



 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 uno 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**.*



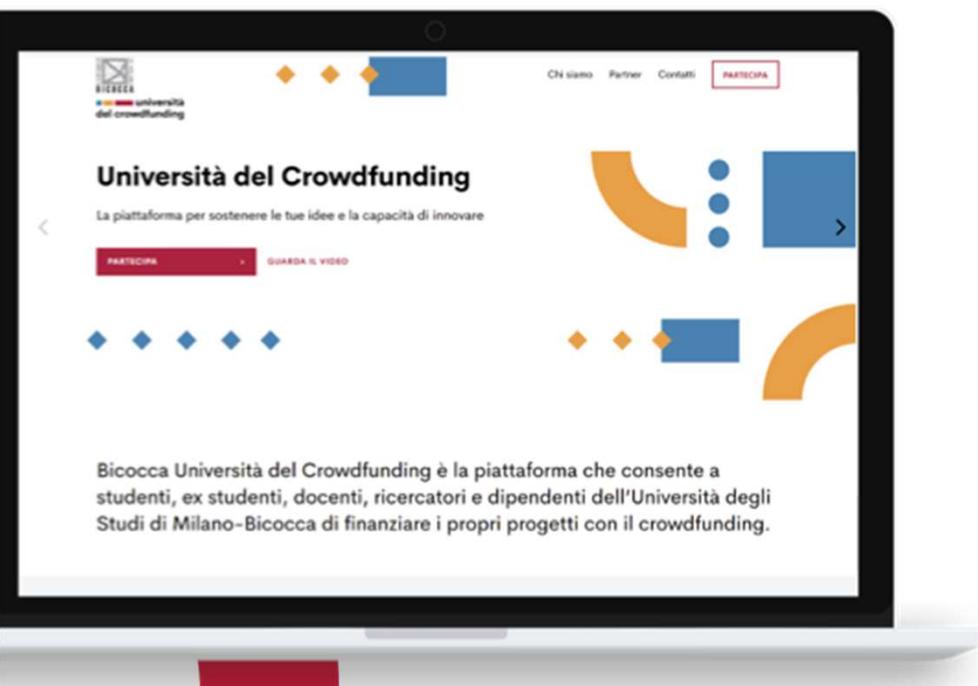
**Come candidare un progetto per partecipare al  
bando**

# Come candidare un progetto per partecipare al bando

Esclusivamente sul sito [unimib.produzionidalbasso.com](http://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 seguente 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 Secondarie;
  - 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"**.

# **Criteria 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/<br>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](mailto: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



**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<br>COMPETENZA<br>GENERALE       | Y<br>COMPETENZA<br>SPECIFICA | A<br>IMPRENDITORE<br>PARTNER                     | B<br>EXECUTIVE<br>MGMT | C<br>CONSULENTE | D<br>LIBERA PROF     | E<br>DOCENTE |
|----|---------------|-----------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------|------------------------|-----------------|----------------------|--------------|
| 1  | ABBIGLIAMENTO | Callegari Boccardi<br>Chieregatti | Campana Gerli<br>Bramieri    | Callegari Chieregatti                            | Callegari Campana      | Gerli           | Boccardi<br>Bramieri |              |
| 2  | ALIMENTARE    | Ederle Carella                    | Santini Carella              | Santini Giustinetti<br>Carella<br>Rebay-enologia | Ederle                 | Benedetti       |                      |              |
| 3  | ARCHITETTURA  |                                   |                              |                                                  |                        |                 |                      |              |
| 47 | TERRITORIO    |                                   |                              | Maestri                                          |                        |                 |                      | Maestri      |
| 48 | TRASPORTI     | Cesi Boccardi<br>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](http://www.programmavirgilio.org)
- passa parola
- **convenzioni** attivate da PV 2041/42 con Istituzioni quali:



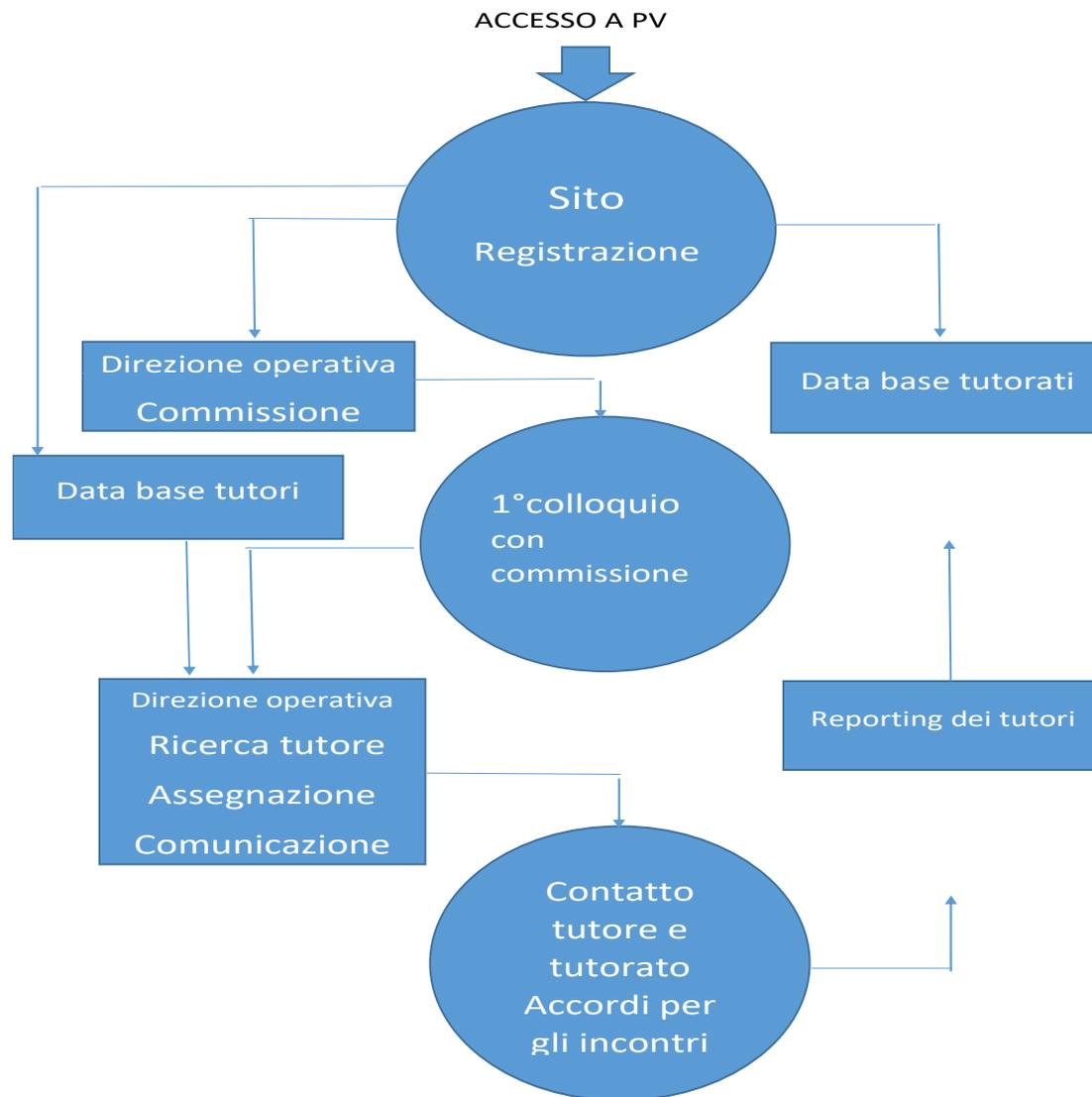
Non ci sono **selezioni** all'ingresso

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

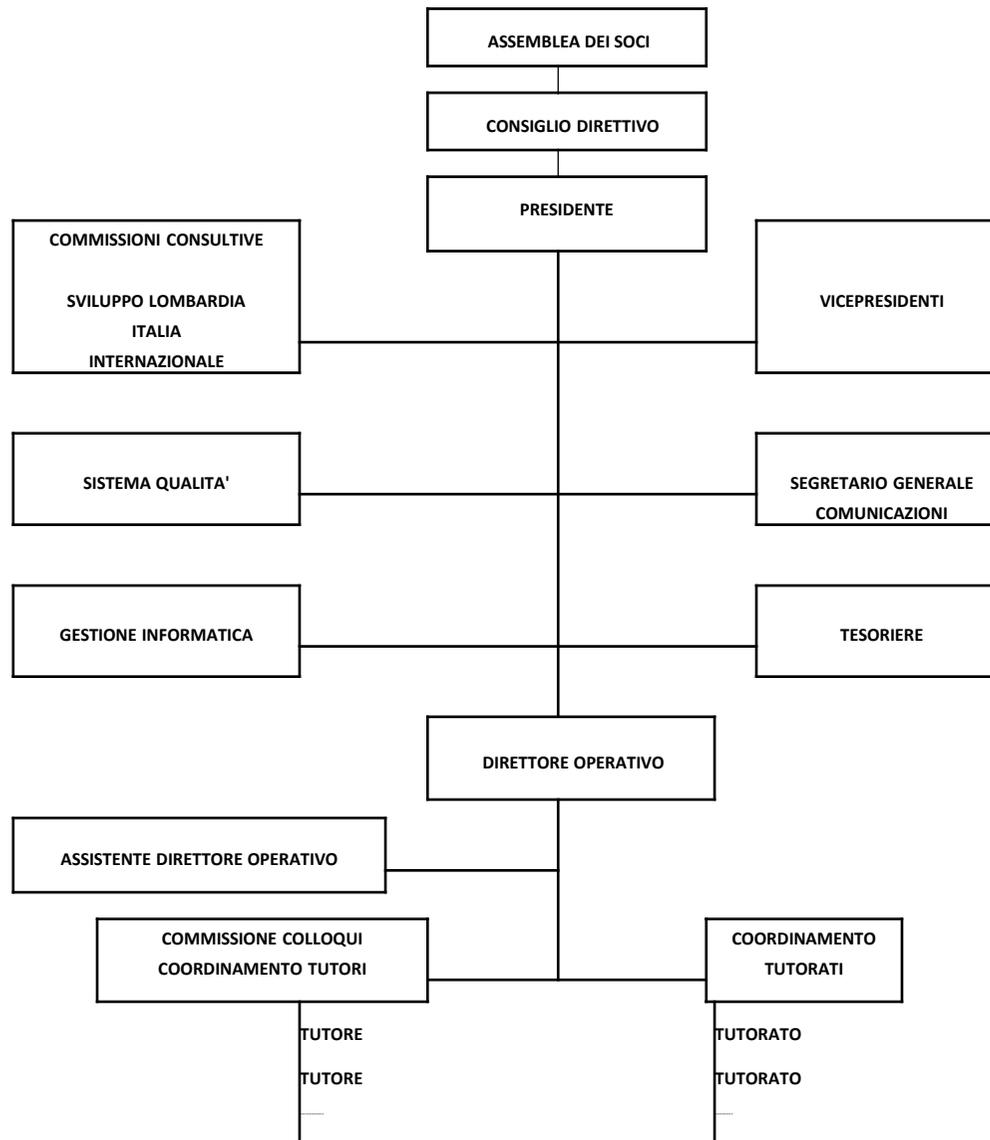
## OPPURE

- 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