IL **CROWDFUNDING** PER INIZIATIVE DI **CSR** E **OPEN INNOVATION**

produzionidalbasso

FolkFunding

Il crowdfunding.

Sharing Economy, Open Innovation e CSR.

LA SHARING ECONOMY

L'espressione **"sharing economy"** può essere tradotta letteralmente come **"economia della condivisione"** e definisce un modello economico basato su un insieme di pratiche di scambio e condivisione di beni materiali, servizi o conoscenze.

Riuso, riutilizzo, condivisione: sono queste le parole chiave delle "persone della sharing economy" che utilizzano le tecnologie (e internet) per un modello di **economia circolare**, all'interno della quale professionisti, consumatori e persone comuni mettono a disposizione competenze, tempo, beni e conoscenze per la creazione di legami virtuosi che si basano sull'**utilizzo della tecnologia in modo relazionale e paritario**.

Fanno parte di questo scenario terminologie e servizi che ad oggi sono diventate comuni: "home sharing" (un esempio è Airbnb) , "car pooling" (es. BlaBlaCar), "bike e car sharing" (es. Enjoy, Ofo o Mobike), "taxi peer to peer" (es. Uber) o "social eating" (es. Gnammo).

All'interno del contesto della sharing economy sono nate nuove forme di economia collaborativa tra cui il crowdfunding.

IL CROWDFUNDING

Il **crowdfunding** è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro per sostenere gli sforzi di persone e organizzazioni. È una pratica di **microfinanziamento dal basso** che mobilita persone e risorse.

Il finanziamento collettivo si può riferire a iniziative di qualsiasi genere, dal sostegno all'arte e ai beni culturali, al giornalismo partecipativo, fino all'imprenditoria innovativa e alla ricerca scientifica.

In sostanza le persone decidono di partecipare (con una donazione economica che può partire anche da un solo euro) alla realizzazione di un progetto o di un'idea, ricevendo in cambio una **ricompensa**, spesso simbolica, sottoforma di bene o servizio.

In molti casi si contribuisce ad un progetto di crowdfunding non per avere qualcosa in cambio, ma più frequentemente per sentirsi partecipi del successo della realizzazione di quell'idea. La partecipazione ad un progetto di crowdfunding non è vista quindi solamente come una **partecipazione economica** in senso stretto, ma è anche una **partecipazione "emotiva"**.

CSR E CROWDFUNDING

Il costante interesse nella CSR (Corporate Social Responsibility o Responsabilità Sociale d'Impresa) nasce in un contesto culturale in cui il consumatore diventa più esigente e chiede sempre più spesso alle imprese di adottare dei comportamenti che abbiano delle ricadute positive sull'ambiente e sulla società in cui essa opera.

Ma perché un'azienda utilizza il crowdfunding come strategia di CSR?

Innanzitutto, per **coinvolgere i dipendenti** stimolandoli ad organizzare iniziative di raccolta fondi rivolte alla collettività, permettendo così all'azienda di mettersi direttamente in relazione con le community e le realtà interessate.

Inoltre, grazie al successo del fenomeno "crowdfunding" e alla sua costante crescita, le iniziative di raccolta trovano spesso una buona accoglienza da parte dei media. Le aziende, infatti, utilizzano sempre più il crowdfunding come uno strumento per entrare in

contatto con i **media** e creare nuove **partnership** strategiche con altre società o organizzazioni.

Infine, le aziende possono utilizzare i prodotti appena lanciati come ricompense innovative per **attirare nuovi clienti**, offrire dell'esperienze o organizzare degli eventi per incoraggiare la partecipazione.

OPEN INNOVATION CON IL CROWDFUNDING

Negli ultimi anni si sente sempre più parlare di crowdfunding quale strumento per fare open innovation. Infatti, il nuovo paradigma aziendale che basa il processo di sviluppo tecnologico su un sistema di innovazione aperto ad idee sia interne che esterne all'azienda trova nella raccolta fondi online non solo un valido strumento per reperire risorse economiche, ma anche un ottimo canale per entrare in contatto con nuovi **interlocutori**, **stakeholder**, **creatori** e potenziali **partner** in grado di apportare all'azienda importati contributi in termini di **nuove idee**, **know-how** e **networking**.

DATI, ALGORITMI E MISURAZIONE DEI RISULTATI

Con la sharing economy prende vita un nuovo paradigma di "creazione" basato sulla disintermediazione e bisogno di maggiore trasparenza e partecipazione nei processi produttivi. La rete rende misurabili azioni e attività.

DATA CROWD

Noi di Produzioni al Basso sappiamo benissimo quanto siano importanti nel crowdfunding **trasparenza**, **condivisione** e **monitoraggio**. Ed è proprio per questo che cerchiamo di sviluppare costantemente nuove funzionalità e strumenti per consentire ai progettisti (e alle aziende che collaborano con noi) di costruire le proprie campagne di crowdfunding in piena libertà con consapevolezza ed efficacia.

PDBstats è una funzionalità potenziata di statistiche che consente di analizzare professionali e dettagliate statistiche della propria campagna (e del proprio Network), permettendo di comprenderne l'andamento della raccolta nel tempo e l'efficacia delle proprie attività di comunicazione, le caratteristiche demografiche e i dispositivi utilizzati e da quali canali si registrano maggiori flussi in entrata, confrontando questi dati con le medie dei progetti proposti su Produzioni dal Basso.

Oltre ai dati più semplici relativi al **volume di raccolta**, al **numero di sostenitori** e alle **visite totali** della campagna, è possibile consultare dati più complessi, quali **donazione media**, **tasso di conversione** e grafici dell'**andamento nel tempo** della propria raccolta.

In ottica di visione "open data" abbiamo deciso di portare questo valore in modo tangibile a tutta la nostra community. Alcuni esempi: a breve potremo aggregare questi dati in modo da offrire **algoritmi di rating sui progetti** (in modo da poter dare a tutti la possibilità di sapere in tempo reale come sta andando la propria campagna di crowdfunding, consigliando azioni per migliorarne l'efficacia) e lavorare su **algoritmi predittivi** (in modo da permettere, a chi sta caricando la propria idea, di ricevere subito dei feedback su come meglio impostare il proprio lavoro).

Un valido strumento per monitorare e misurare attività di CSR.

Grande visibilità. Forte impatto.

Comunicare il crowdfunding. Comunicare con il crowdfunding.

COSA SIGNIFICA “FARE CROWDFUNDING”

Proporre un progetto di crowdfunding significa innanzitutto raccontare la propria idea e la propria storia condividendola con gli amici e con la propria community, coinvolgendo così le persone per realizzarla.

Prima di lanciare una campagna di raccolta fondi è utile ragionare sia sui presupposti economici per la realizzazione di un progetto sia sull’impianto narrativo con il quale esso verrà raccontato.

Budget e timing

Budget e durata della campagna sono i primi elementi da prendere in considerazione per proporre un progetto di crowdfunding. Più l’obiettivo economico sarà ambizioso e maggiori saranno le attività di promozione a sostegno, l’impegno nella divulgazione del progetto e le persone da coinvolgere.

Storytelling e contenuti

Un altro ruolo molto importate è giocato dalla scelta e dalla creazione dei contenuti con i quali si deciderà di raccontare il proprio progetto: titolo, descrizione emozionale, materiale visivo (immagini, foto e video) sono fondamentali per la buona riuscita di una raccolta. L’accuratezza del racconto e la capacità emozionale dei contenuti sono decisivi per spingere e coinvolgere i donatori a sostenere anche economicamente un progetto. Nel crowdfunding, infatti, “credibilità” e “fiducia” sono le parole chiave attorno alle quali ruota il successo della raccolta. Più l’obiettivo della campagna sarà concreto e i processi di realizzazione chiari e trasparenti, maggiori saranno le possibilità di contributo da parte delle persone interessate.

L’IMPORTANZA DELLA COMUNICAZIONE

Gestire la campagna di crowdfunding è un momento fondamentale per la buona riuscita della stessa. Caricare il progetto in piattaforma e sperare che funzioni “da solo”, infatti, non è mai una strategia efficace.

Quando si vuole raccogliere fondi attraverso il crowdfunding è importante conoscere il pubblico al quale comunicare il proprio progetto e pianificare delle strategie e attività di promozione per raggiungerlo. Passaparola, social, contatti stampa, organizzazione di eventi e networking, sono tutti canali e strumenti da prendere in considerazione per raggiungere la community che interessa intercettare.

COMUNICARE CON IL CROWDFUNDING

Così come per fare crowdfunding è importante il ruolo svolto dalla comunicazione, d’altro canto anche il crowdfunding può diventare uno strumento di comunicazione per associazioni e aziende che vogliono far conoscere le proprie attività e il proprio lavoro.

Sin dalla nascita del crowdfunding ci si è chiesti se questo fenomeno fosse solo uno strumento di “finanziamento dal basso” o anche un **modo innovativo per relazionarsi con un pubblico e un mercato sempre più aperto ed esigente.** Negli anni, infatti, in molti hanno sperimentato questo nuovo strumento di finanziamento di idee e progetti anche come **leva di marketing** e canale per testare la capacità penetrativa e di successo di prodotti.

Case Studies

CSR Corporate

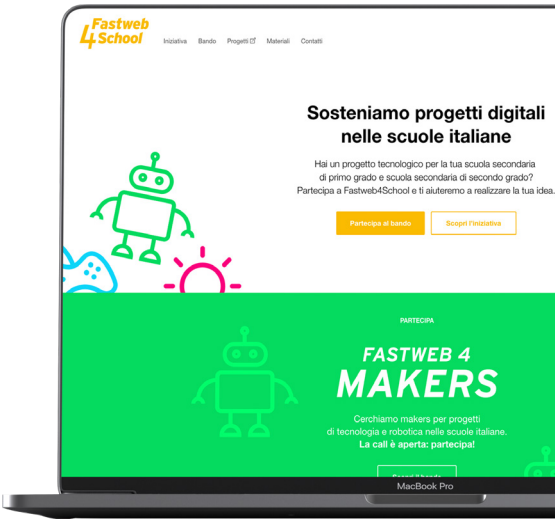
Fastweb & MIUR

Progetti innovativi per la scuola italiana.

Fastweb e il **MIUR**, Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca hanno promosso la cultura dell'innovazione tra i banchi di scuola in collaborazione con Produzioni dal Basso.

L'iniziativa ha come obiettivo quello di stimolare la realizzazione di progetti digitali nella scuola secondaria e di contribuire alla **crescita delle competenze digitali** fra i banchi di scuola. A ogni istituto scolastico che ha raccolto con il crowdfunding il 50% del budget relativo all'iniziativa presentata, Fastweb ha erogato il restante 50%, fino ad un massimo di 10.000 euro per progetto.

Il primo anno dell'iniziativa è stato un successo.
33 scuole hanno potuto accedere al cofinanziamento e la copertura mediatica è stata efficace con oltre 60 uscite tra stampa cartacea e digitale durante i 6 mesi di iniziativa.
Ad Ottobre 2018 il prossimo bando.



33
PROGETTI
FINANZIATI

5
WORKSHOP

+ € 225.000
FONDI
RACCOLTI

+ € 98.000
CO-FINANZIAMENTO
FASTWEB

+ 997
DONATORI
COINVOLTI

CSR & Territorio

BPER Banca

Sviluppo di progetti per il territorio.

BPER Banca con questa iniziativa di **CSR** ha sostenuto cinque **progetti educativi** aventi come target ragazzi e ragazze dai 13 ai 19 anni, con l'obiettivo di favorire percorsi di crescita con finalità di carattere sociale, culturale o di educazione alla sostenibilità ambientale.

I progetti che raggiungeranno almeno il 50% del traguardo prefissato saranno cofinanziati dall'Istituto per il restante 50%. BPER Banca, infatti, ha stanziato un plafond complessivo di 25.000 euro.

I criteri di valutazione del progetto hanno riguardato l'attinenza al bando, la qualità e originalità complessiva incluso il piano di comunicazione, la sostenibilità economica, la valutazione degli impatti positivi sociali e ambientali attesi e le precedenti esperienze di crowdfunding.

Civic Crowdfunding

Bicocca

Sostenere idee e i progetti innovativi.

L'**Università di Milano-Bicocca** ha lanciato la piattaforma che consente a studenti, ex studenti, docenti, ricercatori, dottorandi e dipendenti dell'Ateneo di finanziare i propri progetti con il crowdfunding e il **supporto delle aziende partner**.

Obiettivo dell'iniziattiva è quello di mettere a disposizione una **modalità di finanziamento alternativa** e complementare ai tradizionali grant e bandi, offrire l'**opportunità di misurarsi col mercato** attraverso la gestione delle campagne ed **incrementare il senso e l'attitudine all'imprenditorialità** attraverso il coinvolgimento di aziende ed enti terzi per il co-finanziamento delle campagne.

I progetti presentati e selezionati da una commissione di esperti che riusciranno a raccogliere almeno il 50% dell'obiettivo necessario a realizzare l'idea direttamente dal crowdfunding, otterranno il restante 50% dalle aziende partner dell'iniziativa.

Open Innovation

Infinity

Dal crowdfunding al marketplace.

Infinity, da sempre attiva nella promozione dei nuovi talenti italiani, con l'iniziativa "Infinity Life" ha permesso la realizzazione in crowdfunding di tre **documentari** che affrontano tematiche diverse, ma raccontano tutte storie di vita e esperienze fuori dall'ordinario, da qui "Life".

I 3 registi, con il contributo degli utenti della rete e il sostegno di Infinity che ha co-finanziato le opere, hanno realizzato 3 documentari che si sono guadagnati anche uno spazio nel ricco catalogo di Infinity TV.

Infinity, grazie al successo dell'iniziativa, ha lanciato una nuova call questa volta dedicata al mondo **"Games"**, per raccontare il mondo del gioco in tutte le sue sfaccettature: inchieste, player e sport.

CSR & Finanza Etica

Banca Etica

Bando Impatto +

Banca Popolare Etica, da diversi anni, svolge attività di **CSR** su Produzioni dal Basso attivando bandi tematici di co-finanziamento con il supporto del **Fondo per la Microfinanza e il Crowdfunding di Etica SGR**, costituito grazie alla scelta volontaria dei clienti di Etica SGR di devolvere lo 0,1% del capitale sottoscritto, per il sostegno di progetti di innovazione sociale.

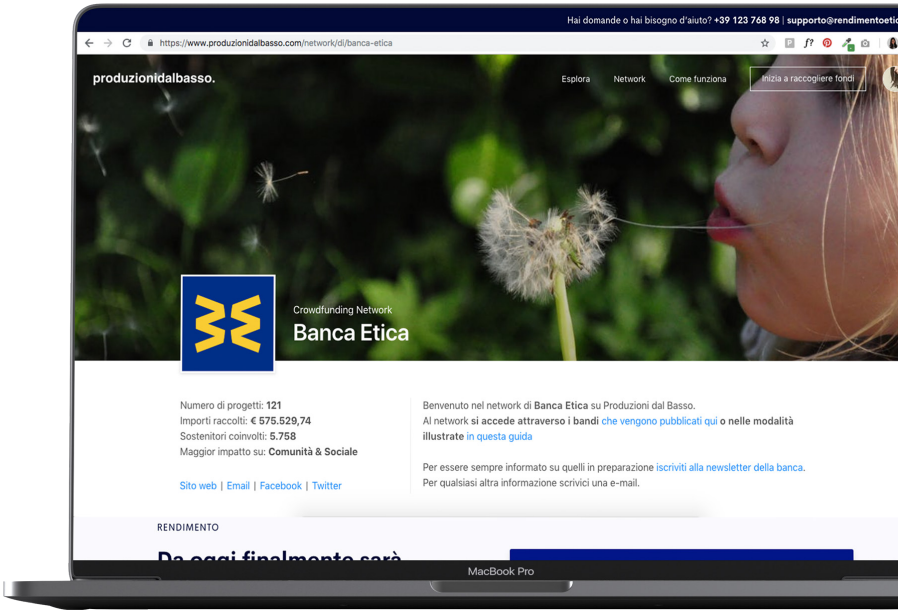
Persone, imprese e organizzazioni socie e clienti di Banca Etica (o intenzionate a diventarlo) possono inviare le proprie candidature per accedere al loro Network su Produzioni dal Basso e avviare la propria campagna di crowdfunding, oppure possono partecipare ai bandi di concorso che periodicamente vengono pubblicati.

I bandi sono una modalità per raccogliere progettualità su tematiche di particolare interesse economico o sociale e danno la possibilità, se selezionati, di accedere al Network e, al raggiungimento del 75% dell'obiettivo di raccolta, di beneficiare di una donazione del 25% rimanente messa a disposizione da Etica SGR.

+ €575.000€
FONDI
RACCOLTI

+ 5.600
DONATORI
COINVOLTI

+ 145.000
VISITATORI
UNICI



Corporate

Fondazioni

Lastminute Heroes

La piattaforma donation di Lastminute foundation.

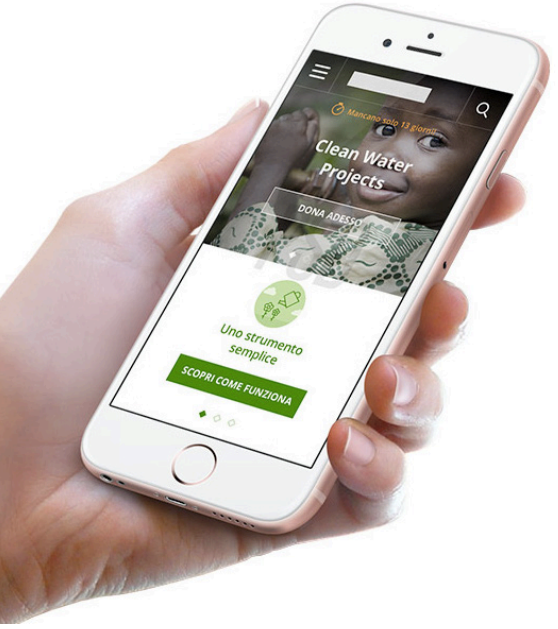
Lastminute Heroes è la piattaforma donation di **Lastminute foundation** nata con lo scopo di promuovere l'innovazione per lo sviluppo sostenibile.
Chiunque può fare la sua donazione oppure lanciare un Appello, coinvolgendo i suoi amici nell'impresa.

HR

Idea Hub

La piattaforma di Idea Management aziendale per i dipendenti di NTT DATA ITALIA.

Permettere ai dipendenti di **NTT Data Italia** di proporre idee, progetti innovativi e cercare i fondi necessari per realizzarli. Tutto questo è possibile grazie alla **piattaforma di crowdfunding aziendale IDEAhub** ideata da NTT Data Italia, azienda leader nel settore delle soluzioni IT.



Donation Platform

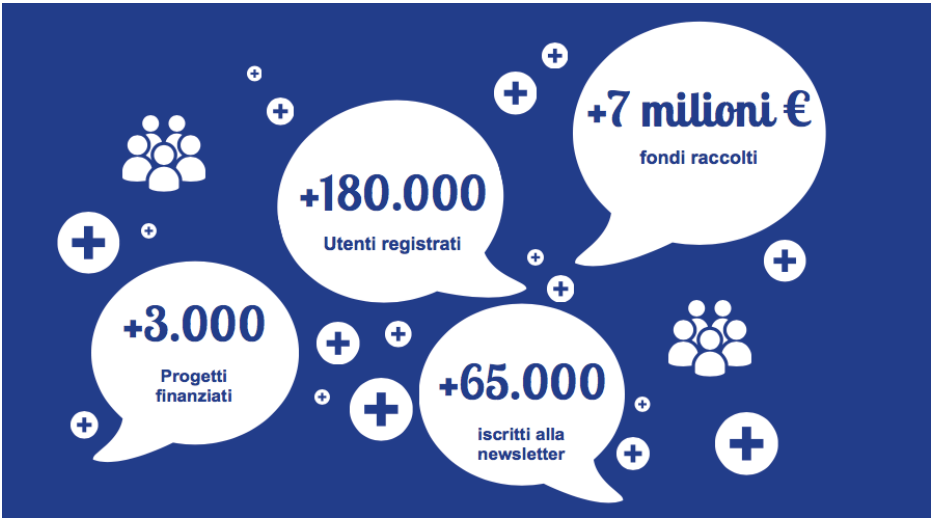
For Funding di Intesa Sanpaolo

For Funding è la piattaforma di crowdfunding di **Intesa Sanpaolo** dedicata a **organizzazioni non governative**, ad **associazioni non profit** e a **fondazioni** selezionate in base a criteri predefiniti, che vogliono avviare un progetto di raccolta fondi coinvolgendo un'ampia comunità di donatori attivi.

For Funding è uno strumento innovativo, trasparente e accessibile a chiunque voglia contribuire a un progetto di solidarietà sociale. È aperto a diverse modalità di donazione e permette ai beneficiari di fornire informazioni sui progetti ai donatori. Intesa Sanpaolo non trattiene commissioni sulle donazioni e sostiene i costi della piattaforma. Per cui, ogni euro donato su forfunding.it viene versato direttamente ai beneficiari.

Produzioni dal Basso

Produzioni dal Basso



LA NOSTRA STORIA

Produzioni dal Basso è nata nel 2005 e oggi è la più grande **community italiana del crowdfunding** reward e donation based e una delle più importanti realtà europee della sharing economy.

FolkFunding (società di Produzioni dal Basso) è un'azienda fintech, una startup innovativa specializzata in **crowd economy**, **sharing economy** e **open innovation**. L'esperienza acquista nel crowdfunding, unita a specifiche competenze in ambito strategico e consulenziale, ci permette di essere **punto di riferimento per il mercato italiano riguardo lo sviluppo di progetti e piattaforme di crowdfunding reward e donation based, equity- based, social lending ed enterprise** con un track record unico in materia di gestione e curation delle stesse.

I NETWORK

I Network sono un servizio esclusivo di Produzioni dal Basso dedicato ad associazioni, aziende, enti pubblici e a tutte le comunità che vogliono selezionare in modo unico e personalizzato i progetti di crowdfunding.

L'UFFICIO STAMPA

Mettiamo a disposizione delle aziende che collaborano con noi l'Ufficio Stampa di Produzioni dal Basso per dare la giusta visiblità alle iniziative.

IL CAMPAIGN MANAGER

Il Campaign Manager ha il compito di supportare il progettista nella realizzazione di una campagna di successo.

LA CUSTOMER CARE

Produzioni del Basso offre un servizio di Customer Care sia via email che attraverso una Live Chat dal lunedì al venerdì dalle 9 alle 19 (festivi esclusi).

WORKSHOP E FORMAZIONE

Organizziamo eventi di formazione e workshop sulle possibili declinazioni del crowdfunding, in ottica di CSR e Open Innovation.

Blog

Rosella Sobrero intervista **Angelo Rindone**, fondatore di Produzioni dal Basso

Ciao Angelo e benvenuto sul mio blog. Quando e come nasce Produzioni dal Basso?

Ciao Rossella e grazie a te per l'invito. Produzioni dal Basso (Pdb) è una piattaforma di crowdfunding che ha una storia particolare perché è nata nel 2005, ovvero molto prima che venisse coniato il termine crowdfunding (nato a cavallo tra il 2008 e il 2009). È quindi una piattaforma ante-litteram nata come progetto amatoriale, fatto con grandissima passione ma in modo non strutturato e senza un modello di business e così è rimasta fino al 2013/14 quando la crescita esponenziale del fenomeno e degli utenti mi ha portato ad aprire una startup innovativa (www.folkfunding.com) che, oltre a gestire la piattaforma, si occupa di consulenza, analisi e sviluppo di progetti di Crowd Economy.
Questa particolare genesi di Pdb è un valore aggiunto e la vera differenza del nostro progetto con altri progetti italiani nello stesso mercato: la storia, la passione, la visione e l'esperienza sul campo che hanno caratterizzato questi anni sono stati preziosi per la nascita e il consolidamento di un team vero e proprio.

Nel 2017 siete stati la piattaforma che ha registrato la raccolta più alta in Italia: come ti spieghi questo successo?

Pdb è sempre stata, per il mercato italiano, una piattaforma vivace, molto attiva e utilizzata, però in effetti nel 2017 c'è stato un forte incremento sia in termini di transazione che di progetti e community e devo dire con grande soddisfazione che il 2018 sta segnando un ulteriore incremento. Credo che i motivi si possano ricercare in 2 fattori principali, uno esterno e uno interno.
Quello "esterno" è certamente lo sdoganamento a vari livelli di questo strumento, sia per quanto riguarda la modalità donation e reward che per approcci più complessi come le modalità equity e lending. Inizialmente il crowdfunding era visto come qualcosa di "esotico", innovativo ma fondamentalmente marginale nelle strategie di raccolta fondi. Oggi è uno strumento sempre più studiato e consolidato non solo nei mercati anglosassoni ma certamente anche in Europa e piano piano sempre di più anche in Italia (anche se c'è ancora molta strada da fare). Quindi piattaforme come Pdb stanno beneficiando della crescita (+45% nel 2017 rispetto all'anno precedente) del mercato nel suo complesso.
Per quanto riguarda i fattori "interni" il merito va tutto al team che amministra con grande serietà e passione giorno per giorno la piattaforma. Marta Dall'Omo, Project Manager di Pdb, gestisce un team sempre più articolato che va dagli sviluppatori, ai Campaign Manager e dall'Ufficio Stampa fino alla Customer Care, servizio che abbiamo molto potenziato proprio nel 2017 e che risulta molto apprezzato, sia dalla comunità dei donatori che da quella dei progettisti.

Ci racconti un progetto che ritieni particolarmente significativo realizzato con un'impresa?

Il lavoro con le Aziende è una delle attività che ha caratterizzato l'ultimo anno e mezzo di Pdb, si tratta di grosse realtà che a vario livello hanno utilizzato e utilizzano la piattaforma e la sua comunità generalmente per iniziative di CSR e Open Innovation.
Per noi questo percorso è iniziato con la collaborazione con Banca Etica ed Etica SRG che, grazie al fondo per il microcredito, hanno lanciato una serie di bandi tematici, chiamati IMPATTO +, per co-finanziare iniziative sociali.
Ad oggi le iniziative di co-finanziamento di Aziende su Pdb comprende realtà come Fastweb e il MIUR,

Banca BPER, l'Università Bicocca, Infinity, Corepla, Arci e abbiamo avuto iniziative spot anche di realtà come Slow Food e Telethon.
Le iniziative e i progetti finanziati su Pdb sono davvero tanti diventa difficile fare una classifica, ogni storia ha una caratteristica particolare, un suo linguaggio, un suo senso e una sua comunità.
Quello che colpisce è che su una piattaforma come Pdb trovino spazio progetti diversissimi tra loro, i progetti sociali e culturali sono la maggior parte ma sta crescendo anche il mondo dell'associazionismo, progetti istituzionali e scolastici e gli eventi.

Programmi per il futuro?

Uno dei temi caldi che stiamo affrontando in questi ultimi mesi riguarda l'organizzazione dei dati con lo scopo di cominciare a restituire valore tangibile alla nostra comunità attraverso l'elaborazione ragionata delle metriche di ogni singolo progetto in relazione con le medie della piattaforma.
Il processo in atto ci ha portato ad elaborare ed incrociare oltre 20milioni di dati e di azioni e l'evoluzione a cui lavoriamo va verso un organizzazione algoritmica di questa mole di informazioni per elaborare un interfaccia di supporto in AI in grado di aiutare chi propone i progetti in tutte le fasi della campagna di raccolta fondi, suggerendo azioni, indicando punti debili della campagna e offrendo rating e feedback continui.
Non sarà un percorso semplice dal punto di vista ingegneristico ma è un progetto che ci stimola molto, un evolutiva di grande impatto sulla filiera del crowdfunding e forse una sfida per tutto il mondo del fundrasing.

Intervista sul blog di **Rossella Sobrero**
http://rossellasobrero.it/produzionidalbasso/

A destra **Angelo Rindone**

FolkFunding s.r.l.
Via Stefanardo da Vimercate, 28
20128 - Milano

info@folkfunding.com