



# Il Crowdfunding nel mondo e in Italia

1.

## Che cos'è il crowdfunding?

Il crowdfunding (dall'inglese *crowd*, folla e *funding*, finanziamento) è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro in comune per sostenere gli sforzi di persone ed organizzazioni. È un processo di finanziamento dal basso, che mobilita persone e risorse e si può riferire a progetti di qualsiasi genere, sia profit che non .

Il crowdfunding ha un funzionamento piuttosto semplice, è una raccolta di capitali, on-line, condotta attraverso una piattaforma che ospita un vasto numero di progetti e convoglia un gran numero di utenti. Questi navigano tra i progetti e decidono quale vogliono sostenere, acquistando una quota anche di un valore molto piccolo. Il suo sviluppo è reso possibile dalle opportunità comunicative offerte dai social network che permette il coinvolgimento di un largo numero di sostenitori disposti a donare o investire anche piccole cifre. Sebbene il suo funzionamento sia semplice, le idee che vengono finanziate devono essere originali, ben strutturate e comunicate in modo adeguato.

Le novità principali offerte dallo strumento sono due:

1. possibilità d'accedere ad un pubblico illimitato ben oltre quello offerto dalle reti di relazioni di cui si dispone, attraverso internet ed i social network;
2. possibilità di creare delle conversazioni fra chi dona e l'organizzazione proponente, attraverso le quali è possibile ottenere degli input per modificare l'idea proposta.

Ogni progetto di crowdfunding è un investimento, che come tale deve essere pianificato, richiede risorse economiche e impegno dei volontari o del personale dipendente dell'associazione. Molti pensano che la scelta della piattaforma sia l'elemento discriminante del successo di un progetto, invece, secondo molti esperti, non vale più del'8%. Gli elementi che determinano il successo del progetto sono la presentazione della causa e l'utilizzo dei social network.

2.

## Le piattaforme web di crowdfunding

Le piattaforme sono gli strumenti attraverso cui si sviluppano i progetti di crowdfunding ma, almeno a livello teorico, i progetti possono essere portati avanti anche senza piattaforme, semplicemente con un proprio sito internet. Le piattaforme sono preferibili non solo perché offrono soluzioni predefinite, ma soprattutto perché garantiscono il contatto con tutti i potenziali donatori, visto che molte persone periodicamente passano a vedere i progetti. Logicamente l'uso della piattaforma ha un costo, che in genere è calcolato sulla somma raccolta. Esistono varie classificazioni delle piattaforme di crowdfunding, la tendenza è di

categorizzare le piattaforme in base al tipo di ritorno che le persone ottengono, una volta che hanno donato del denaro per un progetto.

3.

## I 4 modelli del Crowdfunding

Il crowdfunding rappresenta un modello di raccolta fondi fortemente flessibile, esso è in grado di adattarsi a diverse esigenze finanziarie, dalla raccolta di fondi per attività filantropiche allo sviluppo di progetti imprenditoriali. Questa dinamicità e forte declinabilità dello strumento in relazione alle esigenze del richiedente dei fondi, ha portato all'affermarsi di quattro modelli di crowdfunding che si distinguono in relazione alla ricompensa spettante al sostenitore.

### Donation

Il modello donation è largamente utilizzato da enti ed organizzazioni no-profit che si rivolgono alle folle affinché queste sostengano economicamente una causa sociale, etica o filantropica. Il donatore, in tal caso, non ottiene alcuna ricompensa materiale dal sostegno alla causa.

### Reward

Il reward è il modello maggiormente diffuso, in Italia e nel mondo, grazie alla sua capacità di remunerare, seppure in maniera simbolica, il Supporter con ricompense emozionali o materiali normalmente di valore inferiore alla donazione. La declinazione di questo modello in settori fortemente creativi e sperimentali ha portato alla pratica del pre-selling: il promotore di un progetto potrà rivolgersi alle folle per ottenere il supporto finanziario necessario allo sviluppo, progettazione e produzione di un nuovo bene e/o servizio, offrendo come ricompensa il prodotto stesso, magari ad un prezzo inferiore rispetto al futuro prezzo di lancio.

### Lending

L'evoluzione del Crowdfunding ha portato anche alla nascita del prestito tra privati, anche definito peer to peer o p2p lending. Si tratta di un modello che consente a privati risparmiatori di prestarsi risorse monetarie a tassi di impiego ed utilizzo agevolati, senza dunque il ricorso ad intermediari tradizionali come le banche. Lo sviluppo recente del prestito non intermediato dagli istituti bancari ha portato alla nascita di due segmenti: il prestito tra e per soggetti privati, e il segmento P2B, dedicato al capitale di debito per le PMI italiane.

### Equity

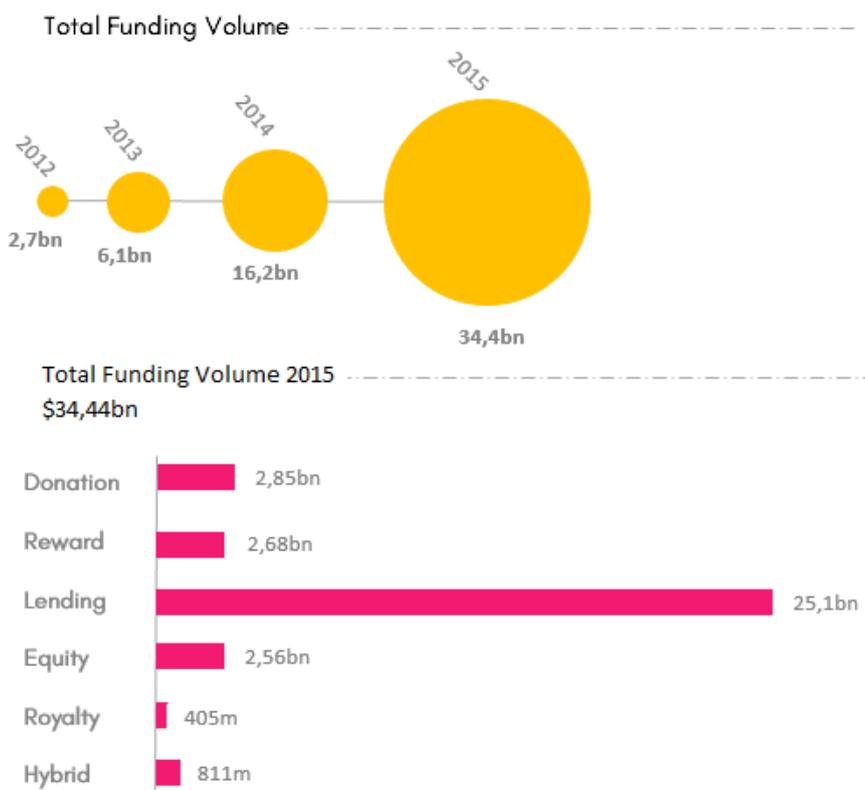
L'Equity è l'ultima frontiera in materia di Crowdfunding ed è la declinazione delle logiche del finanziamento dal basso al capitale d'impresa. In questo modello realtà imprenditoriali nascenti e promettenti potranno rivolgersi alle folle per ottenere i capitali necessari all'avvio ed alla realizzazione della loro business idea. In tal caso, il sostenitore-finanziatore

acquisisce titoli partecipativi al capitale d'impresa. La progressiva affermazione del crowdfunding come diffuso fenomeno sociale ed economico è testimoniata dal numero di piattaforme attive e dalla raccolta di risorse finanziarie per progetti generalmente piccoli o in stadi iniziali di sviluppo.

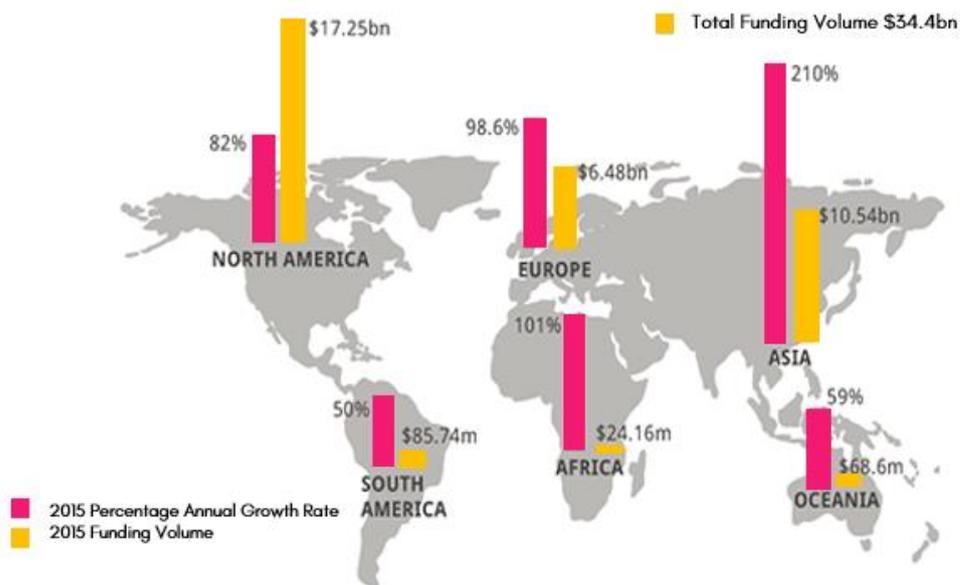
## 4.

### I numeri del crowdfunding nel mondo

Secondo l'ultimo rapporto 2015 pubblicato da Massolution, a fine dicembre le piattaforme di crowdfunding erano 1.250, di cui 660 solo in Europa e 375 in Nord America. Nel 2015 hanno registrato un volume di raccolta complessivo pari a 34,4 mld di dollari.



Growth by crowdfunding model prediction for 2015 in millions of USD (research based estimate)

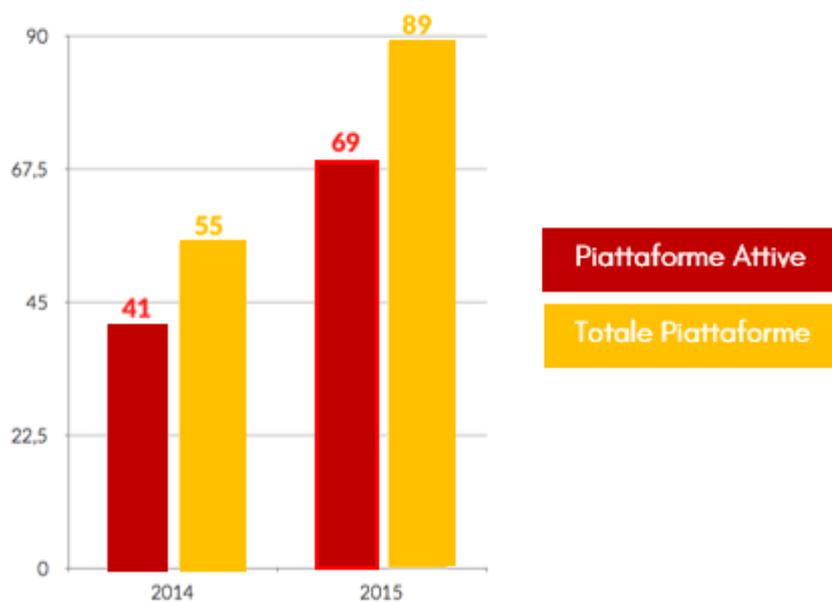


Growth by crowdfunding model prediction for 2015 in millions of USD (research based estimate)

## 5.

# I numeri del crowdfunding in Italia

Piattaforme totali e Piattaforme attive sul mercato

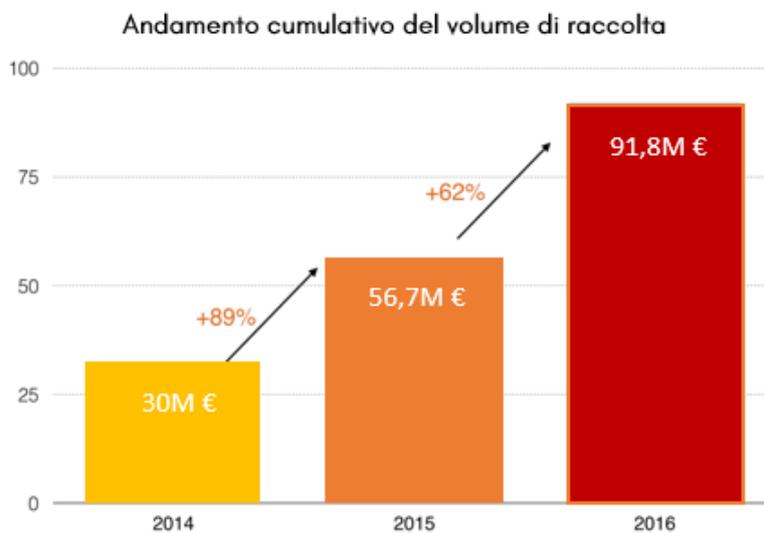


Dati aggiornati a dicembre 2016/gennaio 2017

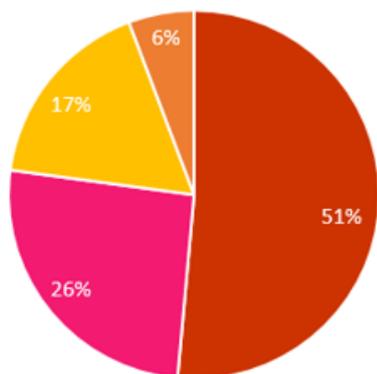
Piattaforme	Valore di raccolta complessivo *
Totale Donation Reward	€ 24.754.678,91
Totale Do It Yourself	€ 3.328.163,12
Totale Equity	€ 7.559.205,60
Totale Lending	€ 56.148.862,00
<b>Valore Complessivo</b>	<b>€ 91.790.919,63</b>

\*Overo dalla nascita delle piattaforme

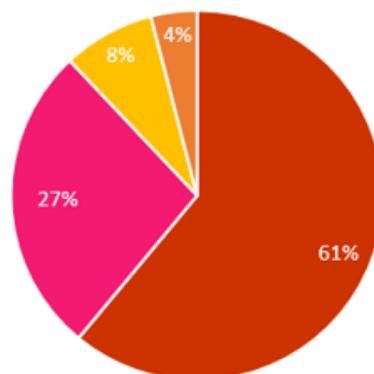
\*\*Sono state considerate solamente le compagnie con esito positivo, dove è avvenuta realmente una transazione economica.



Composizione delle piattaforme per numero di operatori

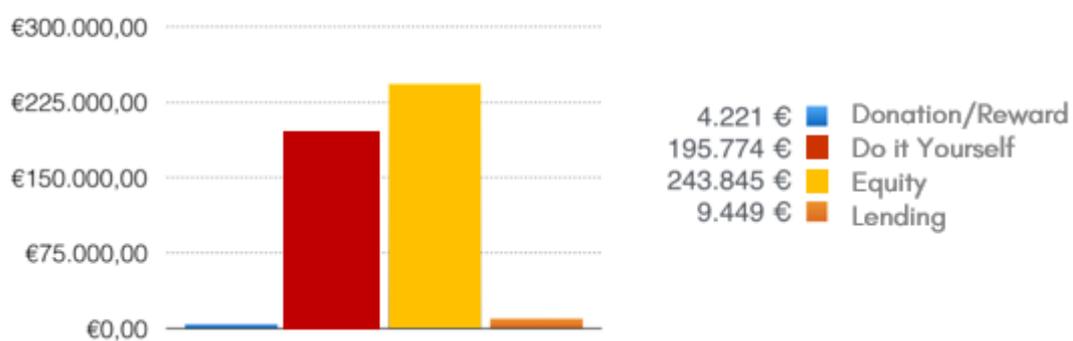


Composizione delle piattaforme per volume di raccolta



■ Donation ■ Do it yourself ■ Equity ■ Lending

Valore medio per progetto

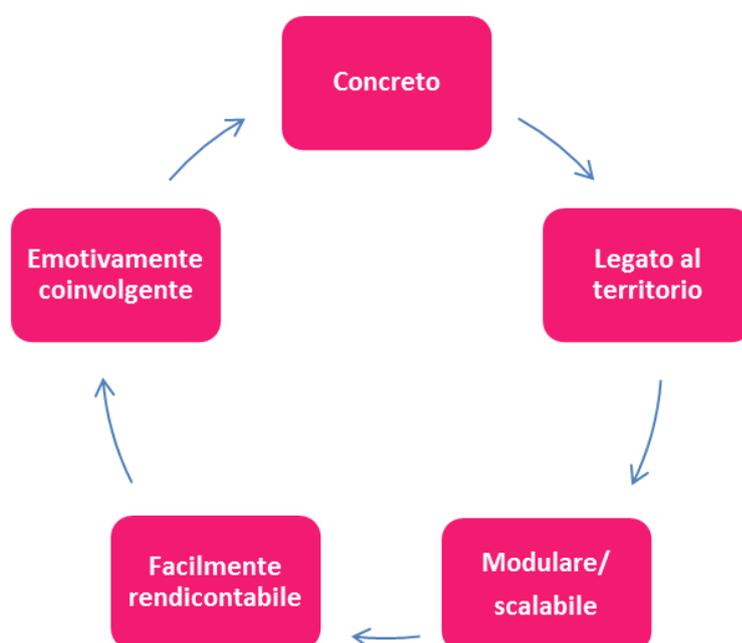


## Progettare una campagna di successo

Così come una qualsiasi campagna di fundraising, anche il crowdfunding necessita di un lavoro certosino di pianificazione prima e di un lavoro altrettanto impegnativo durante e dopo la campagna che si basa su 4 pilastri fondamentali:

1. una buona idea (progetto)
2. una community di riferimento attiva
3. individuazione audience di riferimento
4. una strategia di comunicazione efficace

### Caratteristiche progetto



## Analizza la tua community



## Individua la tua audience di riferimento

Individuare il target a cui ti rivolgi, chi possono essere i vostri interlocutori è fondamentale. Se conosci queste caratteristiche sarà più facile raggiungerli e trovare le leve giuste per farli donare. Non dare per scontato che il pubblico dei potenziali donatori sia interessato al tema trattato nel tuo progetto. Talora si punta anche a raggiungere pubblici diversi, solo parzialmente interessati all'intervento solidaristico che si vuol realizzare, ma ad esempio molto più interessati ai *reward*, ossia alle ricompense che mettete in palio (cfr. piattaforme *reward based*).

## Impara a comunicare



## Le fasi della campagna

### Pre-Campagna: semina

- Definisci i tuoi messaggi chiave – concisi, informativi e persuasivi
- Conosci la tua audience e crea un contenuto adatto
- Illustra i tuoi obiettivi e motiva sempre il tuo target di raccolta fondi
- Fai un test con i tuoi sostenitori più stretti
- Prepara media e influencer

### Campagna: comunica

Usa i tuoi canali di comunicazione in modo strategico in funzione dello status della raccolta  
 Comunica in modo continuativo e strutturato con media, influencer e blogger!  
 Prendi in considerazione di fare delle piccole campagne ADV sui social media  
 Informa e aggiorna i sostenitori sullo status della raccolta

### Post-Campagna: comunica

- Mantieni vivi i contatti con i tuoi donatori
- Riconosci il valore dei tuoi donatori ringraziandoli
- Identifica, coltiva e sollecita i donatori acquisiti attraverso la campagna
- Tieni i tuoi “vecchi” sostenitori informati sugli sviluppi del progetto
- Comunica, comunica e comunica. Repetita iuvant!

#### Bibliografia:

*eBook Cesvot: Crowdfunding: opportunità per il volontariato  
 lezioni di Alberto Giusti e Valeria Vitali nel corso di  
 Social Media e Crowdfunding per il nonprofit presso la Fundraising School di Forlì  
 Rapporto Massolutio 2015  
 ItaliaCrowdfunding.it  
 blog.starteed.com*



# ProgettoTerzoSettore

NONPROFIT MANAGEMENT & FUNDRAISING

[www.progettoterzosettore.it](http://www.progettoterzosettore.it)

[info@progettoterzosettore.it](mailto:info@progettoterzosettore.it)