



 università
del crowdfunding



Bicocca Università del Crowdfunding

Workshop del 29 OTTOBRE 2019



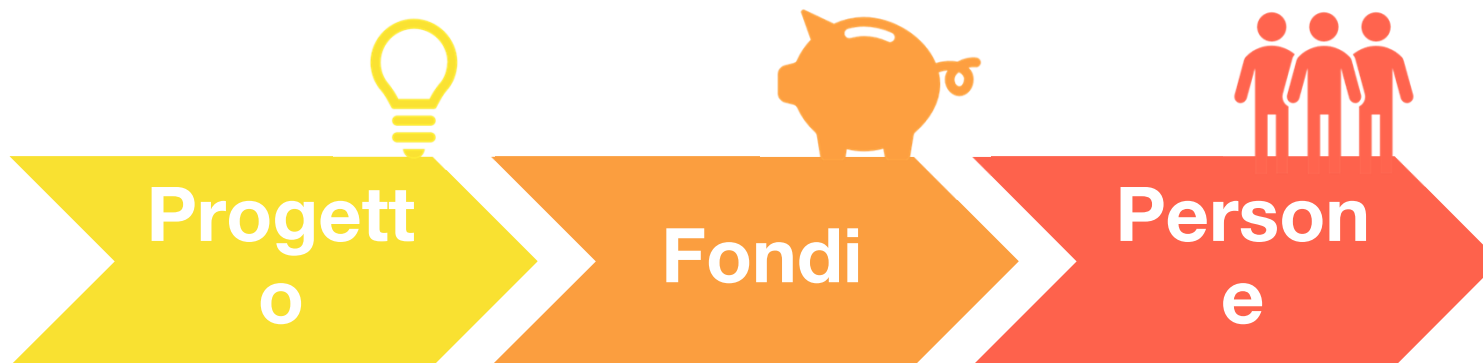
Introduzione al crowdfunding e come funziona una campagna

Cos'è il crowdfunding?

Il **crowdfunding** - dall'inglese *crowd*, folla e *funding*, finanziamento - o **finanziamento collettivo** è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro per sostenere gli sforzi di persone e organizzazioni.



Microfinanziamento dal basso che mobilita persone e risorse



Come costruire una campagna di successo

1

Definisci un **obiettivo**, il **budget** di cui hai bisogno e un **timing** di raccolta.

Obiettivo

Deve essere:

1. Chiaro e trasparente
2. Facile da comunicare
3. Economicamente credibile
4. Concreto e «misurabile»

Budget

Tipologie di progetto:

1. «**Small Project**» con un obiettivo di raccolta massimo di 5.000 euro
2. «**Project**» con un obiettivo di raccolta massimo di 10.000 euro

Timing

Durata campagna:

Verrà definita di volta in volta.
Indicativamente 45/60 giorni.

Come costruire una campagna di successo

2



Racconta il progetto che intendi realizzare con **trasparenza e chiarezza**.

*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.*

Come?

- Scegli il titolo del progetto: **breve e descrittivo**
- Racconta **chi sei, come intendi realizzare il progetto e di quali risorse hai bisogno**
- Utilizza **foto e immagini** per raccontare anche visivamente il progetto
- Realizza un **video di presentazione** del tuo progetto della durata di 1 o 2 minuti massimo



*Il video dovrà essere una **presentazione riassuntiva** del tuo progetto. Anche qui sarà utile spiegare **chi sei, parlare del tuo progetto e di quanto hai bisogno per realizzarlo.***





Individua delle ricompense
per ringraziare i tuoi sostenitori.

Le ricompense...

- **Simboliche o «emozionali»** (ringraziamenti, credits)
- **Materiali** (gadget, shopper, t-shirt)

* Se inserisci delle ricompense di pre-ordine verifica di “non ricadere” nella fiscalità dell’ecommerce.

Come costruire una campagna di successo

Le ricompense sono un modo per **rendere partecipi** i propri donatori e **stimolarli a sostenere** il progetto.

Le **ricompense «emozionali»** sono quelle che piacciono di più. Sono ricompense simboliche, generalmente con costi di bassi se non nulli e coinvolgono molto i sostenitori facendoli sentire parte attiva del progetto.



Come comunicare una campagna

4

Pianifica la comunicazione
e la **diffusione** della campagna.



La comunicazione

*Nel crowdfunding la **comunicazione** ricopre un ruolo importante. Caricare il progetto in piattaforma e sperare che funzioni "da solo", infatti, non è mai una strategia efficace.*

Inoltre...

*Il crowdfunding può diventare anche un valido **strumento di comunicazione** per startup e aziende, nonché un modo per **testare e validare le proprie idee** imprenditoriali.*



Come comunicare una campagna

I primi passi per comunicare al meglio...

Immagina possibili target di persone interessate...

- **Persone a te più vicine**
(amici, conoscenti, colleghi)
- **Persone potenzialmente interessate**
(community, contatti)

Dove comunicare?

- **Social** (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube)
- **Passaparola**
- **Chat App** (Whatsapp, Messenger, Telegram)
- **Email**
- **Stampa** (comunicati, interviste)
- **Eventi** (presentazioni, cene)

Come comunicare una campagna

Le 3 fasi della campagna

1

Coinvolgi le persone a te più vicine

Amici, conoscenti, colleghi e persone già interessate alla tua idea. Saranno loro per primi a **credere nel tuo progetto** e **sostenere la tua campagna**.

Come? Passaparola, Chat App, Email, ecc.

2

Costruisci un piano editoriale e racconta quotidianamente il progetto

Pubblica con continuità contenuti sulle tue **pagine social**, stimola la tua **community** e fornisci **aggiornamenti** sulla campagna.

Come? Social, Sito web, Passaparola, Chat App, Eventi, Stampa, ecc.

3

Sprint finale!

Gli ultimi giorni di campagna saranno quelli più intensi, in cui sarà necessario **contattare tutte le persone** con i quali sei entrato in contatto durante la raccolta (donatori e non), chiedendo loro un ultimo sforzo per realizzare il tuo progetto.

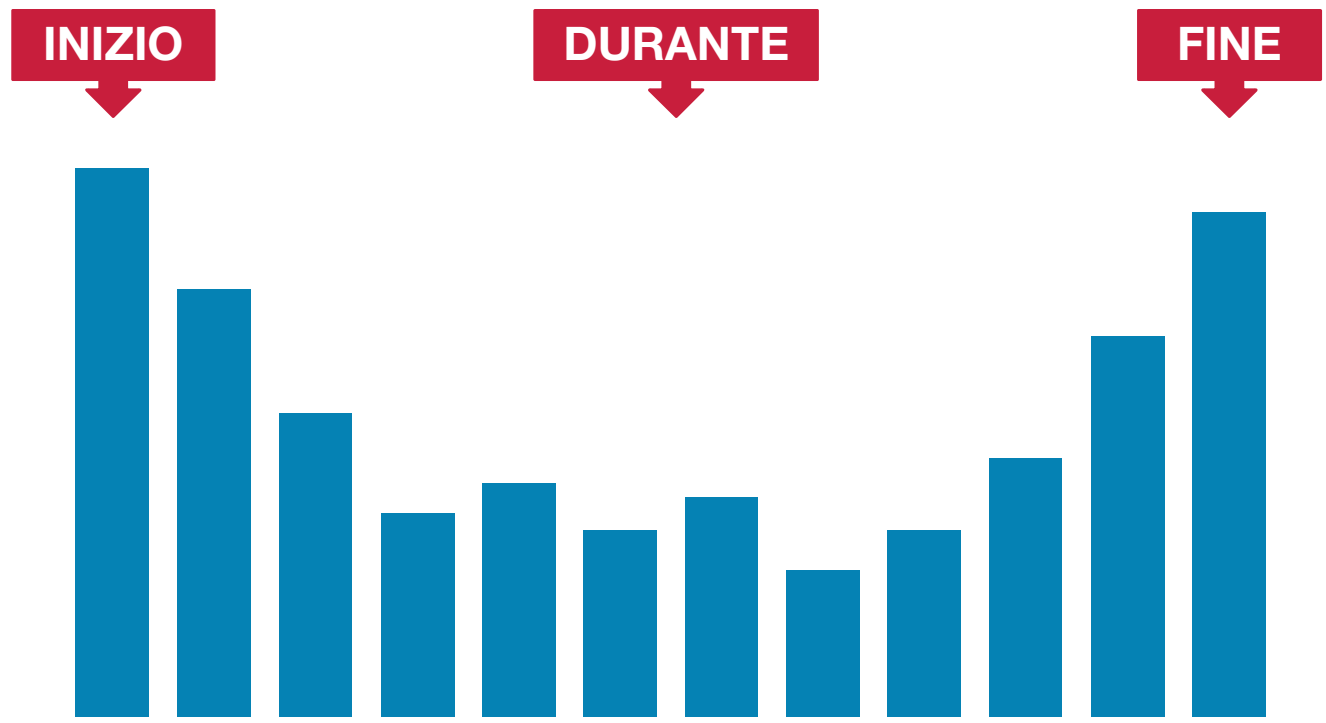
Come? Social, Sito web, Passaparola, Chat App, Eventi, Stampa, ecc.



Come comunicare una campagna

Le 3 fasi di una campagna

*Un progetto, perché abbia maggiori probabilità di successo, deve raccogliere **almeno il 30%** del proprio obiettivo nel giro della **prima settimana**.*



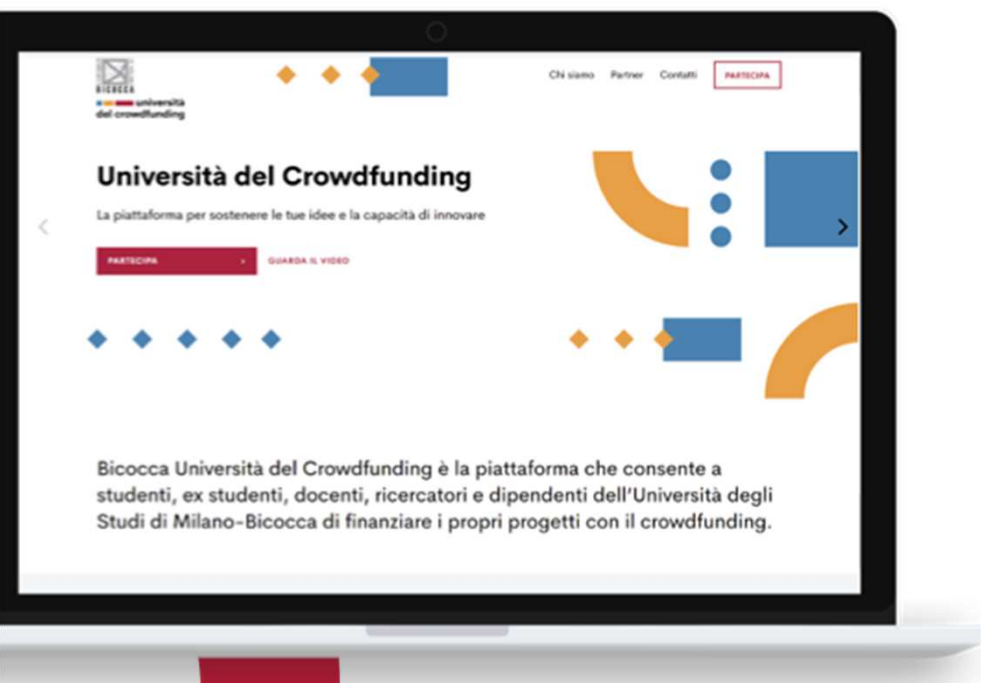
**Come candidare un progetto per partecipare al
bando**

Come candidare un progetto per partecipare al bando

Esclusivamente sul sito unimib.produzionidalbasso.com

entro e non oltre **le ore 12 del 18 Novembre 2019.**

N.B. Il progetto NON può essere lasciato in “bozze”



Preview del form di candidatura



Chi può partecipare

Possono presentare domanda e beneficiare delle agevolazioni previste le seguenti categorie:

A) **Docenti** di ruolo, **Ricercatori**, **Assegnisti** di ricerca, Specializzandi, **Dottorandi**, **Borsisti**, Personale Tecnico-Amministrativo afferenti all'Università di Milano-Bicocca.

B) **Studenti** iscritti (a un corso di Laurea, Laurea Magistrale o Ciclo Unico, Master di primo e secondo livello), studenti e dottori di ricerca che hanno già conseguito **Laurea**, **Master** o **Dottorato** presso l'Università di Milano-Bicocca.

Gestione amministrativa non strutturati

I soggetti indicati al **punto B (non strutturati)**, se selezionati, raccoglieranno fondi in piattaforma che potranno ricevere mediante le seguenti modalità indicate a titolo esemplificativo, ma non esaustivo:

- Come progetti dell'Università in analogia a alla disciplina dei progetti di ricerca (studenti);
- Premi di studio (studenti);
- Contratti di ricerca (studenti e ex studenti che hanno partita Iva o sono costituiti in società o associazione riconosciuta);
- Contratto di sponsorizzazione (studenti e ex studenti che hanno partita Iva o sono costituiti in società o associazione riconosciuta);
- Altre forme contrattuali previste dalla norma.



Tema del bando

Progetti e idee sviluppate all'interno dei **diversi ambiti disciplinari dell'Ateneo**. Possono essere quindi presentati progetti che riguardano **uno o più ambiti disciplinari**, purché l'obiettivo del progetto sia chiaramente identificato.

Non sono ammessi progetti che hanno come finalità raccolte di denaro a scopo personale, politico, confessionale, a copertura dei costi di funzionamento di liste studentesche o associazioni, per finanziare borse di studio o per finalità contrarie alla legge.



Co-finanziamento di Corepla

A questo bando ha aderito il **consorzio Corepla** che **co-finanzierà un progetto** tra quelli selezionati che dovesse avere come tema il **recupero e riuso della plastica da imballaggi**.



Consorzio Nazionale
per la raccolta,
il riciclo e il recupero
degli imballaggi
in plastica



Cosa cerca Corepla

Obiettivi: **proposte innovative nel riciclo degli imballaggi in plastica:**

- Nuove idee nella progettazione degli imballaggi in plastica;
 - Nuove applicazioni per le Materie Prime Seconde;
 - Nuove tecnologie di trasformazione delle MPS;
 - Soluzioni alternative al riciclo meccanico;
- Tecnologie innovative nella selezione della raccolta differenziata.

Co-finanziamento Universitario

L'Università Bicocca si riserva la facoltà di **co-finanziare**, senza alcun impegno nei confronti dei proponenti, i progetti che **raggiungano almeno il 50 % dell'obiettivo** di raccolta per l'importo residuale mancante a fine campagna per raggiungere il 100 %.

Per i progetti che dovessero raggiungere il 100 % dell'obiettivo di raccolta col solo crowdfunding l'Ateneo potrà valutare l'erogazione di un **"bonus"**.

Criteri di selezione e step successivi

Criteri di selezione

Le domande presentate verranno selezionate da una commissione di valutazione appositamente costituita e nominata con decreto Rettorale.

Tutte le domande ammissibili saranno valutate attribuendo un **punteggio compreso tra 0 e 100** sulla base di determinati criteri.



Criteria di selezione

| CRITERIO | PUNTEGGIO |
|---|-----------|
| Contenuto del progetto e fattibilità | 0-30 |
| Scalabilità del progetto | 0-15 |
| Adeguatezza del team | 0-20 |
| Adeguatezza del budget | 0-20 |
| Precedenti esperienze di crowdfunding/ comunicazione/gestione social media | 0-15 |



Come verranno avvisati i vincitori

I vincitori verranno contattati entro 30 giorni dalla data di scadenza del bando (ma pensiamo anche molto prima). **Pubblicheremo una graduatoria di tutti** i progetti arrivati e contatteremo i progettisti selezionati.

È prevista la selezione di:

2 “Projects” (max. € 10.000)

3 “Small Projects” (max € 5.000)

Come verranno avvisati i vincitori

I soggetti proponenti ammessi verranno avvisati via email e dovranno **comunicare l'accettazione entro un termine massimo di 10 giorni** dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità scrivendo a ricerca@unimib.it

Workshop ed eventi per i selezionati

I progettisti selezionati verranno seguiti da un **campaign manager** messo a disposizione da Produzioni dal Basso che avrà il compito di seguirvi passo-passo nel caricamento della vostra campagna su Produzioni dal Basso e nel darvi consigli per una campagna efficace.



Workshop ed eventi per i selezionati

I progettisti selezionati avranno poi a disposizione una serie di incontri/momenti di contatto con il campaign manager:

- 2 incontri frontali;
- Disponibilità 3 ore al giorno (previo appuntamento) nella fascia oraria 15-18 via email o skype;
- Disponibilità 9 ore al giorno mediante **Live chat** su Produzioni dal Basso (festivi esclusi).

Modalità di crowdfunding

I progettisti selezionati caricheranno il progetto in piattaforma seguendo il modello “**tutto o niente**” per cui è possibile raccogliere donazioni sia con **PayPal** che con **Carta di Credito** (modalità pre-auth).

Le donazioni vengono accreditate solo se l’obiettivo, alla scadenza del progetto, viene raggiunto o superato (100% del goal). Viceversa non vi è alcuna movimentazione di denaro.

Account e verifiche anti-riciclaggio

Gli **strutturati** raccoglieranno fondi utilizzando l'account PayPal/Conto Corrente intestato all'Università.

I **non strutturati** raccoglieranno fondi utilizzando l'account PayPal/conto corrente **personale** per cui dovranno compiere le **procedure anti-riciclaggio** legate al sistema di pagamento utilizzato.

Zero Fee

I progettisti selezionati entreranno a far parte del Network “Bicocca Università del Crowdfunding” su Produzioni dal Basso e non dovranno pagare **alcuna fee alla piattaforma (esclusi i costi fissi sulle transazioni** dovuti al sistema di pagamento prescelto).

L’obiettivo di raccolta è al netto dei costi di transazione.

Per tutte le tariffe si prega di far riferimento alla pagina “come funziona” di Produzioni dal Basso.

Cofinanziamento

I progetti che riusciranno a raggiungere tramite la raccolta derivante dal crowdfunding il 50% del budget richiesto, verranno **co-finanziati dalle aziende partner** (oppure dall'Università) per **l'importo residuale** mancante a fine campagna per raggiungere il 100 %.

L'Ateneo per chi raggiungerà il 100% dell'obiettivo di raccolta potrà valutare l'erogazione di un **"bonus"**.

Rendicontazione



Tutti i soggetti elencati alle lettere A) e B) sono tenuti a rendicontare le spese sostenute per la realizzazione del progetto finanziato.

Le varie fasi di sviluppo del progetto dovranno essere periodicamente rendicontate e descritte al referente del bando e il progetto dovrà vedere la sua completa realizzazione nel breve-medio periodo.



Comunicazione

L'Università di Milano-Bicocca e Produzioni dal Basso utilizzeranno i propri network di comunicazioni (sito web, comunicati stampa, social etc.) per supportare la promozione delle campagne di crowdfunding dei progetti selezionati.



Question time

29 ottobre 2019

Bicocca

Università del Crowdfunding

Workshop 2019



 **università
del crowdfunding**

V PROGRAMMA
VIRGILIO



Associazione Volontari Rotariani
per il tutoraggio a favore della
Neo Imprenditoria
e delle Start Up

PROFILO DEI TUTORI

- Attitudine di **imprenditori**
- Manager
- Professionisti
- Mentalità di **produzione di valore**: bene o servizio
- Richiede una disponibilità modesta ma **puntuale**
- Richiede pazienza flessibilità ed umiltà

MISSIONE DEL TUTORE VS IL NEO IMPRENDITORE

- Trasferire **l'esperienza** di management:
organizzazione, persone, costi /ricavi, profitto
- Trasmettere il senso del **risultato economico**



IL PATRIMONIO DEL PROGRAMMA VIRGILIO

- Il **patrimonio** del Programma Virgilio sta nel **corpo** dei soci tutori volontari
- Le esperienze e le qualità professionali dei soci tutori sono **risorse** ineguagliabili in questo tipo di volontariato

LA MAPPA DELLE COMPETENZE – 2041/42

PROGRAMMA VIRGILIO

GRIGLIA COMPETENZE DEI TUTORI - REV. 01/06/2017

| N° | SETTORE | X COMPETENZA GENERALE | Y COMPETENZA SPECIFICA | A IMPRENDITORE PARTNER | B EXECUTIVE MGMT | C CONSULENTE | D LIBERA PROF | E DOCENTE |
|----|---------------|-----------------------------------|------------------------------|--|------------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| 1 | ABBIGLIAMENTO | Callegari Boccardi Chieregatti | Campana Gerli Bramieri | Callegari Chieregatti | Callegari Campana | Gerli | Boccardi Bramieri | |
| 2 | ALIMENTARE | Ederle Carella | Santini Carella | Santini Giustinetti Carella Rebay-enologia | Ederle | Benedetti | | |
| 3 | ARCHITETTURA | | | | | | | |
| 47 | TERRITORIO | | | Maestri | | | | Maestri |
| 48 | TRASPORTI | Cesi Boccardi Chieregatti | Cesi | Cesi Villani Chieregatti | Cesi | Cesi | Cesi Boccardi | Cesi |

DOVE SIAMO: GLI ULTIMI DATI

MILANO 2041/2042

- Casi seguiti dal 1997 > 1088
- Tutori attivi 60
- Tutori che hanno fatto parte 150
- Richieste ultimi 12 mesi 2041 e 42 70
- Budget annuale Associazione (ord.) ca. 1500 €
- Ore dedicate ai neo imprenditori ca. 1500h/a

Distretti attivi: 2041, 2042, 2032, 2050, 2080, 2090

I TUTORATI



PROVENIENZE DEI TUTORATI

- Rotary e Rotaract
- www.programmavirgilio.org
- passa parola
- **convenzioni** attivate da PV 2041/42 con Istituzioni quali:



Non ci sono **selezioni** all'ingresso

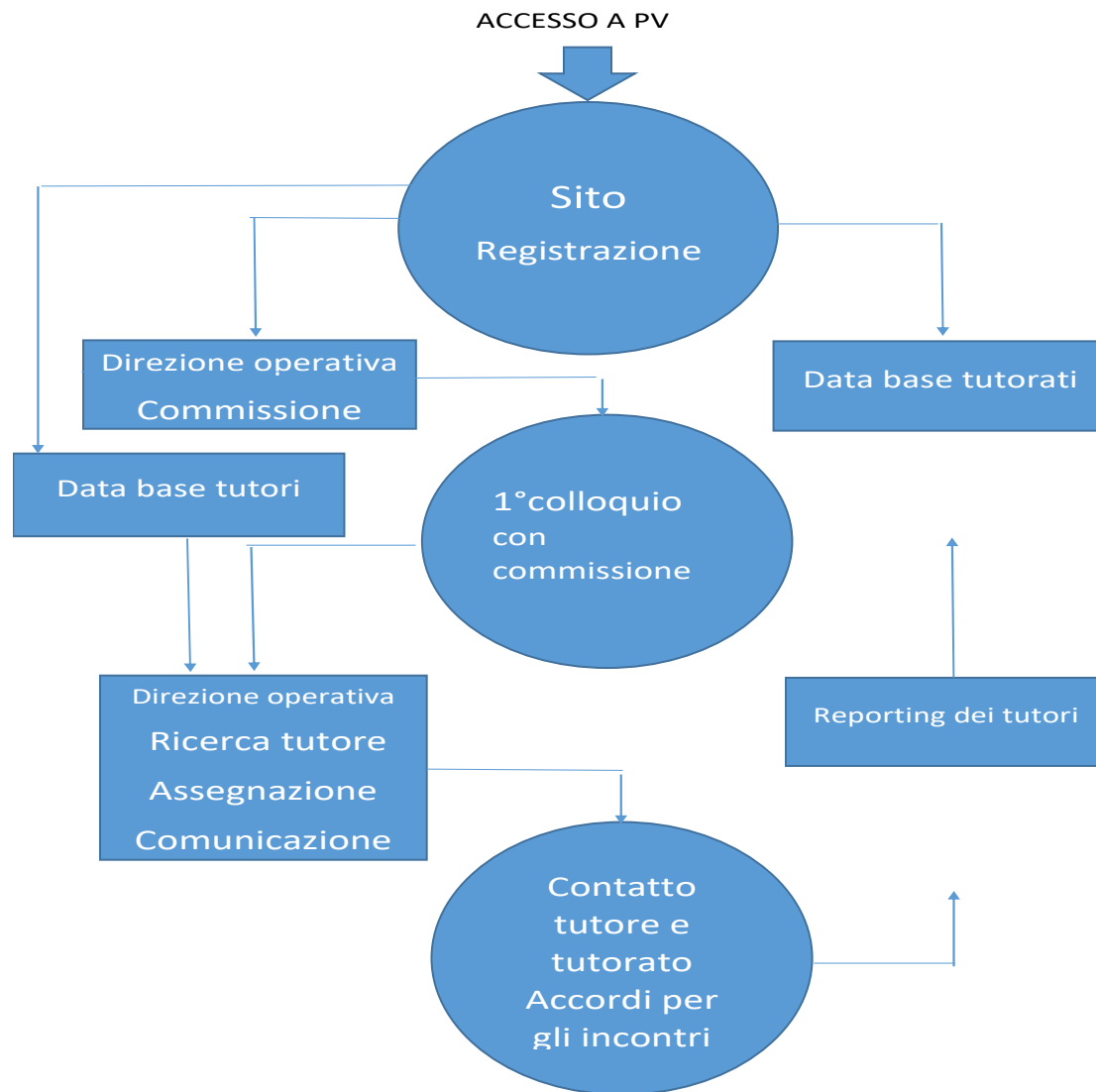
Tutti i richiedenti sono ammessi al **primo colloquio**



CARATTERISTICHE DEGLI ATTUALI CANDIDATI

- Istruzione media superiore o universitaria
- Necessitano di apprendere:
 1. il concetto di impresa
 2. i fondamentali economici
 3. le regole del mercato
 4. gli schemi organizzativi appropriati
 5. come passare da Inventori ad Imprenditori
- Hanno scarsa disponibilità di capitale e difficile accesso al credito
- Spesso sono impegnati in altra attività

ACCESSO DI TUTORI E TUTORATI



Come compilare il form di richiesta

HOME PROGRAMMA VIRGILIO ▾ FORMAZIONE STORIE DI SUCCESSO REGISTRATI ▾ CONTATTI ITALIANO ▾

Richiedi Assistenza

Registrazione Tutorato – Comunica il tuo progetto!

Richiedi assistenza: Registra ora il tuo progetto e trova il Tutor adatto a te all'interno del Programma Virgilio!

Il tuo nome *

Luigi

Il tuo cognome *

Di Pace

La tua email *

luigi.dipace@unimib.it

Il tuo telefono *

0264486028

Il tuo anno di nascita *

1971

La tua città di nascita *

Salerno

Il tuo indirizzo *

viale dell'Innovazione 10

Indica la tua città e provincia

Il tuo titolo di studio *

Laurea

Numero CCIAA

Indicare Numero CCIAA se la società è già costituita

Settore *

BiUniCrowd

Indicare il settore di competenza e/o area di mercato

Hai un business plan

SI

Descrizione sintetica del tuo progetto e/o idea *

RISULTATI ED INSUCCESSI

- L'attività inizia col capitale iniziale, le risorse umane, i primi clienti
- Gli obiettivi sono scritti nel bilancio di previsione
- I risultati da perseguire sono i traguardi mensili ed annuali
- Il Programma Virgilio termina di massima al raggiungimento dell'equilibrio economico

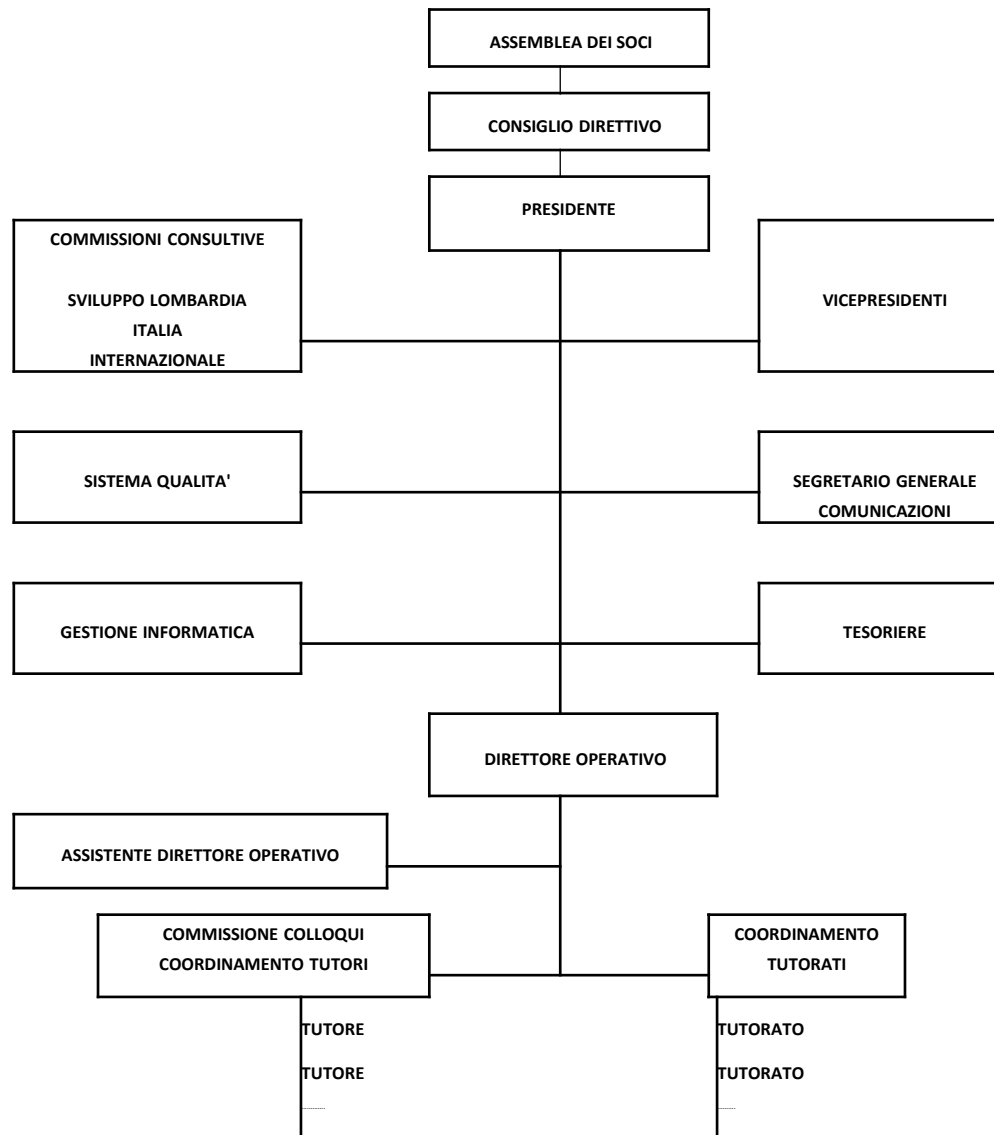
OPPURE

- Tutore e imprenditore constatano consensualmente l'opportunità di soprassedere o di cambiare verso un'idea più redditizia

CAUSE DI INSUCCESSO PIU' FREQUENTI

- Ridotta capacità imprenditoriale di impostare e governare il business
- Ipotesi ottimistiche e presunzioni statistiche sui ricavi
- Trovare i primi dieci clienti
- Incertezza dei margini lordi e netti nella simulazione
- Disponibilità di capitale di avviamento
- Disponibilità di risorse umane
- Esperienza del candidato diversa dalle competenze necessarie per l'impresa

ORGANIGRAMMA 2041/2042



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

V PROGRAMMA
VIRGILIO



Grafica by Professional Coach