

CROWDFUNDING – trovare denaro con i nuovi media

Testo: Fanni Dahinden, vitamina B e Maja Graf, vitamina B

Cos'è il crowdfunding?

Il crowdfunding (finanziamento collettivo) è il finanziamento di progetti da parte di gruppi di persone attraverso Internet. Il principio è semplice: mediante una piattaforma online e i social media, i promotori di un progetto raccolgono tutta una serie di piccoli importi presso una moltitudine di persone (“crowd”), da destinare al finanziamento del progetto (“funding”). I singoli contributi sono di piccola entità e dunque non incidono troppo sul budget dei sostenitori/delle sostenitrici. In cambio queste persone ricevono un piccolo riconoscimento sotto forma di un prodotto, un evento o un servizio.

Amici, conoscenti, ditte, benefattori ecc. hanno in tal modo la possibilità di seguire da vicino la realizzazione di un progetto e anche di parteciparvi attivamente. La comunicazione tra tutte le parti coinvolte avviene tramite una piattaforma di crowdfunding. Le piattaforme più diffuse in Svizzera sono <https://www.crowdify.net/> e www.wemakeit.ch. Queste piattaforme offrono sostegno e strumenti per pianificare, lanciare e pubblicizzare il progetto.

Le donazioni raccolte tramite il crowdfunding sono legate a uno scopo specifico, ossia possono essere usate solo per il progetto indicato nel bando.

Perché il crowdfunding è interessante per le associazioni?

- Gli/le aderenti a un'associazione sono la “crowd” perfetta: si conoscono reciprocamente e si identificano con l'associazione.
- Le associazioni e le federazioni hanno una bella storia da raccontare: un elemento determinante per il crowdfunding.
- Vengono coinvolti i soci: sfruttamento di un potenziale importante.
- I progetti che stanno a cuore all'associazione possono essere condivisi e seguiti da vicino: l'identificazione con l'associazione aumenta ulteriormente.
- C'è la possibilità di acquisire nuovi soci: il crowdfunding ha un effetto pubblico positivo.

A quali progetti dell'associazione si addice il crowdfunding?

Crowdfunding per singoli progetti: il crowdfunding può aiutare a finanziare un progetto ben definito. Esempi: il nuovo sito web dell'associazione, un evento per celebrare un anniversario, un campo estivo per adolescenti o l'infrastruttura per una nuova palestra.

Crowdfunding per eventi straordinari: un crowdfunding si lancia velocemente. Basta descrivere brevemente il progetto, fissare l'importo target e inviare le e-mail con il link al progetto. Esempi: organizzare un evento spontaneo, acquistare i biglietti del treno per il coro di migranti, finanziare la ricostruzione dopo un terremoto.

Crowdfunding come parte dell'attività dell'associazione: il crowdfunding può servire anche per versare denaro all'associazione. Tramite il crowdfunding i soci effettuano versamenti online, a complemento della tradizionale lettera con il bollettino di versamento. Esempi: un torneo annuale, finanziato dai soci in aggiunta alla quota sociale.

Consigli per il successo del crowdfunding

Chi conduce la campagna? Designare una persona – interna o vicina all'associazione – che sa usare i social media e che ha tempo e voglia di condurre la campagna. Può ad esempio essere un socio o anche un gruppo.

Qual è la piattaforma migliore per il nostro progetto? Confrontare le piattaforme di crowdfunding e scegliere quella che meglio si addice al progetto da finanziare. Domande importanti: la piattaforma offre tool di marketing, know-how, extra? Quali sono le spese da sostenere? È garantita la protezione dei dati?

Quali persone si raggiungono e in che modo? Prima del lancio stabilire chi si vuole raggiungere (gruppo target) e con quali canali – online e offline. Informare il gruppo target principale in merito al progetto già prima del lancio, affinché partecipi fin dall'inizio! I progetti che iniziano bene hanno più successo!

Una bella storia da raccontare è un fattore decisivo! Ogni progetto ha una storia: presentarla in un video, con fotografie e descrizioni. Una bella storia è semplice, chiara, breve, precisa...

Gadget: dare qualcosa in cambio! I sostenitori/le sostenitrici devono ricevere un piccolo regalo in segno di ringraziamento. Dovrà trattarsi di un tipo di riconoscimento che si addice all'associazione. Creare riconoscimenti specifici per ogni gruppo target, piccoli regali che risultino graditi.

“Clip it or leave it!” Un breve video accattivante, possibilmente divertente, è importante per il successo del finanziamento del progetto. Il video deve mostrare impegno e ent per il progetto. I progetti corredati da un video hanno più successo!

Stare sempre sul pezzo! Seguire sistematicamente la campagna. La campagna deve diventare una questione di cuore e un impegno totale. Intervenire spesso su tutti i canali,

parlando della campagna. Curare i contatti con i media e inviare e-mail regolari sono accorgimenti importanti.

Mantenere vivo l'interesse delle persone! Tenere informati i sostenitori/le sostenitrici sui progressi, condividere le storie di successo, ringraziare regolarmente. Le news danno nuovi impulsi!

Publicizzare il più possibile il progetto! Parlare della campagna con tutti, ogni volta che si presenta l'occasione – online e offline – con grande creatività, piacere e slancio. P.S.: non essere timidi!

Conclusione

Per avere successo il crowdfunding ha bisogno di

- sufficiente tempo, passione e costanza
- una buona preparazione, online e offline
- una bella storia
- un accattivante videoclip
- contropartite creative ed esclusive
- un lancio brillante

Piattaforme di crowdfunding

<https://www.crowdify.net/>

www.wemakeit.ch

www.ibelieveinyou.ch (per progetti in ambito sportivo)

<http://www.projektstarter.ch/>

www.gemeinsam-unterwegs.ch