

Interreg



CENTRAL EUROPE

European Union
European Regional
Development Fund

ARTISTIC

TAKING
COOPERATION
FORWARD



Verona, April 12, 2019



**Come finanziare la propria idea con il
crowdfunding**



Paolo Carlucci

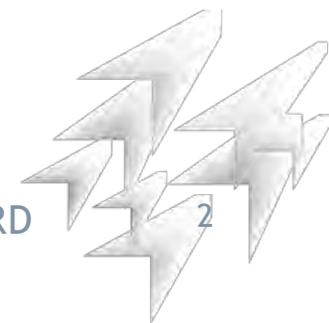
COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

1. Sharing economy

2. Crowdsourcing e crowdfunding

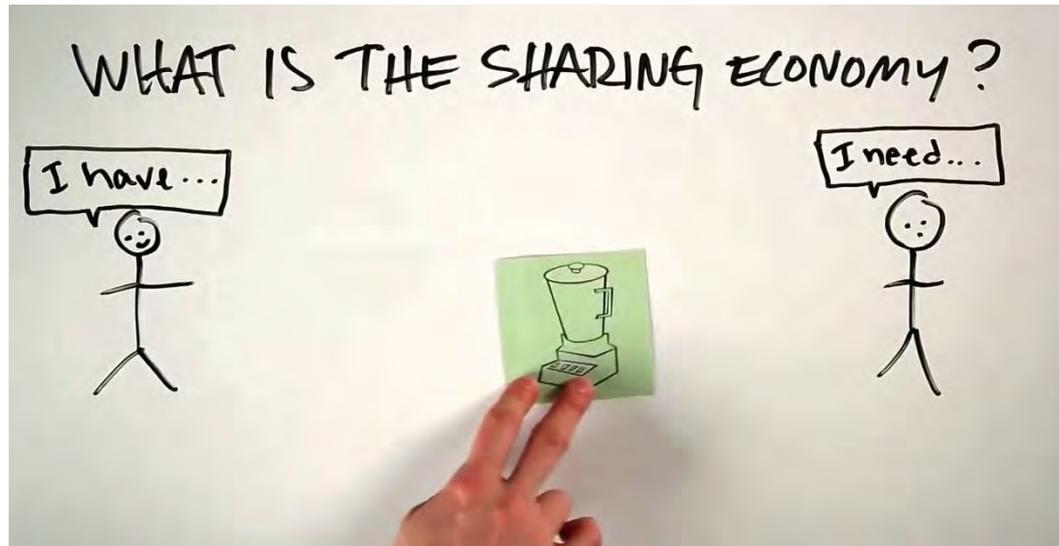
3. Le tipologie di crowdfunding: reward, donation, lending, equity

4. Pianificare una campagna di crowdfunding



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

1. Sharing economy



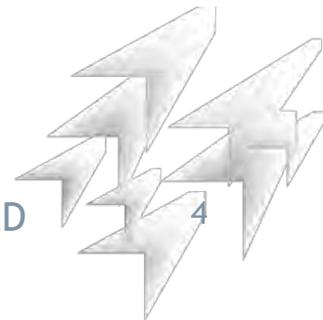
“sistema socio economico costituito dalla condivisione di risorse fisiche, mentali ed economiche, conosciuta anche come match economy”



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

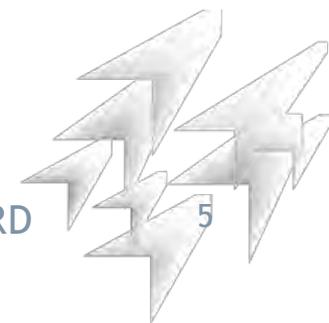


sfruttamento di nuove tecnologie per proporre forme antiche come il baratto e lo scambio



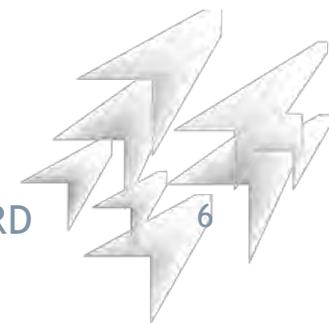
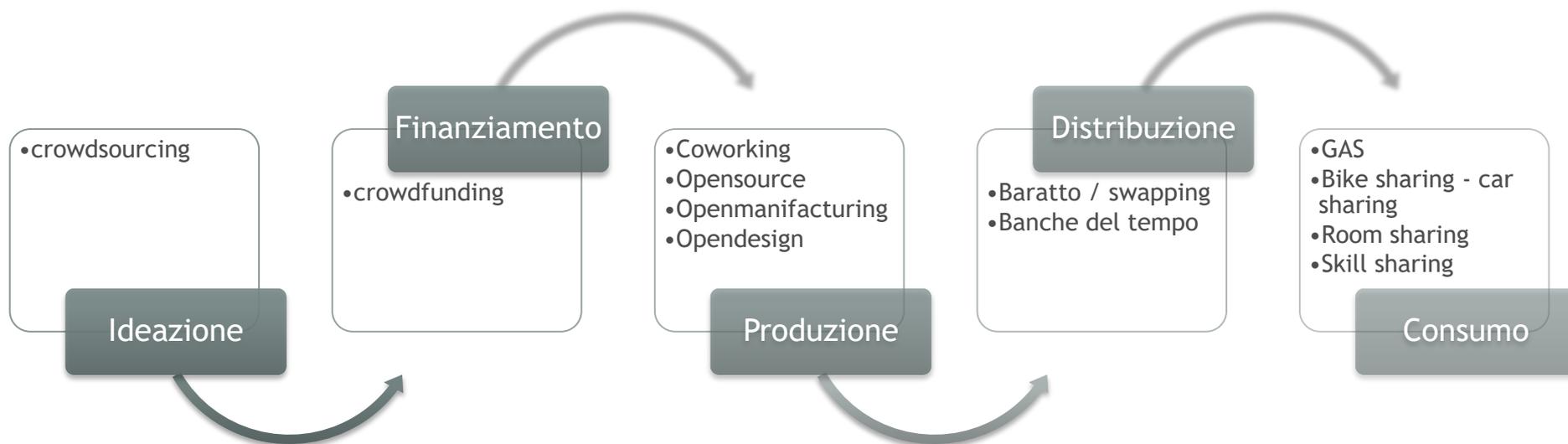
COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

SHARING ECONOMY ONLINE



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

ECOSISTEMA SHARING ECONOMY



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

ECOSISTEMA SHARING ECONOMY

Scambio

Noleggio o affitto a breve termine

Social lending

Micro outsourcing

Reciprocità

Couchsurfing

Home exchange

Banche del tempo e monete complementari

Crowdfunding donation based

Condivisione

Open source

Open design

Open manufacturing

Collaborazione

Carpooling

Crowdfunding reward e equity based

Coworking

Crowdsourcing

Skill sharing



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

ECOSISTEMA SHARING ECONOMY

Scambio

Casanoi, Airbnb,
car2go

Smartika, Prestiamoci

Tabbid, Oltretata,
Elance

Reciprocità

Couchsurfing,
Scambiocasa

Timerepublik,
Ideasharing

Locloc, Reuse

BuonaCausa,
RetedelDono

Condivisione

Arduino

Fattelo

Wefab

Collaborazione

Blablacar,
Parceggiami,
Gnammo

Kickstarter, Eppela,
Indiegogo

Cowo, Talent Garden,
FabLab

Skillbros, Insegnalo

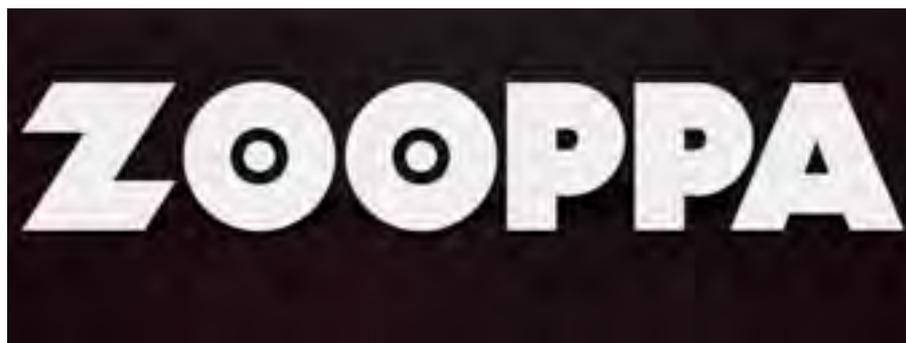


2. Crowdsourcing e crowdfunding

CROWDSOURCING

“affidare ad una moltitudine di soggetti (crowd) lo sviluppo di un’idea / progetto”

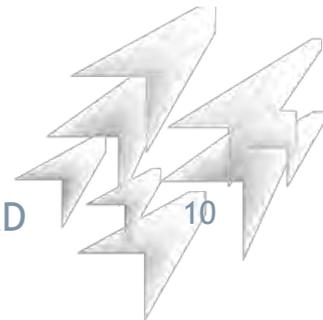
“utilizzare quindi risorse esterne (outsourcing) per realizzare un prodotto / servizio”



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

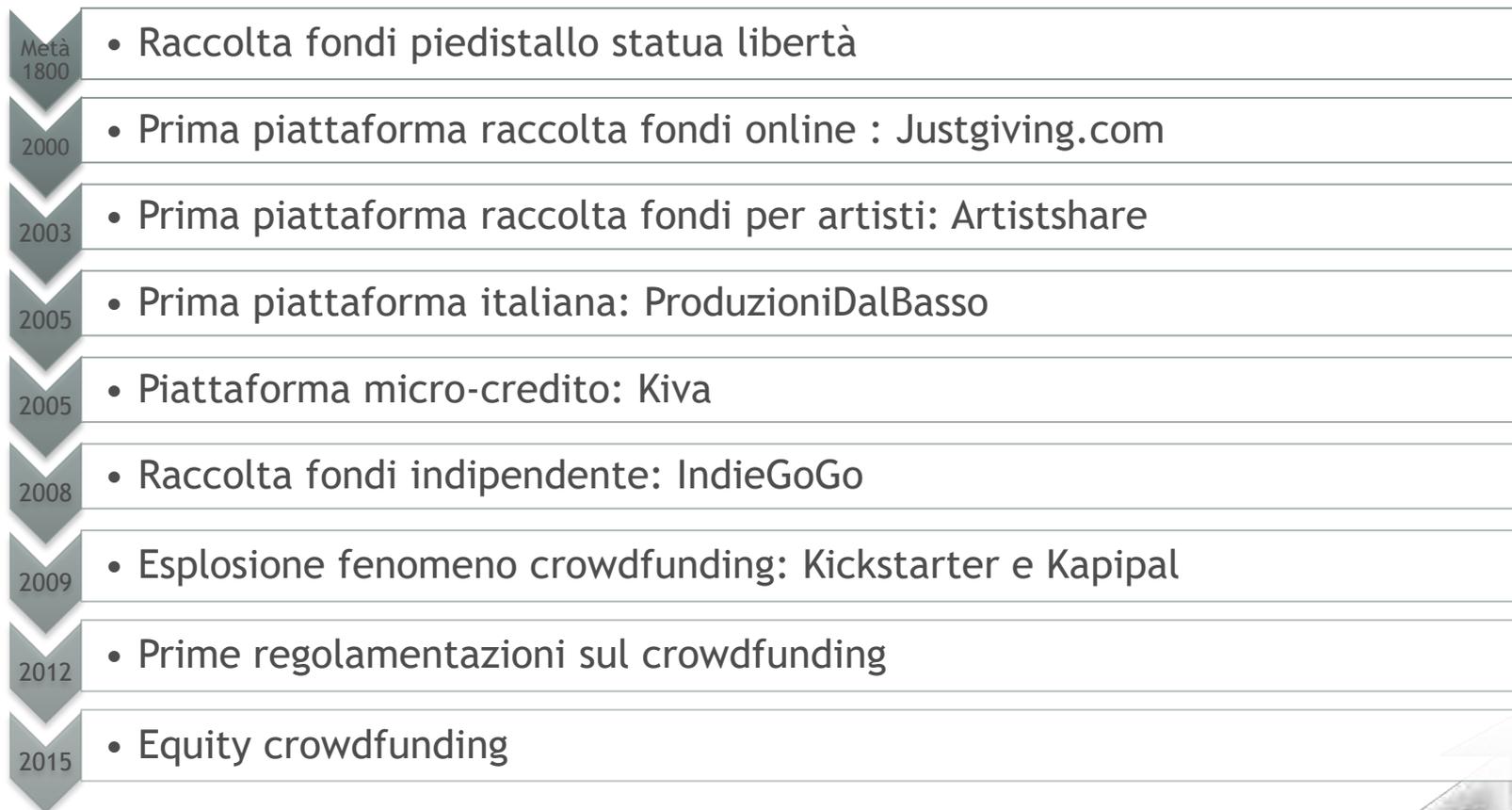
CROWDFUNDING

“processo collaborativo di un gruppo di persone (crowd) che raccoglie fondi per finanziare un progetto (funding)



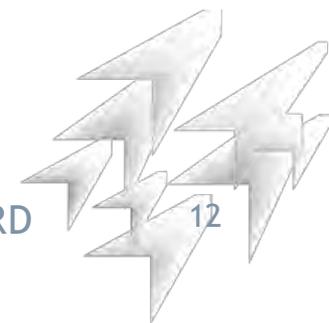
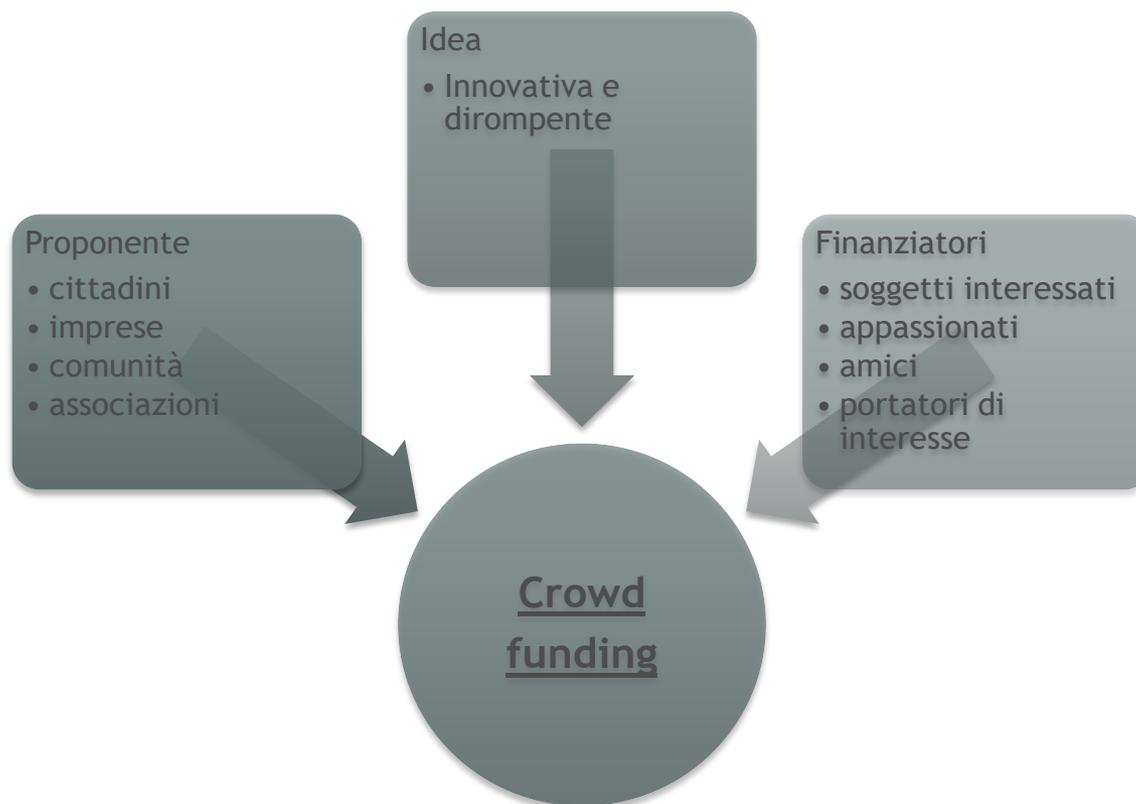
COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - TIMELINE



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - i 3 elementi



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

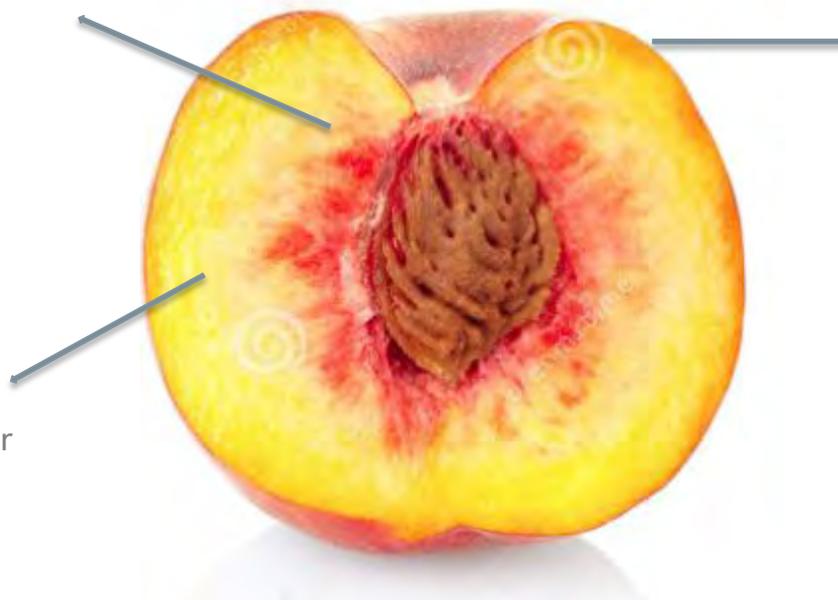
CROWDFUNDING - l'idea

Nocciolo

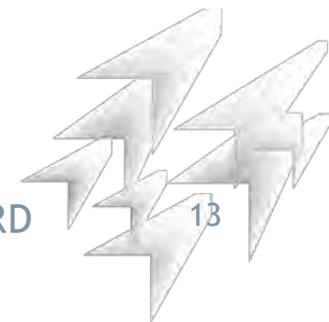
Obiettivo che il proponente si pone all'inizio del progetto

Polpa

Esperienze che vorreste far vivere ai vostri interlocutori / finanziatori / co-creatori

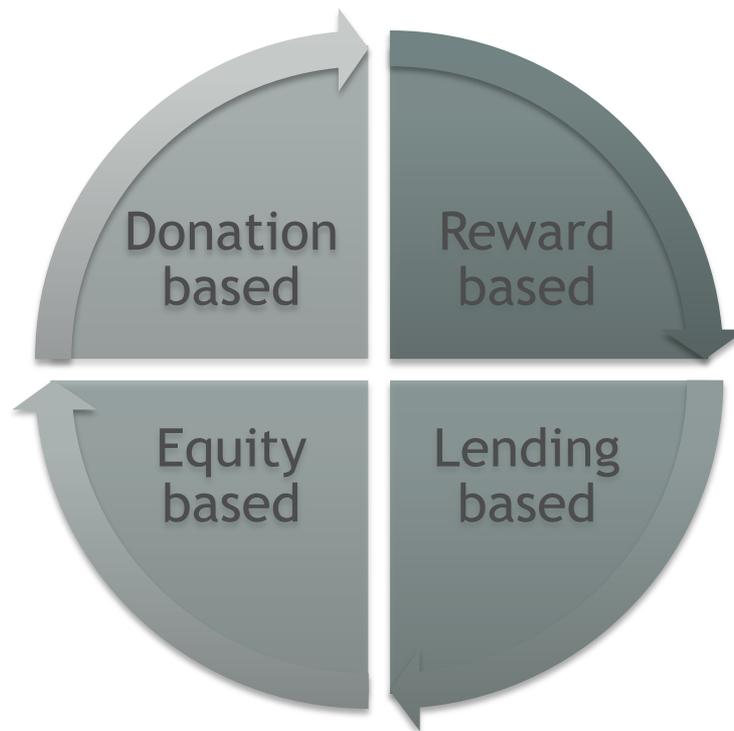


Pelle
Storytelling



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

3. Le tipologie di crowdfunding



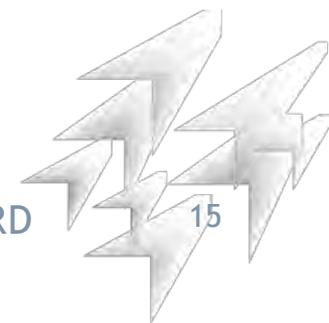
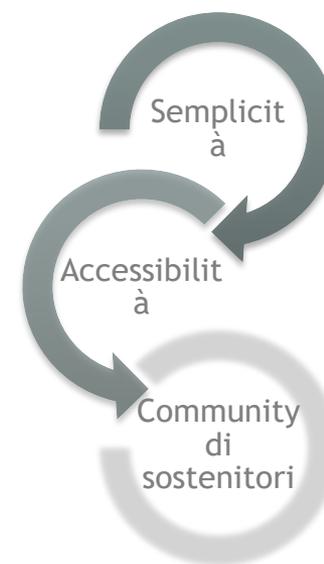
COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - reward based

a fronte del contributo versato, il donatore riceve una ricompensa (reward)



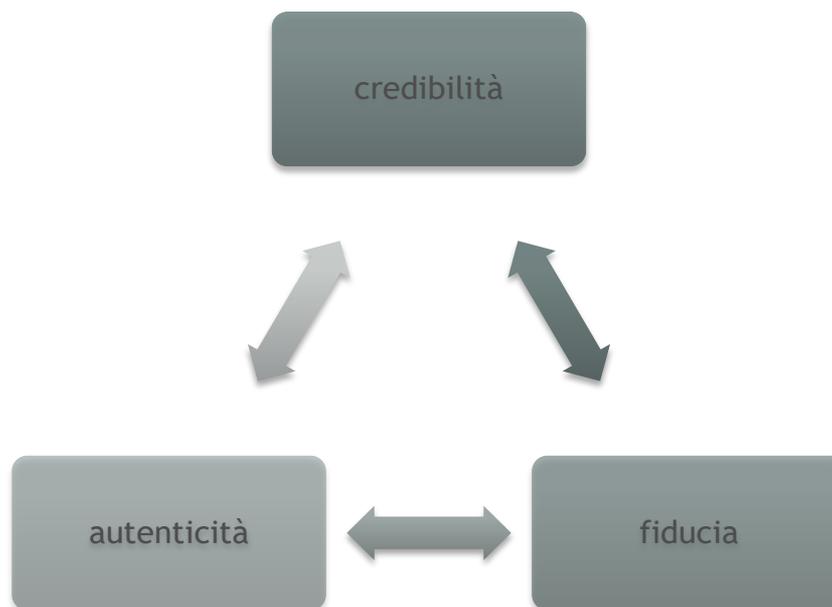
COS'E' IL
CROWDFUNDING ?



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - reward based

a fronte del contributo versato, il donatore riceve una ricompensa (reward)



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - reward based platform

totale richiesto, totale raccolto, tempo restante prima della chiusura del progetto

area di pitch con testo, foto e video

funzionalità news, update

lista sostenitori

area commenti

tasti e plug.in social

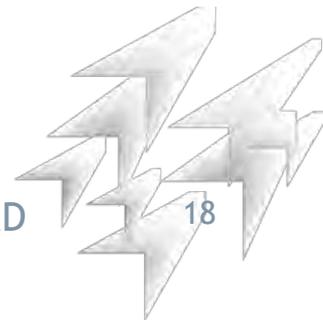
lista di categorie di rewards



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - reward

- articoli / servizi prodotti dai progettisti
- copia del prodotto di cui si sta finanziando la produzione
- collaborazione o partecipazione
- esperienza creativa
- ricordi e riconoscimenti

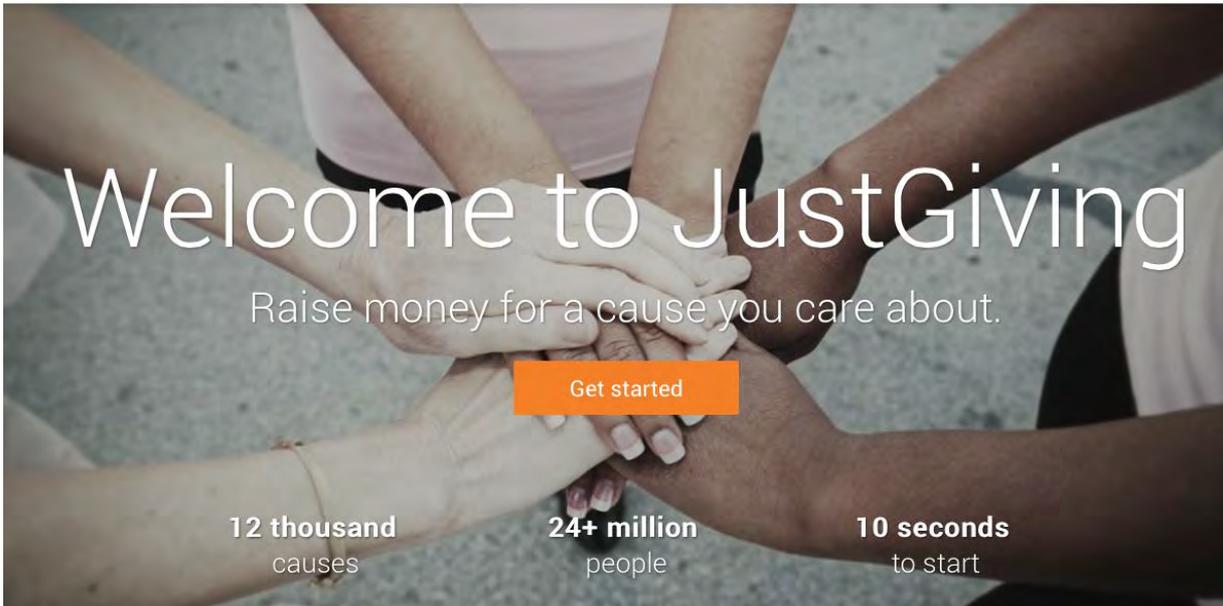


COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - DONATION BASED

Donazioni spontanee per il raggiungimento di un obiettivo sociale

NON SONO previste ricompense



Welcome to JustGiving

Raise money for a cause you care about.

[Get started](#)

12 thousand causes

24+ million people

10 seconds to start



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - DONATION BASED

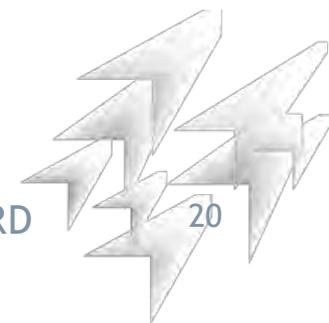
cause sociali

raccolta fondi personale

organizzazione e realizzazione di eventi

no-profit

beneficienza



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

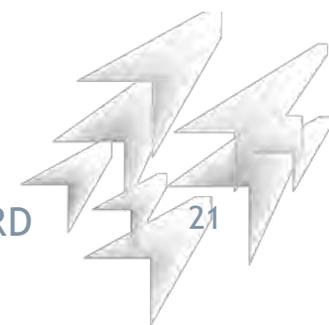
CROWDFUNDING - DONATION BASED

Piattaforme italiane

ProduzioniDalBasso
ReteDelDono
ShinyNote
BuonaCausa
IoDono

Piattaforme internazionali

Justgiving
ClimbForChange
Watsi



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - LANDING BASED

“persone oneste che fanno prestiti a persone affidabili,

quindi, micro-prestiti tra privati

MicroLending

Basato sul principio del micro-credito, destinato a soggetti che non hanno i requisiti per l'accesso al sistema bancario

Peer2Peer lending

Transazioni monetarie tra individui, senza l'intermediazione di una banca



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - LANDING BASED



The screenshot shows the Smartika website landing page. At the top, the logo 'smartika people to people credit' is on the left, and navigation links 'Home', 'Blog', 'F.A.Q.', and 'Contattaci' are on the right. Below the logo, there are three main navigation buttons: 'ESPLORA SMARTIKA', 'CHIEDI UN PRESTITO', and 'FAI UN PRESTITO', followed by a 'MY SMARTIKA' dropdown menu. The main banner features the text 'Prestiti tra privati. Ci si guadagna tutti!' and 'chiedi il tuo prestito / fai il tuo prestito con il Social Lending di Smartika.' It includes a video player with a play button and a 'Guarda il video' button. Below the banner are two promotional cards. The first card, 'Chiedi un prestito', shows a 5,60% interest rate and lists benefits: 'Equo e sicuro', 'Semplice e veloce', and 'Ottimi tassi'. The second card, 'Fai un prestito', shows a 6,59% interest rate and lists benefits: 'Equo e sicuro', 'Investi su persone come te', and 'Ottimi rendimenti'. Both cards have buttons to 'Chiedi ora' and 'Scopri come'.

smartika people to people credit

Home | Blog | F.A.Q. | Contattaci

ESPLORA SMARTIKA | CHIEDI UN PRESTITO | FAI UN PRESTITO | MY SMARTIKA

Prestiti tra privati.
Ci si guadagna tutti!

chiedi il tuo prestito
fai il tuo prestito
con il Social Lending di Smartika.

Scopri in 30 secondi come funziona 

Guarda il video

5,60% M Chiedi un prestito

- ✓ Equo e sicuro
- ✓ Semplice e veloce
- ✓ Ottimi tassi

Tasso corrente (Taeg) per prestiti di €5.000 a 24 mesi per il profilo A+.

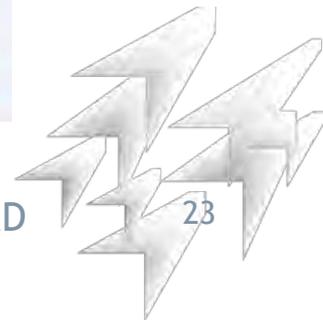
Chiedi ora >

6,59% M Fai un prestito

- ✓ Equo e sicuro
- ✓ Investi su persone come te
- ✓ Ottimi rendimenti

Tasso medio dei Prestatori negli ultimi 12 mesi al netto delle commissioni.

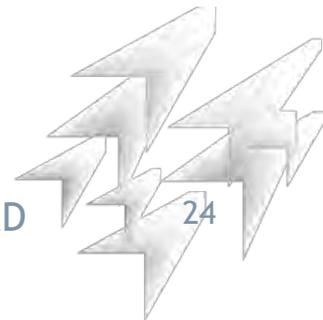
Scopri come >



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CROWDFUNDING - EQUITY

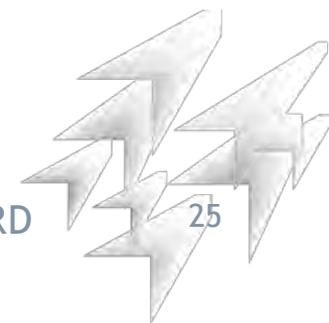
Permette ad una rete di investitori di ottenere quote o azioni in una società a fronte di un investimento



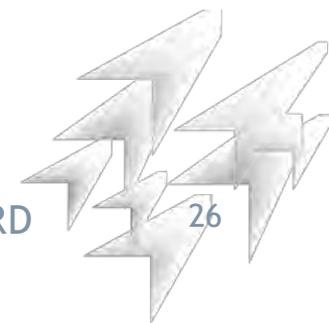
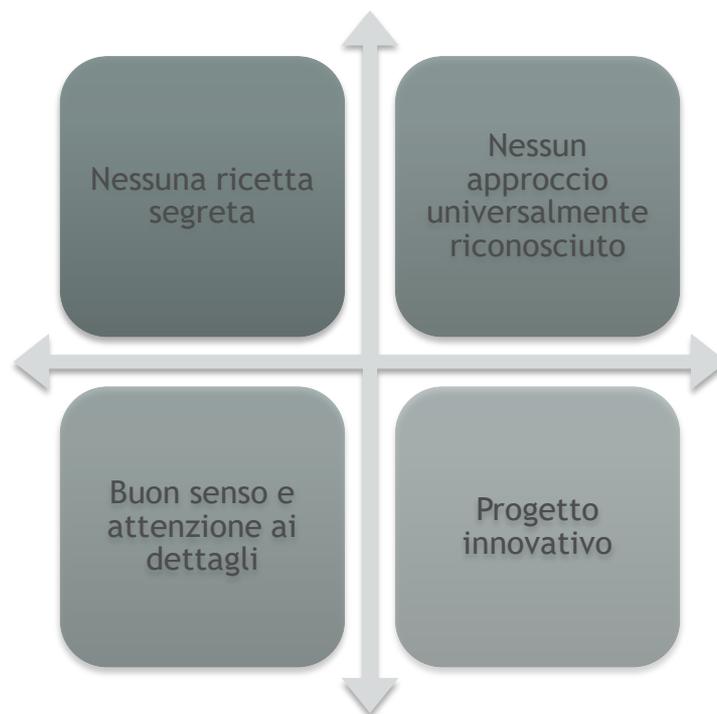
COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

CIVIC CROWDFUNDING

Legame emozionale tra territorio, community locale e bene pubblico



4. Pianificare la campagna di crowdfunding



LA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING - CONSIGLI PRATICI

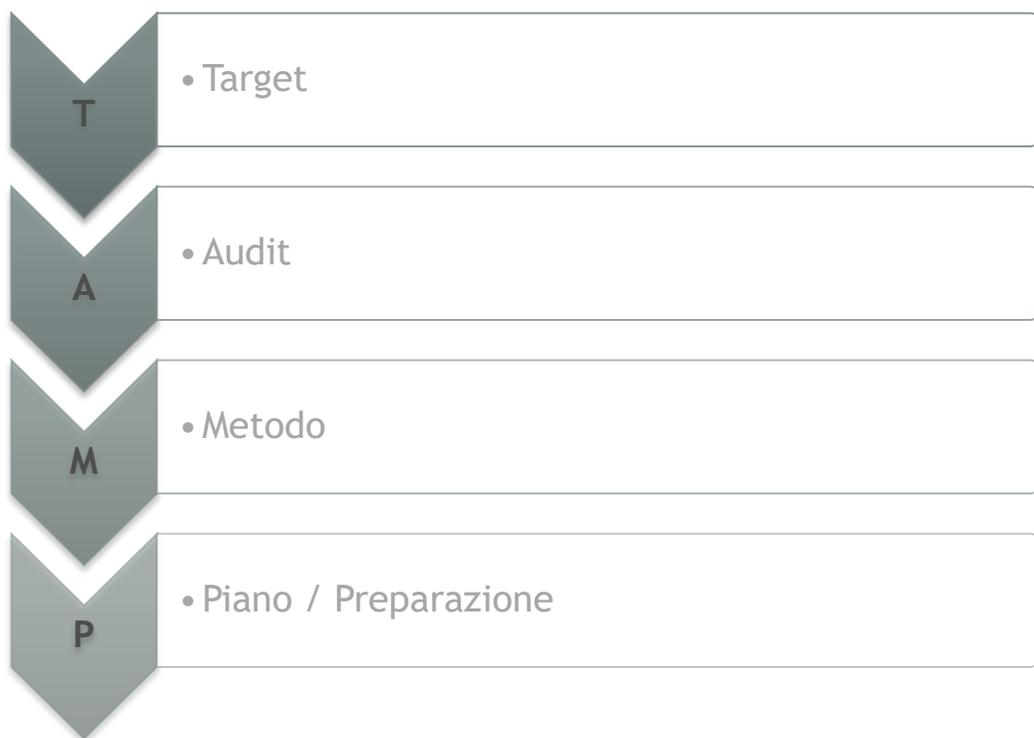
- 1 • Gestire la campagna in prima persona
- 2 • Veicolare il messaggio giusto
- 3 • Puntare su un buon inizio
- 4 • La brevità vince (mai oltre i 40 giorni)
- 5 • Video (pitch)
- 6 • Monitorare costantemente
- 7 • Rispondere ad ogni messaggio di potenziali investitori / finanziatori
- 8 • Aggiornamenti frequenti
- 9 • Ricompense e premi
- 10 • Ringraziamenti



IL PROCESSO TAMP - strategia e pianificazione

© Castrataro, Wright

Insieme di passi logici ed interconnessi che ci aiuta a fare una completa analisi SWOT del nostro progetto



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

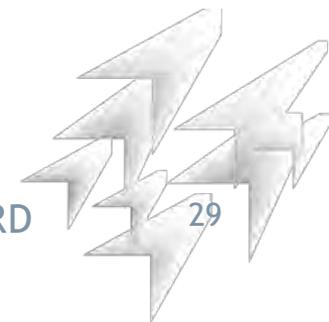
IL PROCESSO TAMP - TARGET

chiarire cosa si sta cercando di ottenere

condividere info con tutte le persone che parteciperanno al progetto

stabilire il tempo massimo per il raggiungimento dell'obiettivo

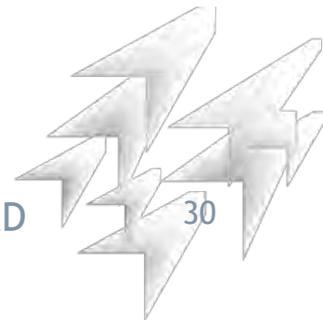
stabilire l'obiettivo economico che si vuole raggiungere



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

IL PROCESSO TAMP - AUDIT

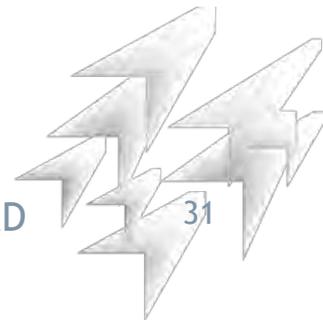
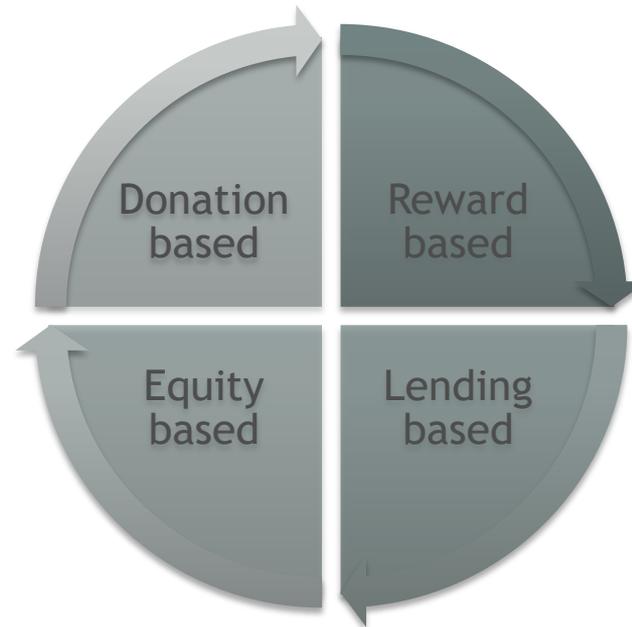
Skill	Risorse	Asset	Strumenti
<ul style="list-style-type: none">• Verificare se il team è in possesso di tutte le competenze per poter realizzare il progetto	<ul style="list-style-type: none">• Tempo e denaro sufficienti per il nostro progetto?	<ul style="list-style-type: none">• Capitale sociale espresse in contatti e capitale relazionale (fornitori, stakeholders)	<ul style="list-style-type: none">• CRM, sito web, newsletter, strumenti di monitoraggio e project management



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

IL PROCESSO TAMP - METODO

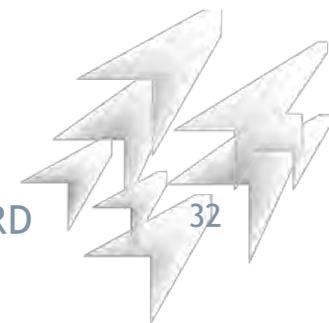
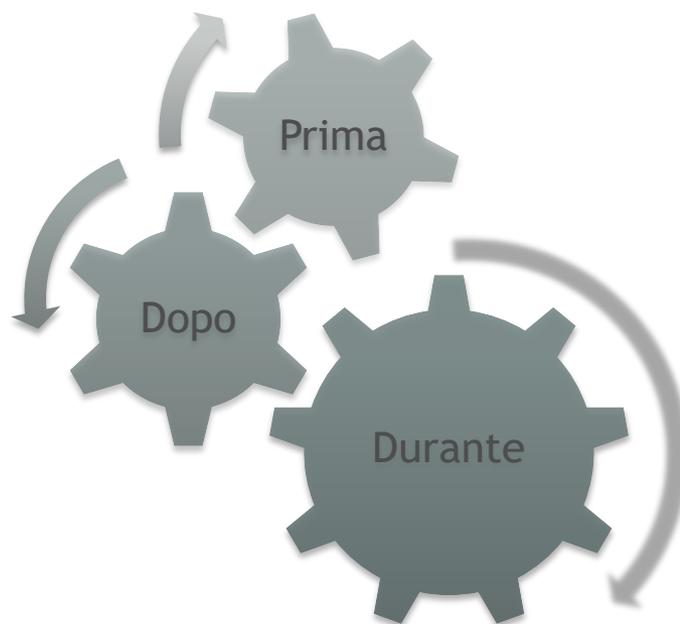
Adattare il proprio progetto ad un dei modelli individuati



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

IL PROCESSO TAMP - PIANIFICAZIONE

Organizzare il lavoro da fare prima della campagna, durante la campagna e dopo la campagna di crowdfunding



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

SUCCEsS model © Chip & Dan Heath

“il concetto che esprimerete con il vostro progetto dovrà restare impresso nella mente dei potenziali investitori / finanziatori fino alla fine del progetto”

PRINCIPLE 1	PRINCIPLE 2	PRINCIPLE 3	PRINCIPLE 4	PRINCIPLE 5	PRINCIPLE 6	
						
SIMPLE	UNEXPECTED	CONCRETE	CREDIBLE	EMOTIONAL	STORIES	
Simplicity isn't about dumbing down, it's about prioritizing. (Southwest will be THE low-fare airline.) What's the core of your message? Can you communicate it with an analogy or high-concept pitch?	To get attention, violate a schema. (The Nordie who ironed a shirt...) To hold attention, use curiosity gaps. (What are Saturn's rings made of?) Before your message can stick, your audience has to want it.	To be concrete, use sensory language. (Think Aesop's fables.) Paint a mental picture. ("A man on the moon...") Remember the Velcro theory of memory—try to hook into multiple types of memory.	Ideas can get credibility from outside (authorities or anti-authorities) or from within, using human-scale statistics or vivid details. Let people "try before they buy." (Where's the Beef?)	People care about people, not numbers. (Remember Rokia.) Don't forget the WIIFY (What's In It For You). But identity appeals can often trump self-interest. ("Don't Mess With Texas" spoke to Bubba's identity.)	Stories drive action through simulation (what to do) and inspiration (the motivation to do it). Think Jared. Spring-board stories (See Denning's World Bank tale) help people see how an existing problem might change.	



COME FINANZIARE LA PROPRIA IDEA CON IL CROWDFUNDING

Grazie per l'attenzione

Dubbi, perplessità, domande?

PAOLO CARLUCCI

carlucci@paolocarlucchi.it

twitter @pavolos

www.linkedin.com/in/paolocarlucchi

