



 università  
del crowdfunding

# Bicocca

## Università del Crowdfunding





# Indice

Cos'è l'Università del Crowdfunding	04
Cosa sapere prima di iniziare una campagna	05
Il bando	07
Caricare il progetto in piattaforma	13
Gestire e comunicare la campagna	17
Assistenza	19
Contatti	20

# Cos'è l'Università del Crowdfunding

Avviato nel 2018 il Programma Bicocca Università del Crowdfunding è il primo crowdfunding universitario aperto a tutte le componenti accademiche: dai docenti ai ricercatori, dagli studenti agli ex studenti e al personale tecnico e amministrativo. Ed è anche il primo programma di crowdfunding universitario che adotta le vere "regole del gioco" del finanziamento dal basso:

- campagne di raccolta con durata dai 45 ai 60 giorni
- modalità di raccolta "tutto o niente"
- ricompense per i donatori

#BiUniCrowd, questo l'hashtag social del Programma, ha lo scopo di introdurre in Ateneo una modalità di finanziamento alternativa e complementare ai tradizionali grant e bandi, offrendo al tempo stesso l'opportunità di misurarsi con il mercato attraverso la gestione delle campagne, incrementare il senso e l'attitudine all'imprenditorialità e attivare un nuovo strumento di collaborazione con le imprese, ampliando le opportunità di accesso a ricerca e sviluppo.

L'idea è nata all'Area della Ricerca dell'Università di Milano-Bicocca e si è affiancata ai molti altri progetti intrapresi nel corso degli anni per rafforzare i rapporti tra università e mercato.

La prima call, lanciata a ottobre 2018, ha ottenuto ben 41 proposte progettuali arrivate dalla comunità di Ateneo.

# Cosa sapere prima di iniziare una campagna

## COS'È LA SHARING ECONOMY

Il termine ha origine nel 1978 e fu coniato da Marcus Felson e Joe. L. Spaeth nel loro articolo "Community Structure and Collaborative Consumption: A routine activity approach" pubblicato in *American Behavioral Scientist*.

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 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.

## 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 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, dall'aiuto in occasione di tragedie umanitarie al 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, sotto forma di bene o servizio.

In molti casi si contribuisce a un progetto di crowdfunding, non per avere qualcosa in cambio, ma più frequentemente per sentirsi parte e partecipi del successo della realizzazione di quell'idea. La partecipazione a un progetto di crowdfunding non è solo una partecipazione economica in senso stretto, ma è anche una partecipazione "emotiva".



Università degli Studi di Milano Bicocca  
Scienze Ambientali U1

# Il bando

## TEMI DEL BANDO

Con questo secondo bando l'Università di Milano-Bicocca intende sostenere 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.

## INFORMAZIONI DI BASE SUL BANDO

I progetti selezionati saranno proposti ad aziende partner al fine di attivare forme di cofinanziamento finalizzate alla conclusione della campagna. I progetti selezionati saranno pubblicati nell'area "Bicocca Università del Crowdfunding" sulla piattaforma Produzioni dal Basso (<https://www.produzionidalbasso.com/network/di/bicocca-universita-del-crowdfunding>) per condurre campagne di crowdfunding reward based (basate su ricompense/riconoscimenti), finalizzate a raccogliere i fondi necessari alla realizzazione del progetto stesso.

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.

Sono previste due tipologie di progetto:

- 1) **"Small Projects"** con un obiettivo di raccolta massimo di 5.000 euro
- 2) **"Projects"** con un obiettivo di raccolta massimo

di 10.000 euro

La durata delle campagne di raccolta sarà stabilita, di volta in volta, in accordo tra il team di progetto e il Campaign Manager.

## SOGGETTI AMMISSIBILI

Possono presentare domanda e beneficiare delle agevolazioni previste nel presente bando i soggetti che, al momento della presentazione della domanda relativa a un progetto, rientrano nelle seguenti categorie:

A) Docenti di ruolo, Ricercatori, Assegnisti di ricerca, Specializzandi, Dottorandi, Borsisti, Personale Tecnico-Amministrativo afferenti all'Università di Milano-Bicocca che abbiano un rapporto di lavoro in essere fino alla conclusione del progetto presentato. Se il team leader è un Dottorando, sarà necessario che nel team sia presente un docente/ricercatore o altro strutturato dell'Ateneo che possa assumere la titolarità del progetto contabile per la gestione dei fondi.

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.

I soggetti indicati al punto B, se selezionati, raccoglieranno fondi in piattaforma su proprio conto corrente. L'eventuale co-finanziamento transiterà dall'Università.

Oppure potranno partecipare sotto forma di Impresa già costituita con i seguenti requisiti:

- A) essere micro, piccola o media impresa così come definita dal Regolamento (CE) n.800/2008 della Commissione Europea;
- B) essere iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio;
- C) essere in stato di regolare attività e non trovarsi in stato di difficoltà ai sensi degli orientamenti comunitari sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese in difficoltà (GUUE C 244 del 1° ottobre 2004) e, in particolare, non trovarsi in stato di fallimento, di liquidazione (anche volontaria), di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente;
- D) avere assolto gli obblighi contributivi ed essere in regola con le normative sulla salute e sicurezza sul lavoro di cui al D.lgs. n. 81/2008 e successive modificazioni e integrazioni;
- E) non trovarsi in nessuna delle situazioni ostative relative agli aiuti di stato dichiarati incompatibili dalla Commissione europea (Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 - relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea agli aiuti "de minimis"). L'Università si riserva la facoltà di acquisire eventuali dichiarazioni relative agli aiuti "de minimis" in base agli articoli citati al presente punto.
- F) avere legali rappresentanti, amministratori (con o senza poteri di rappresentanza) e soci per i quali non sussistano cause di divieto, di decadenza, di sospensione previste dall'art. 10 L. 575/1965 (c.d. Disposizioni contro la mafia).

**G) avere tra i propri soci i soggetti indicati al paragrafo "Soggetti ammissibili", lettere A e B;**

## CONTRIBUTI E AGEVOLAZIONI

### Piattaforma dedicata

I progetti selezionati potranno effettuare le proprie campagne di raccolta in una sezione "Network" denominata "Bicocca Università del Crowdfunding" all'interno della piattaforma Produzioni dal Basso (produzionidalbasso.com)

### Supporto ai proponenti

In fase di presentazione della domanda i proponenti potranno ricevere assistenza nella preparazione del progetto nell'ambito delle attività organizzate da **iBicocca** ([www.ibicocca.it](http://www.ibicocca.it)) e accesso al servizio iHelp per ricevere una consulenza specifica nello sviluppo dell'idea. Inoltre, per tutti i proponenti interessati **Assolombarda** ([www.assolombarda.it](http://www.assolombarda.it)) organizza un workshop a carattere generale sui temi della redazione di un progetto e sulle basi per la preparazione del business plan. Il workshop si terrà nel pomeriggio del 23/10/2019 nella sede di Assolombarda in via Pantano 9 a Milano (Sala Meregalli). I posti disponibili sono 35, gli interessati a partecipare devono iscriversi al seguente link <https://unprogettovincente.eventbrite.it>

L'**Associazione Programma Virgilio del Rotary** nel periodo di apertura della seconda call Bicocca Università del Crowdfunding si rende disponibile a dedicare un incontro di tutoraggio mirato con i progettisti candidati a tale call che vogliono impostare un progetto o un'iniziativa economica produttiva e che ne facciano richiesta secondo le modalità e i termini indicati nel bando.

### Supporto

La Piattaforma Produzioni dal Basso metterà a disposizione un Campaign Manager che avrà il compito di **supportare i progettisti selezionati** nel setup e nella gestione della campagna e nella risoluzione di eventuali problemi tecnici. Nel dettaglio il supporto avverrà mediante:

### Workshop e incontri

- **1 incontro** durante il periodo di apertura della call (rivolto a tutti i proponenti);
- **2 incontri** con i progettisti selezionati.

### Attività di supporto per i selezionati

- 2 ore di skype call e 1 incontro presso l'Università per il setup dei singoli progetti selezionati;
- Disponibilità 3 ore al giorno nella fascia oraria



15/18 via email o skype (previo appuntamento);  
- Disponibilità di assistenza tecnica durante le 9 ore al giorno di Livechat su Produzioni dal Basso (lu-ve, festivi esclusi).

### **Zero Fee**

I progettisti raccoglieranno contributi per le proprie campagne di crowdfunding senza il pagamento di alcuna fee alla piattaforma (esclusi i costi fissi sulle transazioni dovuti al sistema di pagamento prescelto).

### **Cofinanziamento aziendale**

I progetti che riusciranno a raggiungere tramite la raccolta derivante dal crowdfunding il 50% del budget richiesto (al lordo dei costi di transazione), verranno co-finanziati per il restante 50% dalle aziende partner.

Tale cofinanziamento si intende come il 50% dell'obiettivo di raccolta fissato in piattaforma, dunque 2.500 euro per gli "Small Projects" e 5.000 euro per i "Projects". Tali limiti di cofinanziamento restano validi anche se la campagna di crowdfunding dovesse ricevere un finanziamento superiore all'obiettivo iniziale di raccolta (overfunding). Nel caso di mancata individuazione e adesione alla campagna del partner aziendale l'Università 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" il cui valore sarà determinato a conclusione della campagna.

### **Comunicazione e promozione**

L'Università di Milano-Bicocca e Produzioni dal Basso utilizzeranno i propri network di comunicazione (sito web, comunicati stampa,

social etc.) per supportare la promozione delle campagne di crowdfunding dei progetti selezionati.

## **MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE E DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA**

I progetti possono essere presentati da un singolo proponente oppure in modo congiunto da più proponenti riuniti in team. In questo caso il team deve individuare al proprio interno un singolo soggetto che presenterà la domanda e ne sarà unico referente.

Ogni soggetto proponente può presentare **un solo progetto** singolarmente o congiuntamente ad altri soggetti.

Gli elementi obbligatori per la presentazione del progetto sono:

1. Progetto con relativo budget;
2. Link al profilo LinkedIn del proponente e degli eventuali ulteriori soggetti coinvolti nel progetto (opzione preferibile). In alternativa, curriculum vitae (da caricare sotto forma di allegato);
3. Copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità del solo proponente della proposta progettuale (da caricare sotto forma di allegato).

Le domande dovranno essere compilate e presentate unicamente mediante l'apposito form presente sul sito [unimib.produzionidalbasso.com](http://unimib.produzionidalbasso.com) **entro i tempi stabiliti dal bando in corso.**

Le domande ricevute oltre tale scadenza saranno considerate non ammissibili.

## **OBBLIGHI DEI PROPONENTI SELEZIONATI**

### **Conto corrente**

Tutti i soggetti proponenti di cui al punto 2, lett. B) dovranno avere o aprire un conto

corrente personale su cui verranno accreditati il finanziamento e l'eventuale cofinanziamento derivanti dalla campagna di crowdfunding.

### **Esposizione del logo/brand**

Per l'intero periodo della durata del progetto i soggetti che si aggiudicheranno il contributo si dovranno impegnare a dare visibilità al logo "Bicocca Università del Crowdfunding/Università di Milano-Bicocca" in occasione di tutte le circostanze di visibilità pubblica e comunicazione d'immagine (giornali, convegni etc.), comprese tutte le forme di comunicazione digitale (es. sito web d'impresa o di progetto, social network, blog, forum etc.); sono altresì tenuti ad apporre su richiesta del responsabile del procedimento la dicitura "con il contributo di nome azienda". Nel caso in cui gli obblighi di esposizione di logo e brand non vengano rispettati, l'Università di Milano-Bicocca applicherà una penale fino al 10% del finanziamento totale raccolto.

### **Rendicontazione**

Tutti i soggetti elencati alle lettere A) e B) del punto 2 sono tenuti a rendicontare le spese sostenute per la realizzazione del progetto finanziato. Le modalità di rendicontazione sono definite nell'Atto di impegno che sarà sottoscritto dai progettisti a conclusione della campagna di raccolta fondi e disciplinerà anche tempi e modalità di utilizzo dell'eventuale cofinanziamento aziendale o di Ateneo.

I suddetti dati saranno trattati con le sole finalità di monitorare l'effettivo utilizzo delle risorse per le finalità dichiarate e l'impatto economico e sociale dell'iniziativa e saranno gestiti nel rispetto della normativa vigente in tema di privacy.

### **CRITERI DI VALUTAZIONE**

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

La procedura di selezione avverrà in una singola fase. Tutte le domande ammissibili saranno valutate attribuendo un punteggio compreso tra 0 e 100 sulla base dei seguenti criteri:

- Contenuto del progetto e fattibilità [max 30 p.ti]
- Scalabilità del progetto [max 15 p.ti]
- Adeguatezza del team [max 20 p.ti]
- Adeguatezza del budget [max 20 p.ti]
- Precedenti esperienze di crowdfunding/ comunicazione/ gestione social media [max 15 p.ti]

Durante la fase di valutazione la Commissione potrà richiedere un colloquio di approfondimento con i proponenti per approfondire eventuali elementi della proposta, al fine di una più corretta e completa valutazione.

Entro 30 giorni dalla data di chiusura del bando la Commissione a proprio **insindacabile giudizio** definirà i vincitori e stilerà la graduatoria sulla base dei punteggi attribuiti dalla Commissione esaminatrice. In tale graduatoria saranno altresì indicati i progetti ammessi e non ammessi: **è prevista la selezione di 2 "project" e 3 "small project"**.

Nel caso di progetti collocati in graduatoria nella medesima posizione, verrà utilizzato il criterio cronologico di presentazione della domanda, dando la precedenza alla domanda presentata per prima.

A seguito dell'approvazione della graduatoria, l'Università di Milano-Bicocca procederà alla pubblicazione all'Albo. Tale graduatoria ha valore di notifica a tutti gli effetti di Legge. Inoltre ai soli soggetti ammessi e finanziati verrà data comunicazione via mail all'indirizzo indicato nel

form di presentazione.

I soggetti proponenti ammessi e finanziati dovranno comunicare l'accettazione entro un termine massimo di 30 giorni dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità: l'invio dell'accettazione dovrà avvenire tramite email all'indirizzo [ricerca@unimib.it](mailto:ricerca@unimib.it).

che i dati forniti dai partecipanti alla selezione sono trattati dall'Università di Milano-Bicocca esclusivamente per le finalità istituzionali connesse al presente Bando. Il titolare del trattamento è l'Università degli Studi di Milano-Bicocca - Responsabile del trattamento dei dati è Folkfunding S.r.l.

## **REVOCA DEL PROVVEDIMENTO DI SELEZIONE**

L'Amministrazione si riserva il diritto di revocare il provvedimento di selezione nei seguenti casi:

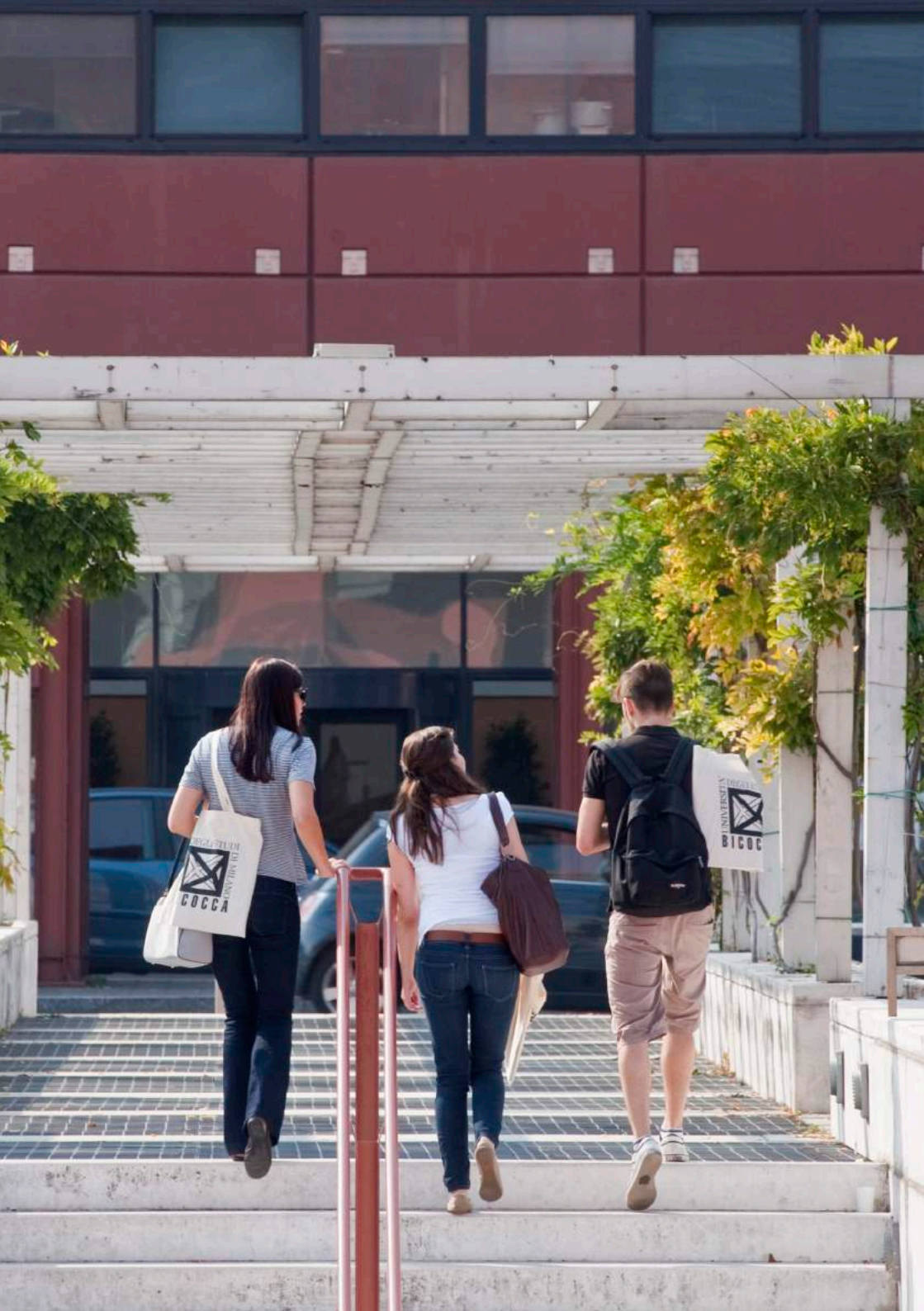
- Qualora il beneficiario non faccia pervenire l'accettazione dell'agevolazione entro i 30 giorni dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità al contributo;
- Qualora si accerti la presenza di documentazione incompleta o irregolare e il soggetto entro i termini di 7 giorni non proceda con integrazione della suddetta documentazione;
- Per fatti comunque imputabili al richiedente e non sanabili;
- Qualora risultino variazioni nei requisiti di ammissibilità non tempestivamente comunicate;
- Qualora vi sia grave inosservanza degli obblighi previsti dalla normativa vigente applicabile.

## **RESPONSABILITÀ INERENTE AL RILASCIO DI DICHIARAZIONI**

La sottoscrizione delle succitate dichiarazioni, da parte dei legali rappresentanti, non è SOGGETTA ad autenticazione, purché venga allegata copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità del firmatario, ai sensi dell'art. 38 del D.P.R. 445/2000.

## **TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

Ai sensi del regolamento UE 2016/679 si informa



# Caricare la campagna in piattaforma (solo dopo che siete stati selezionati)

Una volta che siete stati selezionati a partecipare alla fase di crowdfunding potrete finalmente caricare il vostro progetto sulla piattaforma.

Per prima cosa dovete registrarvi a Produzioni dal Basso. Per farlo andate su

**www.produzionidalbasso.com** e cliccate sul pulsante in alto a destra "ACCEDI" quindi "REGISTRATI" (N.B. vi verranno date istruzioni sul tipo di registrazione da effettuare).

Una volta che sarete loggati andate alla pagina:

**Carica un progetto** <https://www.produzionidalbasso.com/projects/new>

## Benvenuti nella pagina progetto!

La pagina progetto si compone di diversi campi da compilare:

**Titolo:** Scegliete un titolo breve, ma efficace. Siate incisivi ed esaustivi, usate poche parole, pensate che questo vostro titolo sarà il nome della vostra campagna.

**Autore:** Compilate questo campo con le indicazioni di chi propone il progetto (es. il nome della tua associazione o i nomi dei membri del team).

**Categoria:** Scegliete una categoria per il vostro progetto.

**Timing:** Per timing intendiamo la data di fine campagna.

**Cover:** Inserite un video o un'immagine di copertina. Per il video è sufficiente copia-incollare l'url di YouTube o Vimeo: ricordatevi di lasciare la privacy del video su "libera" e di scegliere un buon fermo immagine (sarà la copertina del vostro progetto).

Se invece volete caricare un'immagine cliccate su "Inserisci un'immagine di copertina" e sceglietela tra le immagini del vostro computer. La dimensione consigliata è 623x370 px. In ogni caso consigliamo di non scegliere immagini "troppo rumorose" o con troppi testi.

Una volta che la visualizzate potete rimpicciolirla a vostro piacere. Quando vi convince cliccate su "ok" e la vedrete posizionata nel testo.

Per i più esperti è possibile editare il testo usando il linguaggio HTML, per farlo basta cliccare su "Sorgente".

*N.B. Il testo del progetto può essere modificato e integrato anche durante la campagna, quindi non preoccupatevi se vi siete accorti che manca qualcosa o volete aggiungere maggiori dettagli in seguito!*

**Contatti:** Le informazioni di contatto sono molto importanti: forniscono ulteriori dettagli su chi raccoglie i fondi. Se avete cambiato l'immagine del

profilo in automatico verrà assegnata al progetto, ma potete cambiarla e inserirne un'altra a vostra discrezione. Abbiate cura di completare tutti i campi: indirizzo web (se avete un sito), la mail con cui essere contattati per domande o altro inoltre il referente di progetto dovrebbe indicare anche almeno 1 profilo social personale (fb o twitter).

**Copertina.** Per il video è sufficiente copia-incollare l'url di YouTube o Vimeo: ricordatevi di lasciare la privacy del video su "libera" e di scegliere un buon fermo immagine (sarà la copertina del vostro progetto).  
Se invece volete caricare un'immagine cliccate su "Inserisci un'immagine di copertina" e sceglietela tra le immagini del vostro computer. La dimensione consigliata è 623x370 px. In ogni caso consigliamo di non scegliere immagini "troppo rumorose" o con troppi testi.

**Social:** I Social Network in una campagna di crowdfunding sono importantissimi, vi permettono di fare storytelling e di raccontare chi siete e cosa "state facendo" giorno per giorno. Per collegarli alla pagina progetto è sufficiente digitare il nome della propria pagina FB/account twitter (il nome account, quello dopo la @), dopo qualche secondo comparirà l'icona della vostra pagina e potrete selezionarla. Vi suggeriamo, qualora non abbiate una Fanpage, di crearne una legata al progetto.

**Testo:** Descrivete il vostro progetto o la vostra idea in modo sintetico e preciso. Pensate alle 5 W (Who? What? When? Where? Why?) e cercate di rispondere a tutte le domande. Siate chiari e non usate giri di parole. Nella parte iniziale del testo porteste scrivere 2 righe di incipit per chiarire subito quali sono gli obiettivi della campagna. Il testo può essere intervallato da immagini e diviso per paragrafi scegliendo tra gli stili disponibili nell'editor. Per inserire le immagini cliccate sul tasto "immagine", andate su "carica", sceglietela dal vostro Pc e cliccate "invia al server".

**Ricompense:** dovrete inserire obbligatoriamente almeno 1 ricompensa. qualcosa di simbolico (un grazie su facebook, il nome dei donatori sul sito o su un cartellone...) oppure un vero e proprio oggetto in pre-vendita, oppure ancora un invito a un evento o ancora una ricompensa "emotiva".  
Sbizzarritevi: le ricompense sono parte della comunicazione di una campagna di crowdfunding! Il valore lo decidete voi da un minimo di 3€. Ricordatevi di considerare eventuali costi di spedizione (che devono essere inclusi nel valore della ricompensa). Cliccate sul tasto + per aggiungere una nuova ricompensa.  
Se avete una disponibilità ridotta indicate quanti sono i pezzi disponibili; altrimenti lasciate il campo vuoto. In generale vi consigliamo di indicare un massimo di 5 ricompense diverse.

**File e media:** In questa sezione del sito potete caricare le PDF o immagini aggiuntive al progetto oppure altri video linkati direttamente da Youtube o Vimeo. Mediante l'apposito tasto, potete scegliere di rendere questi contenuti visibili solo ai vostri sostenitori. Ricordiamo che potete caricare infiniti video/contenuti caricati da YouTube/Vimeo, ma solamente 10 file PDF/JPG.

Se siete pronti per andare online (e i tempi del bando prevedono che possiate pubblicare il progetto) controllate nuovamente tutti i campi inseriti (ricontrollate la data di scadenza, max dopo 45 giorni) e cliccate su "**PUBBLICA**". La campagna sarà immediatamente online, potrà iniziare a raccogliere fondi e verrà generato lo short link condivisibile.

Se invece volete prendere altro tempo per fare delle modifiche, cliccate sul pulsante "**Salva**" e tornate a lavorare al vostro progetto più tardi.

Una volta che cliccherete su pubblica alcuni campi **non saranno più** modificabili in particolare:

- le ricompense (potrai aggiungerne di nuove, ma non modificare quelle esistenti);
- il timing di scadenza del progetto;

- l'url del progetto (che viene generato dal titolo);
- il budget.

**Ricordate di chiedere l'affiliazione al Network di "Bicocca Università del Crowdfunding",** mediante la funzione "Amministra e modifica" quindi "Network" oppure chiedendo supporto al campaign manager o al supporto in live chat.

## **SISTEMA DI PAGAMENTO DEL PROGETTO E COSTI**

Con la modalità "tutto o niente", è possibile raccogliere fondi sia con PayPal sia con Carte di Credito.

N.B. I fondi raccolti sono a vostra disposizione al netto delle commissioni dei sistemi di pagamento solo al raggiungimento dell'obiettivo di raccolta e allo scadere del timing di crowdfunding.

Per ogni dettaglio sui costi di transazione del sistema di pagamento di prega di far riferimento alla documentazione aggiornata sulla piattaforma <https://www.produzionidalbasso.com/info/how-it-works/>

N.B. Se necessario il campaign manager vi illustrerà quale account PayPal dovrete utilizzare.





# Gestire e comunicare la campagna

Quando pensate alla vostra campagna di crowdfunding, pensatela come se fosse **una campagna di comunicazione**.

Sarà importante che il progetto sia ben presentato e comunichi in modo chiaro (e immediato) cosa volete realizzare.

Per prima cosa quindi **presentatevi**: ricordate che state chiedendo alle persone di partecipare economicamente alla vostra idea. E' importante quindi che sappiano chi si occuperà di gestire i fondi, cosa acquirerete e come verrà gestito eventuale sur-plus di denaro raccolto. Se potete **realizzate un breve video**, non dev'essere qualcosa di necessariamente professionale, basta una ripresa fatta con il telefono e che "ci mettiate la faccia". Se non vuoi/non puoi realizzare un video, **carica un'immagine di copertina evocativa** e aggiungi, all'interno del testo, **l'immagine del "team" al completo** (se sei da solo, imposta una tua immagine nel campo "contatti").

**Scrivete un testo chiaro**, ma conciso, non perdetevi in giri di parole e andate dritto all'obiettivo del vostro progetto. Nel testo potrete inserire immagini o grafici per argomentare ancora meglio quello che state scrivendo. Scrivete un incipit in cui, in poche righe, sia chiaro qual è l'obiettivo della campagna.

Quando riceverete le donazioni, non dimenticatevi di ringraziare. **Ringraziate** sempre durante la campagna. Ogni piccolo o grande contributo è

sicuramente prezioso per il raggiungimento del vostro obiettivo. Su PDB i donatori possono donare minimo 1€, invogliali a fare anche micro-donazioni, "a regalarvi" un caffè al bar.

Nella sezione "amministra e modifica" del vostro progetto trovate gli indirizzi email delle persone che vi hanno sostenuto, in alternativa, un ringraziamento "collettivo" sui social sarà sicuramente gradito.

Se qualcuno lascia un commento sul progetto, ricordatevi di rispondere.

Se avete qualche comunicazione "generica" sul progetto potete usare il tasto "comunica" e inviare un'email a tutti i tuoi sostenitori (funzione molto utile anche per tenere aggiornati sugli sviluppi a progetto concluso).

Scegliete delle **ricompense speciali** per i vostri donatori: sorprendeteli con qualcosa di unico ed emotivo, qualcosa che li faccia sentire parte integrante del progetto, qualcosa che li invogli a fare una donazione (anche se non vi conoscono). Durante la campagna potrete aggiungere nuove ricompense, ma non potrete modificare quelle esistenti, quindi, prima di pubblicare il progetto, accertatevi di poter mantenere fede alle promesse che farete ai vostri donatori.

**Comunicare sempre**. Realizzate un "**piano media**" (ovvero fate un elenco di tutti i canali di comunicazione di cui disponete e dei relativi contenuti che andrete a condividere): avete una mailist o la possibilità di inviare una newsletter? dei canali social? indirizzarli o eventi in programma? Segnate tutto in un file excel ed assegnate, ad ogni giorno della settimana, la realizzazione di

un contenuto. La campagna di crowdfunding sarà breve. Dovrete usare tutti i 45 giorni per raggiungere, il più velocemente possibile, quante più persone riuscite.

Se vi servono strumenti per creare grafiche in modo veloce, potete usare ad esempio <http://canva.com/> oppure <https://spark.adobe.com>.  
Stupite i vostri follower con grafiche nuove e stimolanti. Potete raggiungere persone "nuove" attraverso piccole sponsorizzazioni sui social.

Se ancora non l'avete fatto, **create del materiale cartaceo** da distribuire fuori dall'Ateneo, nel quartiere, nei negozi. Non sottovalutate l'importanza del "cartaceo" e dell'offline.

**Tenete sempre d'occhio le statistiche** del vostro progetto e misurate i dati.

Su Produzioni dal Basso, avrete a disposizione un cruscotto di statistiche sempre aggiornato.  
Monitorate i dati e confrontateli (almeno) settimanalmente per misurare quali azioni hanno portato maggiori risultati.

Se avete **parenti o amici** che vorrebbero contribuire con una donazione, coinvolgeteli già da prima del lancio della campagna. Dovranno essere i primi a sostenere (economicamente) il progetto.  
La prima settimana di crowdfunding è fondamentale e serve a "rompere il ghiaccio" con potenziali donatori che non vi conoscono ancora.  
Se amici e parenti non possono contribuire economicamente, chiedetegli di supportarvi con la condivisione social sui loro canali.

**Siate creativi!**

# Assistenza

## SUPPORTO AI PROGETTISTI SELEZIONATI

Produzioni dal Basso metterà a disposizione un **Campaign Manager** che avrà il compito di supportare i progettisti selezionati nel setup e nella gestione della campagna e nella risoluzione di eventuali problemi tecnici. Nel dettaglio il supporto avverrà mediante:

### **Workshop e incontri**

- 2 incontri con i progettisti selezionati;
- 1 incontro durante il periodo di apertura della call (rivolto a tutti i proponenti).

### **Attività di supporto**

- 2 ore di skype call e 1 incontro presso l'Università per il setup dei singoli progetti selezionati;
- Disponibilità 3 ore al giorno nella fascia oraria 15/18 via email o skype (previo appuntamento);
- Disponibilità di supporto per problematiche o dubbi tecnici 9 ore al giorno mediante Livechat su Produzioni dal Basso.

# Contatti

## INFORMAZIONI SUL BANDO

Per informazioni sul bando è possibile contattare l'Area della Ricerca dell'Università di Milano-Bicocca all'indirizzo email [ricerca@unimib.it](mailto:ricerca@unimib.it) oppure al telefono 02. 64486028.

## INFORMAZIONI SULLA PIATTAFORMA DI CROWDFUNDING

Per informazioni su Produzioni dal Basso scrivere all'indirizzo [help@produzionidalbasso.com](mailto:help@produzionidalbasso.com).

Bicocca Università del Crowdfunding è un progetto realizzato dall'Area della Ricerca dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Responsabile del progetto - Luigi Di Pace ([luigi.dipace@unimib.it](mailto:luigi.dipace@unimib.it))

# Note





