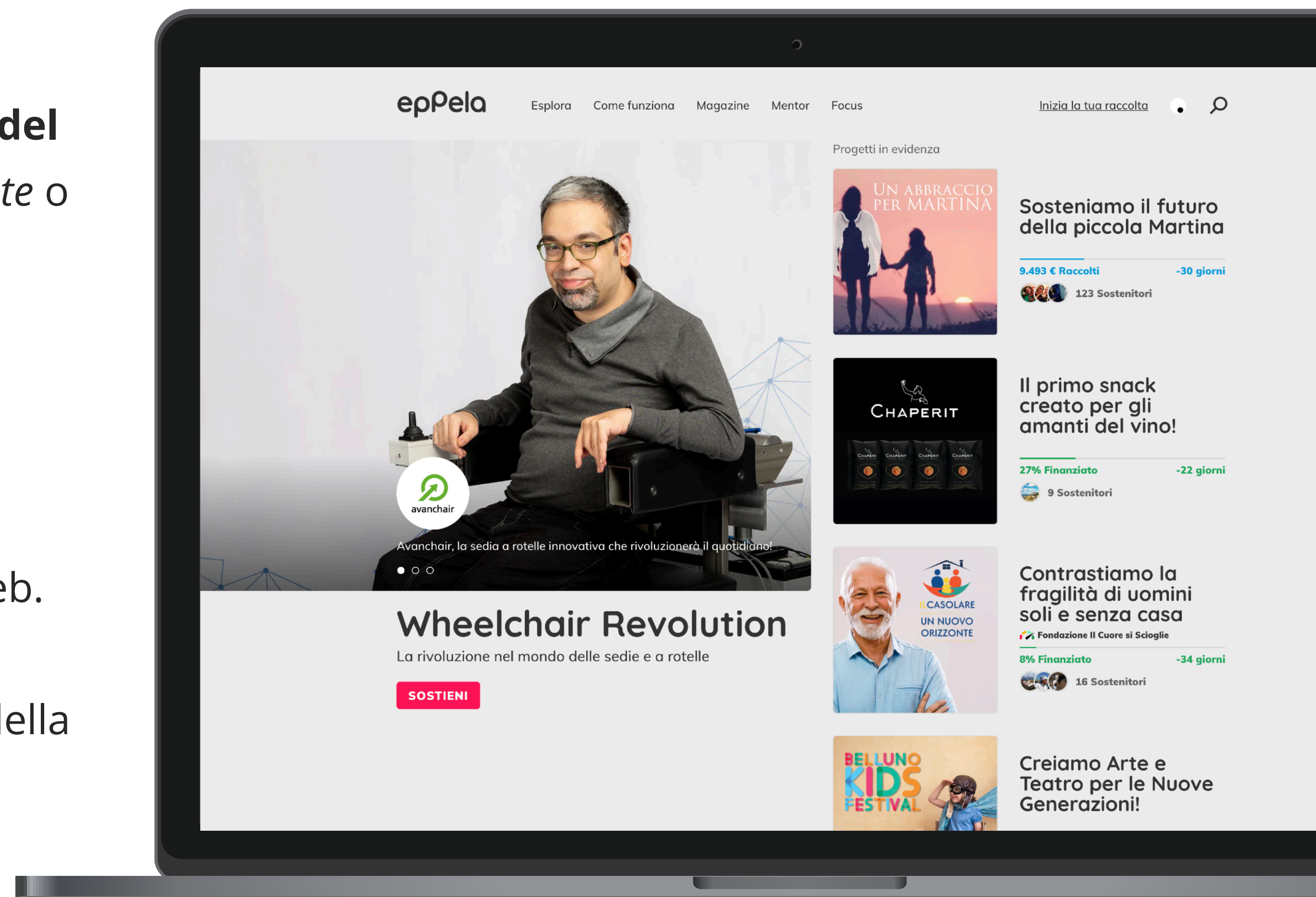


## **Buone Prassi: Progetti e Strumenti**

# Eppela

Eppela è una **piattaforma di crowdfunding italiana del tipo *reward-based***. Prevede due formule: *tutto o niente* o *prendi tutto*. La seconda è generalmente dedicata a **progetti a elevato impatto umanitario**.

Eppela svolge **azioni di co-marketing** rispetto ai progetti, investendo in *customer service*, tecnologia, formazione e, in alcuni casi, promozione stampa e web. Pertanto, nel caso in cui la campagna si concluda con successo, le **commissioni** di Eppela sono pari al 5% della somma raccolta.



# Eppela

---

Previa registrazione, Eppela mette a disposizione un'interessante **guida** su come **progettare, lanciare e monitorare** il proprio progetto.

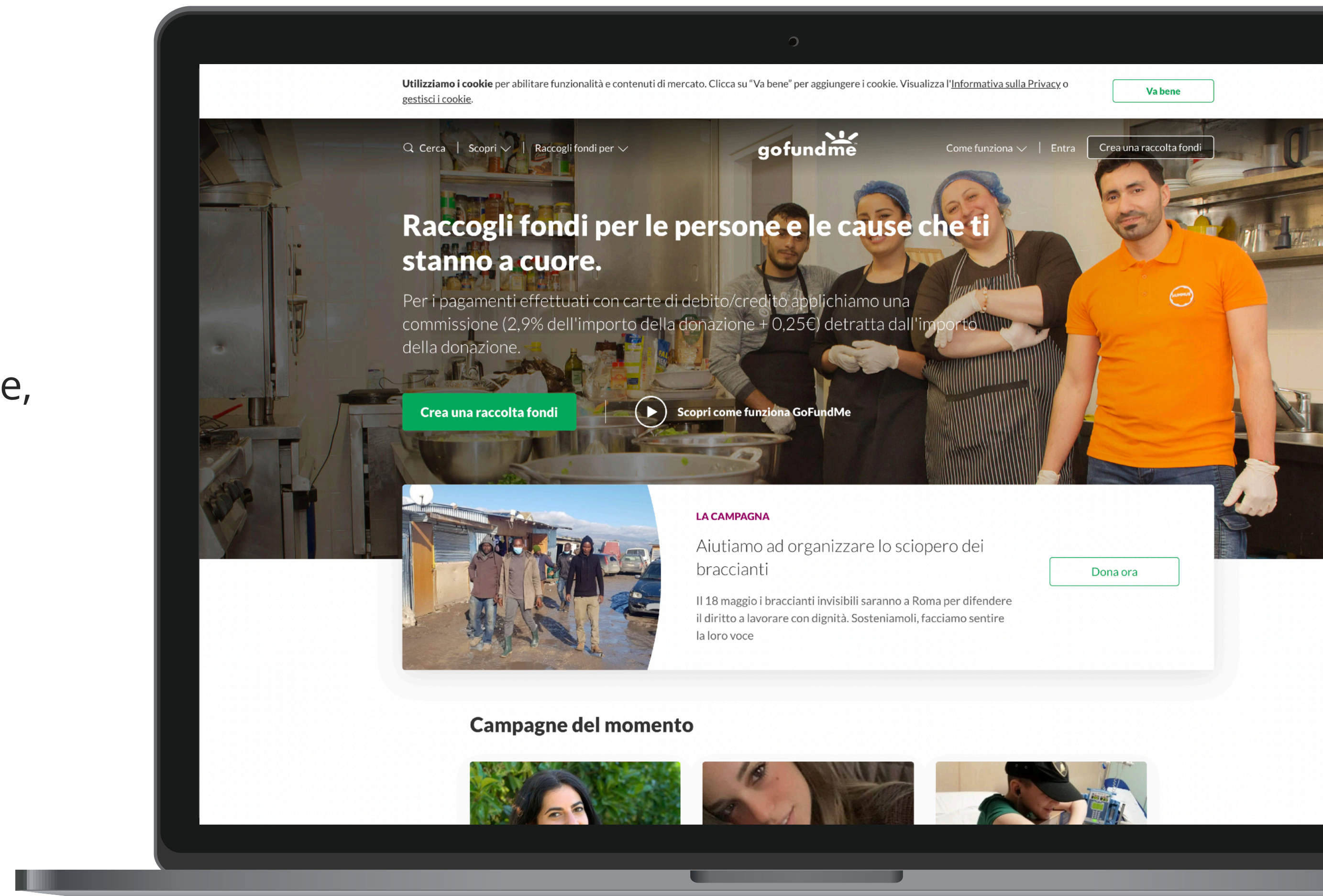
È molto interessante la parte dedicata alla **creazione di contenuti di comunicazione** (es. locandina e video) e **alle ricompense**.



# GoFundMe

GoFundMe è una piattaforma **statunitense** di **crowdfunding donation-based**, quindi perlopiù incentrata sul *fundraising*.

È attiva dal 2010 ed è attenta a settori come istruzione, medicina, emergenza e *non-profit*.



# ENER2Crowd

ENER2Crowd è una piattaforma di *crowdfunding* dedicata a **progetti di green economy** proposti da società e individui che hanno a cuore la **salute del pianeta**.

Nata nel 2018, ENER2Crowd ha contribuito a risparmiare **5.770 tonnellate di CO<sub>2</sub>**.

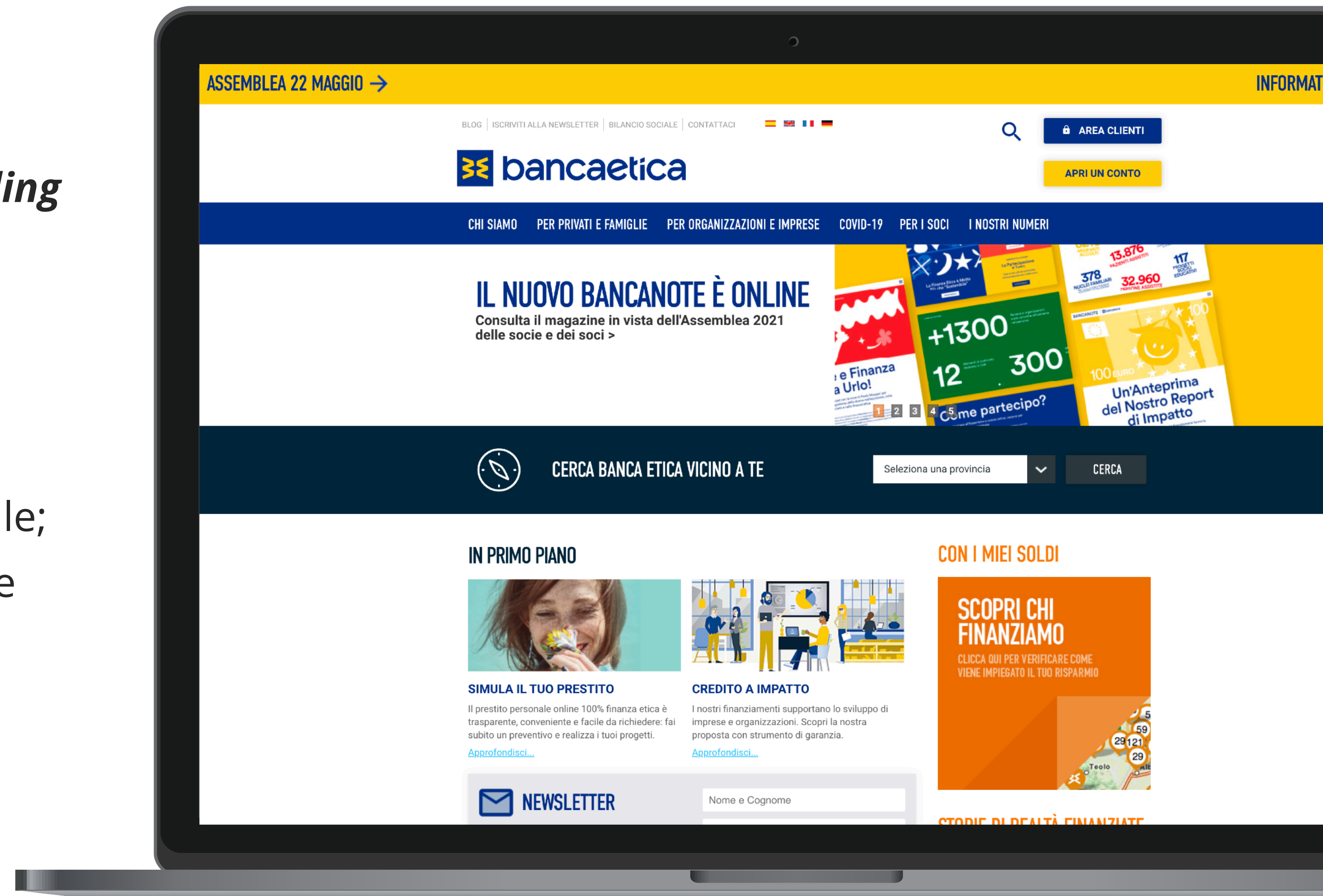


# Banca Etica

Banca Etica, istituto bancario che si occupa di finanza etica, propone e supporta progetti di *civic crowdfunding* ed *equity crowdfunding*

Tra questi:

- progetti per il **monitoraggio** e il **presidio** del **dramma dei migranti** nel Mediterraneo centrale;
- progetti nei settori dell'**energia**, dell'**ambiente** e del **territorio**;
- progetti di **promozione culturale** e **riqualificazione territoriale** di borghi per lo sviluppo sostenibile locale.



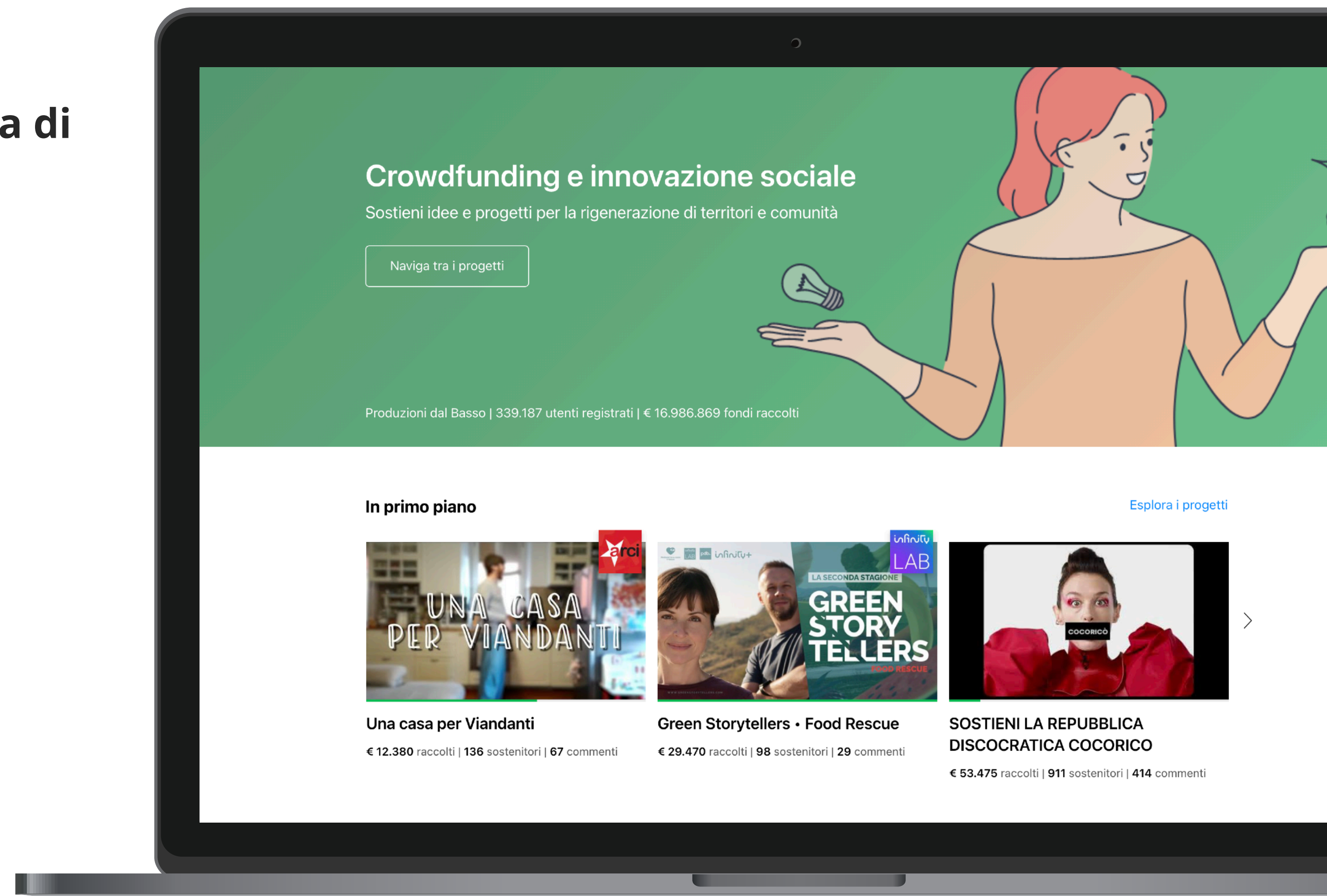


## Produzioni dal Basso

# Produzioni dal Basso

Produzioni dal Basso è la **prima piattaforma italiana di crowdfunding** (2005), di carattere generalista, cioè **aperta a tutti i tipi di progetto**.

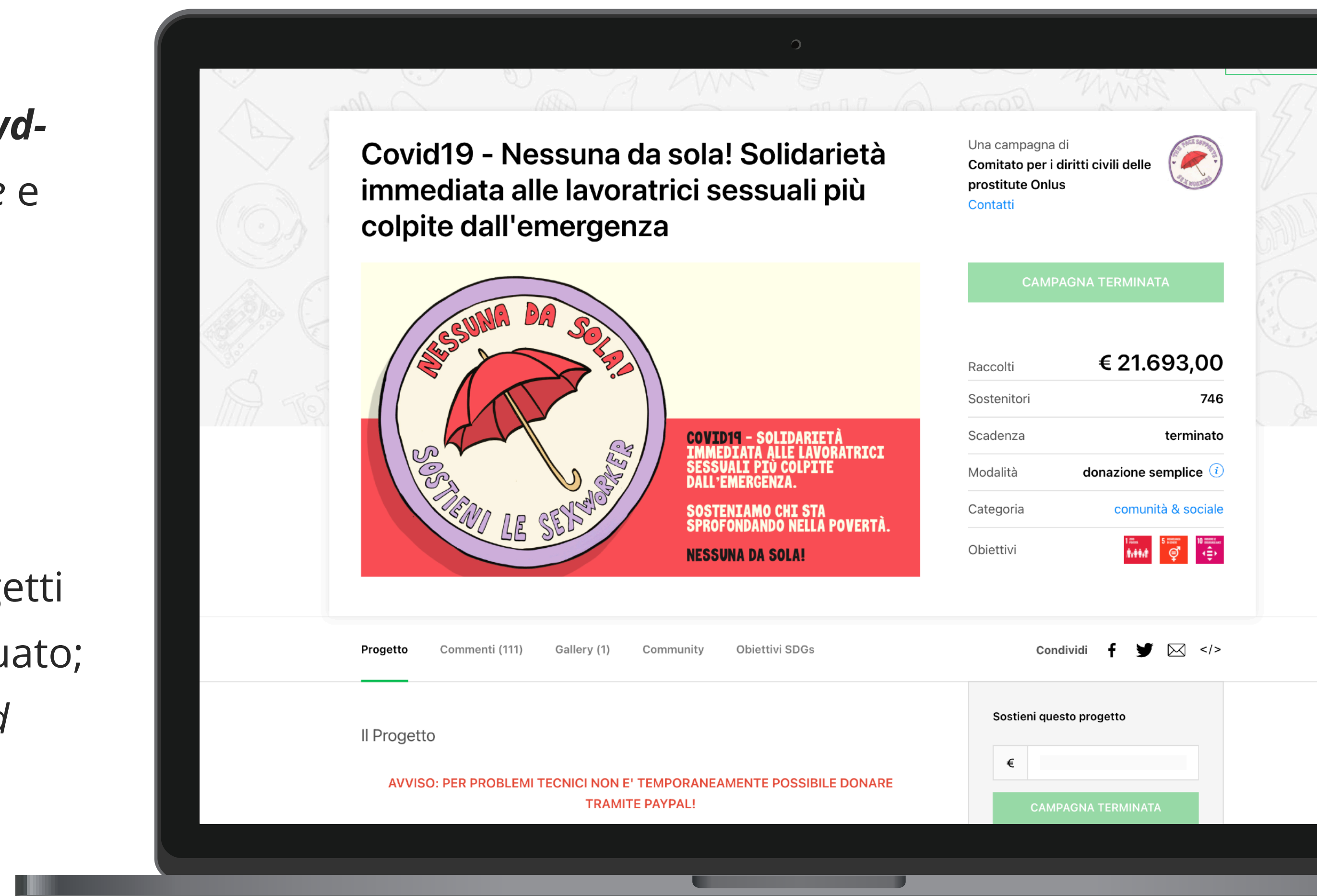
Ha sostenuto e sostiene oltre **7000** progetti, dei quali **4484 progetti** hanno segnalato **obiettivi di sviluppo sostenibile**, toccando tutte le aree dell'Agenda 2030.



# Produzioni dal Basso

Produzioni dal Basso prevede **quattro forme di *crowd-funding***, per ognuna delle quali sono previsti delle *fee* e dei costi di transazione:

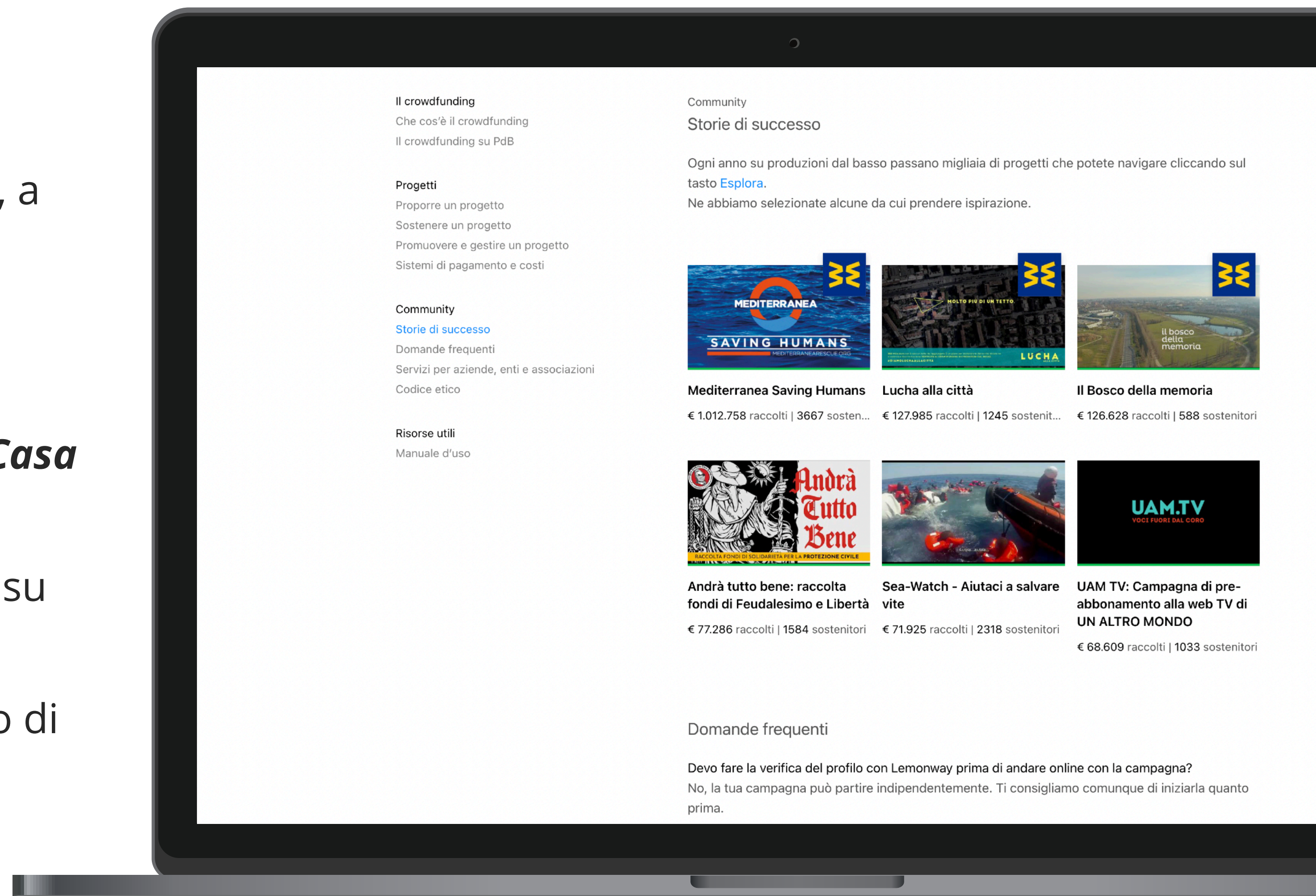
- ***raccogli tutto***, adatta a campagne generaliste *reward-based*;
- ***donazione semplice***, adatta a progetti sociali o personali secondo le logiche del *fundraising*;
- ***donazione ricorrente***, forma più libera per progetti che necessitano di sostegno periodico o continuato;
- ***tutto o niente***, adatta a campagne *reward-based* per le quali si necessita di raggiungere una cifra economica predeterminata.



# Produzioni dal Basso

Tra le “**storie di successo**” troviamo:

- la campagna di **Mediterranea Saving Humans**, a sostegno dell'attività di **monitoraggio, testimonianza e denuncia** della drammatica **situazione migratoria**;
- la campagna **Lucha alla città**, a sostegno della **Casa delle Donne Lucha y Siesta**, realtà romana di accoglienza e tutela contro la violenza maschile su donne e minori;
- la campagna **Il Bosco della memoria**, a sostegno di un bosco dedicato alle vittime del Covid-19 nel territorio bergamasco.

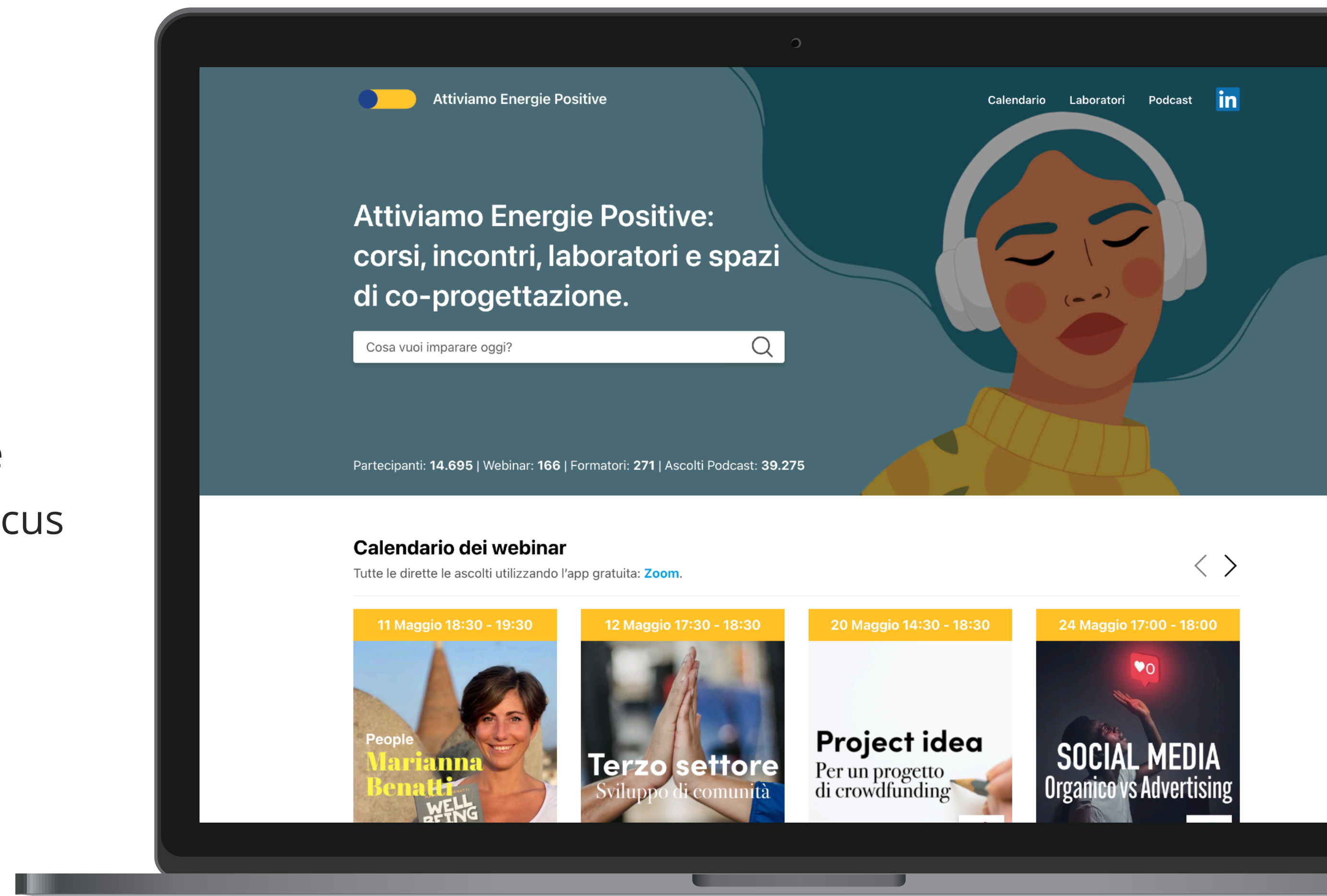


# Attiviamo Energie Positive

**Attiviamo Energie Positive (AEP)** è un progetto di Produzioni dal Basso nato con il supporto del **Gruppo Banca Etica**.

Si tratta di un ambiente di **progettazione**, **formazione** e **divulgazione** sui temi dell'innovazione sociale, della finanza etica e del *fundraising*, con un focus particolare su **terzo settore** e pratiche di economia civile.

Ricco di spunti il suo **podcast**, disponibile anche su **Spotify**.



# Angelo Rindone

---

**Angelo Rindone** è il fondatore di *Produzioni dal Basso*.

Classe **1974**, è Amministratore Delegato di **Folksfunding srl**, una *startup* innovativa milanese verticalizzata sui temi della *crowd-economy*, ed è membro del **Comitato Scientifico dell'Associazione Italiana dell'Equity Crowdfunding (AIEC)**.





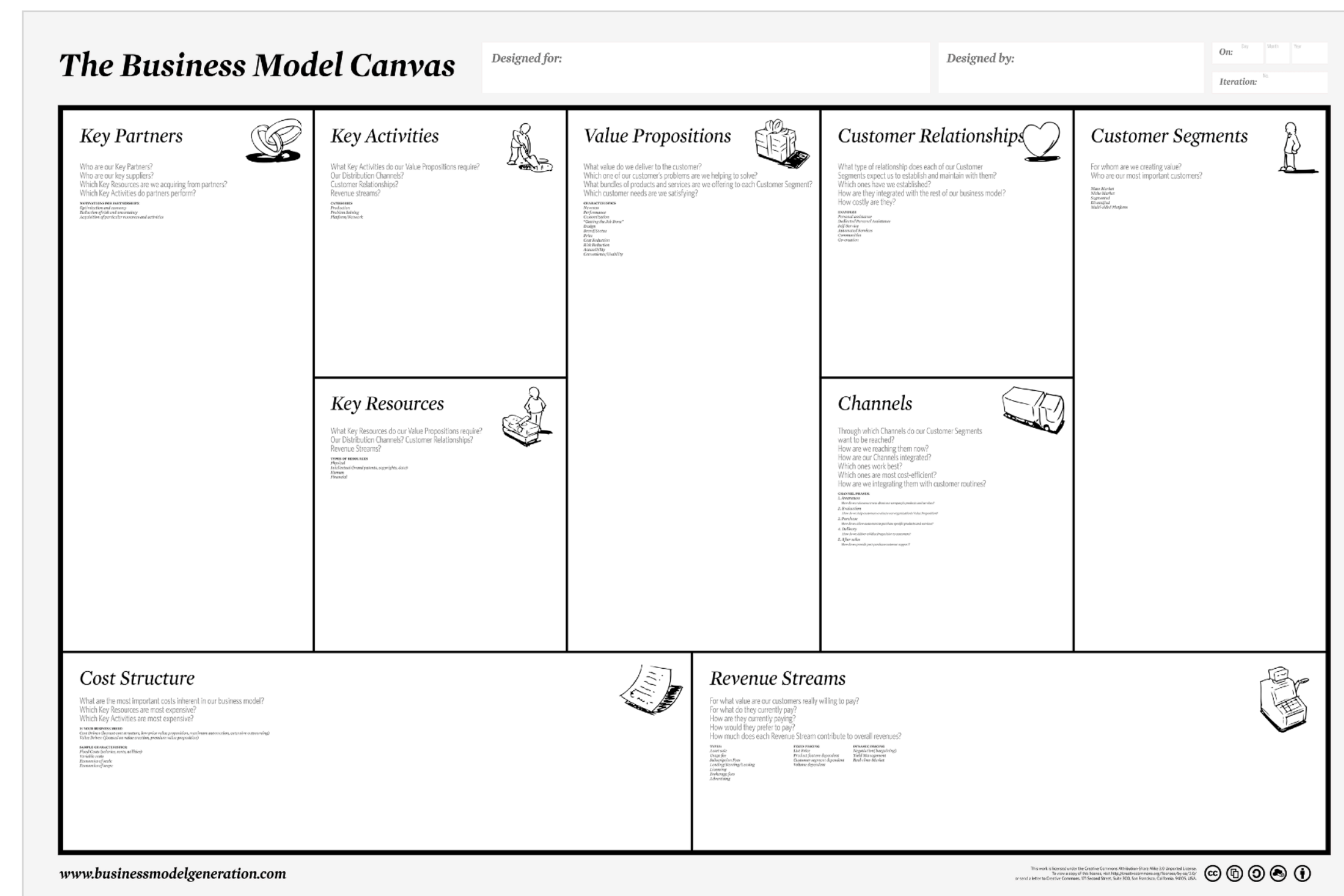
**JamBoard per Compilare un *Communication Campaign Canvas***

# Il Canvas

Il *Canvas* è uno **strumento di progettazione e di gestione strategica** utilizzato per rendere visiva e schematica un'idea progettuale.

Ne esistono svariati modelli, come il *Personal Branding Canvas* e il *Lean Marketing Canvas*. Il più famoso è il ***Business Model Canvas*** (<https://www.strategyzer.com>), che consente di **sviluppare nuovi modelli di business e di documentare quelli esistenti**.

È un ottimo strumento collaborativo di *brainstorming*.



# Communication Campaign Canvas

Un *Communication Campaign Canvas* è uno strumento di progettazione utile per **delineare gli obiettivi e le caratteristiche di una campagna di comunicazione** di un progetto di *crowdfunding*.

Può prevedere svariati elementi, per esempio:

- l'**obiettivo** della campagna;
- il **target di riferimento**;
- il **social media mix**, cioè l'insieme dei social da impiegare e le eventuali differenze da prendere in considerazione sulla base delle differenti *culture digitali*;

Communication Campaign Canvas		Project Title	Authors
Goals	Target		Timing
Social Media Mix	Content		Tone of Voice
	Rewards		

# Communication Campaign Canvas

---

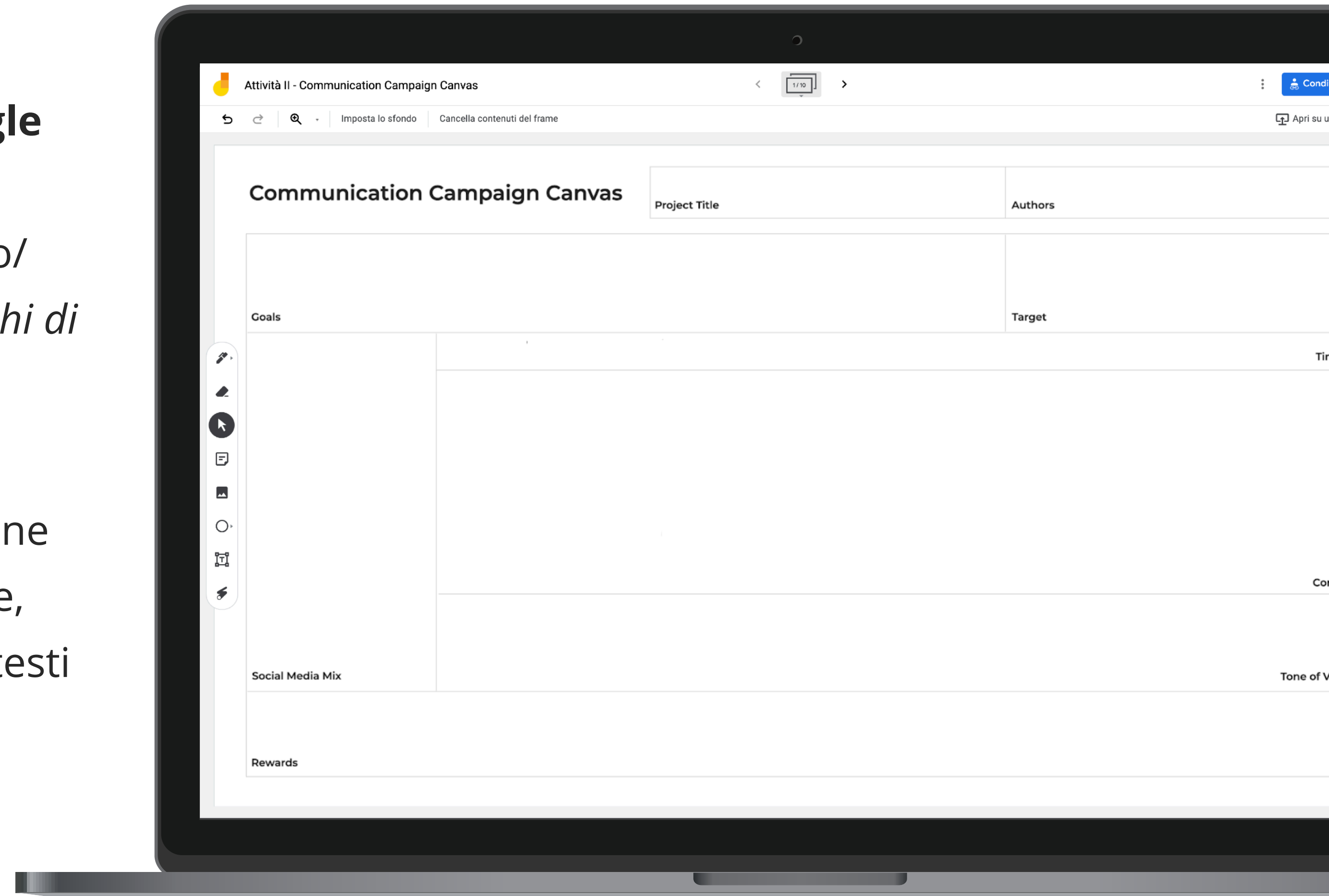
- i **contenuti da produrre** (es. video di presentazione, infografiche, podcast...), precedentemente **progettati sulla base dei valori da trasmettere**;
- il ***tone of voice***, quindi il linguaggio e le scelte visive, in conformità all'immagine coordinata del progetto, se presente;
- il ***timing***, in termini di pubblicazione e condivisione dei contenuti;
- le **ricompense**, nel caso in cui la campagna sia del tipo *reward-based*.

Communication Campaign Canvas		Project Title	Authors
Goals			Target
			Timing
			Content
Social Media Mix			Tone of Voice
Rewards			

# Google JamBoard

**Google Jamboard** è uno **strumento** della suite **Google Workspace**, che consente di **produrre collaborativamente in sincrono** un contenuto visivo/testuale sfruttando svariate funzionalità: *post-it, blocchi di testo, immagini, video, disegni, testi a mano libera*.

È ideale per momenti di *brain-storming* e si integra bene con **lavagne multimediali** e altre applicazioni Google, come **Google Meet** e trova facile applicazione in contesti di *smart working* e *didattica a distanza*. È multi-dispositivo, quindi fruibile da *desktop, smartphone e tablet*.





**Attività**

# Attività

---

Consideriamo il seguente **scenario**.

Un'**associazione di promozione sociale** vuole realizzare una **falegnameria** dove formare **giovani migranti**, farli lavorare e farli crescere.

Per avviare il progetto **necessita di una cifra di 50.000 euro** e ha previsto una campagna **di crowdfunding reward-based**. Ha scelto di massimizzare l'impatto sui possibili finanziatori attraverso l'impiego di **due canali social**.



## Attività

# Attività

---

Dividiamoci in **gruppi** e:

1. **collegiamoci** alla pagina <http://tiny.cc/canvas-campaign>;
2. **compiliamo** collaborativamente il ***Communication Campaign Canvas*** tenendo conto dello scenario presentato;
3. **scarichiamo il *frame* e carichiamolo nel forum *Attività: "Compilare un Communication Campaign Canvas"***, in un post nel quale **spieghiamo** brevemente **la nostra proposta**.