



 **università
del crowdfunding**

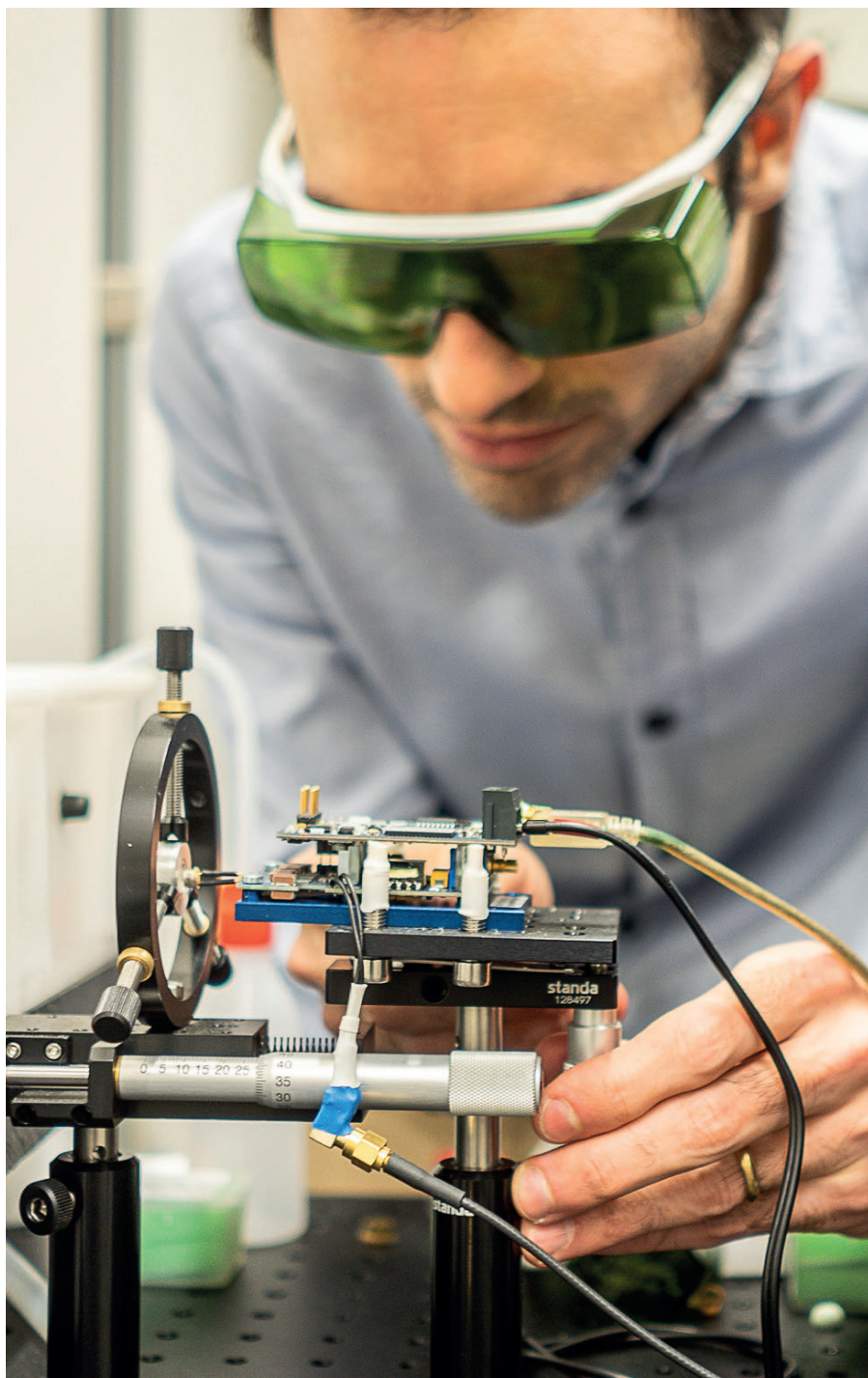
Bicocca Università del Crowdfunding

Guida all'uso











Indice

Cos'è l'Università del Crowdfunding	05
Cosa sapere prima di iniziare una campagna	06
Il bando	08
I partner	16
Caricare il progetto in piattaforma	22
Gestire e comunicare la campagna	26
Assistenza	28
Contatti	29





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'inserimento del crowdfunding tra i canali di finanziamento delle start-up e dei progetti di ricerca e sviluppo introduce l'uso dello schema misto di finanziamento basato su fondi pubblici e privati. Un modo sostanziale per la comunità dei ricercatori di lavorare applicando un approccio strategico basato sulla sostenibilità finanziaria all'ambito dell'innovazione.

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.



Nelle tre call lanciate sino ad oggi sono arrivati 112 progetti con una partecipazione trasversale che ha coinvolto docenti, ricercatori, assegnisti, dottorandi, studenti, alunni e dipendenti da quasi tutti i dipartimenti dell'Università Bicocca. Fino a oggi sono state lanciate 14 campagne, tutte concluse con il raggiungimento dell'obiettivo di raccolta o in overfunding, per un totale di circa 130.000 € raccolti e più di 1.500 donatori coinvolti. Le campagne hanno interessato diversi ambiti da quello sociale a quello tecnologico, fino ad arrivare a quello ambientale ma guidate sempre dalla stessa volontà: usare la conoscenza per incidere positivamente sulla società in un'ottica di innovazione aperta.



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".





Il bando

TEMI DEL BANDO

A questo bando hanno aderito:

il **Consorzio Corepla** che co-finanzierà un progetto tra quelli selezionati che abbia come tema il recupero e il riuso della plastica da imballaggi, con particolare riferimento alle plastiche di tipo tradizionale ottenute con polimeri di origine fossile;

Sorgenia S.p.A. che co-finanzierà un progetto tra quelli selezionati che abbia come tema la tracciabilità del legname utilizzato nelle centrali a biomasse per la produzione di energia da fonti rinnovabili. In particolare il progetto, attraverso blockchain o tecnologia analoga, dovrebbe fornire indicazioni dettagliate e facilmente consultabili su provenienza e tipologia di legname impiegato.

Fondazione di Comunità Milano che co-finanzierà un progetto tra quelli selezionati che dovesse avere come tema la cura e rigenerazione di beni comuni in ambito sociale, culturale e ambientale;

Fondazione Comunitaria Ticino Olona che co-finanzierà un progetto tra quelli selezionati che abbia come tema l'inclusione delle persone con disabilità, con riferimento al territorio del Legnanese, Castanese, Magentino e Abbiatense. In particolare, il progetto deve essere orientato alla promozione dell'inclusione sociale delle persone con disabilità favorendo occasioni di incontro, scambio e conoscenza con la cittadinanza;

Fondazione Comunitaria Nord Milano che co-finanzierà un progetto tra quelli selezionati che abbia come tema la sostenibilità ambientale in almeno uno dei seguenti ambiti:

- contenimento dei consumi energetici e di materiali adottando comportamenti individuali coerenti con l'applicazione di tecnologie innovative;
- mobilità sostenibile in contesto urbano, incentivando e facilitando per i cittadini l'utilizzo di mezzi di trasporto collettivi;
- rifiuti ed economia circolare, offrendo ai cittadini sistemi semplici per convertire il "rifiuto" in preziosa fonte per la comunità che lo produce;
- formazione e sensibilizzazione dei futuri cittadini, trovando soluzioni innovative per insegnare ai più piccoli cosa significa prendersi cura del Pianeta.

Il coinvolgimento delle realtà del terzo settore, delle scuole e di altri stakeholder del territorio in modo che le azioni diventino attività di socializzazione, condivisione e reale costruzione del senso di comunità, sarà considerato un plus in sede di



valutazione. L'area geografica di riferimento dei progetti è il Nord Milano, distinto in tre raggruppamenti socio-economici: il bollatese, il rhodense e il sestese.

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 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.

I progetti ammissibili possono avere un obiettivo di raccolta massimo di **10.000 euro**.

La durata delle campagne di raccolta è intorno ai 60 giorni, tuttavia 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 (<http://ibicocca.it/ihelp/sportello-ihelp/>) e accesso al servizio iHelp per ricevere una consulenza specifica nello sviluppo dell'idea.

Per tutti i proponenti interessati Assolombarda (www.assolombarda.it) organizza un webinar a carattere generale sui temi della redazione di un progetto e sulle basi per



la preparazione del business plan. Data e modalità di iscrizione al webinar saranno comunicate sul Network BiUniCrowd.

L'Associazione Programma Virgilio del Rotary nel periodo di apertura della quarta call Bicocca Università del Crowdfunding si rende disponibile a dedicare un incontro di tutoraggio mirato con i progettisti candidati a tale call che vogliano impostare un progetto o un'iniziativa economica produttiva. Il tutoraggio va richiesto compilando il form alla pagina <http://www.programmavirgilio.org/registrazione-tutorato/> e scrivendo "BiUniCrowd" nel campo "Settore" del form.

L'attività di tutoraggio si estende, se richiesta dai team dei progetti selezionati, anche alla fase successiva alla campagna di crowdfunding qualora vi sia interesse a dar vita a un'idea imprenditoriale.

Workshop e incontri

- 1 incontro durante il periodo di apertura della call (rivolto a tutti i proponenti);

Questo incontro potrebbe anche svolgersi in videoconferenza.

Supporto ai selezionati

Assistenza

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

- 2 incontri con i progettisti selezionati.

Questi incontri potrebbero anche svolgersi in videoconferenza.

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).

BancoPass Assolombarda

Nell'ambito dell'Accordo con l'Università di Milano-Bicocca, Assolombarda mette a disposizione dei soli progetti interessati a sviluppare un business plan, tra i cinque selezionati, l'accesso a BancoPass, lo strumento di pianificazione finanziaria per startup e aziende di piccole e medie dimensioni che permette un accesso più veloce alle fonti di finanziamento più adatte a rispondere alle esigenze individuate.



Il supporto di iBicocca si estende anche ai progetti selezionati e ammessi alla fase di crowdfunding che ne facciano richiesta e che abbiano come obiettivo la costituzione di una start-up.

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 massimo 5.000 euro. Tali limiti di cofinanziamento restano validi anche se la campagna di crowdfunding dovesse ricevere un finanziamento superiore all'obiettivo iniziale di raccolta (overfunding).

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 Network <https://www.produzionidalbasso.com/network/di/bicocca-universita-del-crowdfunding> 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. Si precisa che i fondi raccolti col crowdfunding e/o il cofinanziamento non possono essere utilizzati per il pagamento di prestazioni e servizi erogati dai soggetti proponenti il progetto. 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.

Tutte le domande ammissibili saranno valutate attribuendo un punteggio compreso tra 0 e 100 sulla base dei seguenti criteri:

- Chiarezza degli obiettivi e della proposta di valore [max 10 p.ti]
- Fattibilità e adeguatezza del budget [max 30 p.ti]
- Adeguatezza del team [max 15 p.ti]
- Adeguatezza del budget [max 20 p.ti]
- Precedenti esperienze di crowdfunding/ comunicazione/ gestione social media [max 25 p.ti]

Durante la fase di valutazione la Commissione potrà richiedere un colloquio di approfondimento con i proponenti dei progetti utilmente classificati, in caso di parità di punteggio, 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 5 progetti.

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 verrà data comunicazione via mail all'indirizzo indicato nel form di presentazione.

I soggetti proponenti ammessi dovranno comunicare l'accettazione entro un termine massimo di 10 giorni dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità: l'invio dell'accettazione dovrà avvenire tramite email all'indirizzo ricerca@unimib.it.



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 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.





I partner



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

Corepla è il Consorzio nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica.

Con più di 2.500 imprese consorziate della filiera del packaging in plastica (produttori di materia prima, produttori di imballaggi, utilizzatori che autoproducono i propri imballaggi, riciclatori) Corepla garantisce che gli imballaggi raccolti in modo differenziato siano avviati a riciclo e recupero con efficienza, efficacia ed economicità.

Il servizio di raccolta e riciclo è ormai capillare in tutto il Paese: sono 7.345 i Comuni serviti (92%) e 58.377.389 i cittadini coinvolti.

Il Consorzio riceve la raccolta differenziata dei rifiuti d'imballaggio in plastica effettuata dai Comuni, riconoscendo corrispettivi per i maggiori costi sostenuti; supporta i Comuni con strumenti di informazione ed educazione ai cittadini per migliorare la qualità della raccolta differenziata; assicura il corretto avvio a riciclo e recupero del materiale raccolto; coinvolge i cittadini e le imprese nell'obiettivo di prevenire la formazione dei rifiuti di imballaggio in plastica e ridurre l'impatto a fine vita.

Il valore economico direttamente distribuito dal Consorzio ammonta complessivamente a 760 milioni di euro.



Nata nel 1999, **Sorgenia** è la prima azienda privata non incumbent nel mercato libero dell'energia e uno dei principali operatori del settore grazie a un parco di generazione tra i più moderni ed efficienti in Italia, costituito da quattro impianti CCGT, sette impianti eolici, tre impianti di produzione da biomasse vegetali cui si aggiungono altri impianti CCGT e idroelettrici detenuti al 50%, per una potenza installata complessiva di oltre 4.700 MW.

La società basa la propria strategia su un modello flessibile di produzione e gestione dell'energia, per accelerare la transizione energetica del nostro Paese; nel corso del 2020 ha gestito un portafoglio di circa 5,5 TWh di energia elettrica e 4,6 milioni di metri cubi di gas naturale, fornendo luce e gas a oltre 400 mila clienti.

Innovazione, condivisione e sostenibilità sono le parole chiave che guidano il suo operato per realizzare sfidanti piani di sviluppo sia nella produzione a basso impatto ambientale, sia nell'offerta di nuove soluzioni per famiglie e imprese.



La **Fondazione di Comunità Milano** è un attivatore di capitale sociale, volto a contribuire alla crescita della comunità milanese, con una visione unitaria che valorizza le specificità della città e dei 56 comuni delle aree Sud Ovest, Sud Est e Adda Martesana: un bacino di oltre 2 milioni di cittadini e un territorio di circa 815 kmq. Dalla costituzione ha impresso alla propria azione un forte "orientamento al fare", avviando i Progetti Speciali, promossi e coordinati direttamente, e il primo bando "Bando 57" per rispondere ai bisogni espressi dal territorio.

Il progetto speciale *Gioco al Centro* prevede aree attrezzate con giochi accessibili nei 9 Municipi della città (realizzati 3 parchi, in corso i lavori per 2 nuove aree gioco); *AdAstra Project* è invece un percorso di alta formazione per l'inserimento lavorativo di giovani fragili (18 - 24 anni), in corso un'esperienza pilota nel settore food&beverage con i primi venti ragazzi.

"Bando 57", nel 2019, ha finanziato 95 progetti per complessivi 4,3 mln di euro. Un'importante dotazione di risorse a beneficio del territorio a sostegno di interventi utilità sociale. "Bando 57" 2020 ha una priorità: investire sulle persone; intervenire nelle situazioni di nuova marginalità e di disuguaglianza aggravate dall'emergenza sanitaria.

La specificità della Fondazione di Comunità ne fa il punto di riferimento della solidarietà e della partecipazione operosa di tutte le persone; l'obiettivo è far emergere il senso di comunità, accompagnando piccoli e grandi donatori - privati cittadini, imprese, enti, istituzioni - a dare il proprio contributo per migliorare la società nel suo insieme.



La **Fondazione Comunitaria del Ticino Olona** è un ente filantropico nato nel 2006 che copre i 53 comuni dell'area ovest della provincia di Milano suddivisi in quattro ambiti territoriali: Legnanese, Castanese, Magentino e Abbiatense. La fondazione ha un duplice ruolo:

- **sostenere gli enti del terzo settore** che si occupano di contrastare tutte le forme di fragilità sociale, restando attenti ai bisogni emergenti in ambito sociale, culturale e ambientale; particolare attenzione viene riservata al mondo giovanile, alla sua formazione e alla sua crescita;
- **essere uno strumento di intermediazione** tra i principali attori pubblici e privati di una Comunità per sostenere progetti significativi per lo sviluppo e il benessere della collettività.

La Fondazione Ticino Olona è una delle 16 **Fondazioni di Comunità** costituite per iniziativa della **Fondazione Cariplo** con lo scopo di promuovere la filantropia e stimolare lo sviluppo dei territori. La filantropia cui si fa riferimento è quella cosiddetta strategica che mira non solo a sanare fragilità e disagi ma anche a rimuoverne le cause.

Con la sua attività la Fondazione cerca in ogni momento di diffondere **la cultura del dono**: donare agli altri il nostro tempo, le nostre conoscenze, una parte di quello che guadagniamo è certo una delle cose più belle e più importanti che una persona possa fare: e il donare forse cambia la vita di chi riceve il dono ma certo cambia la vita del donatore.



Fondazione Comunitaria Nord Milano Onlus nasce il 21 ottobre 2006 nell'ambito del progetto "Fondazioni di Comunità" di Fondazione Cariplo.

Ci poniamo a servizio della collettività, nella logica del dono e della rete tra i soggetti sociali che la costituiscono: persone, famiglie, aziende, gruppi informali, ETS, organizzazioni non profit e istituzioni.

Costruiamo con i soggetti del welfare territoriale connessioni organizzative e operative stabili, per leggere in maniera condivisa i bisogni della comunità e incrementarne la sostenibilità, il benessere e la qualità della vita.

Operiamo nei 23 comuni del Nord Milano compresi negli ambiti territoriali di Sesto, Cinisello, Bollate e Rho.

Sosteniamo iniziative di utilità sociale realizzate dalle organizzazioni del territorio con lo strumento dei bandi o di interventi co-progettati.

DIVENTA PARTNER

Bicocca Università del Crowdfunding è un programma innovativo che sostiene la ricerca e le idee di giovani scienziati, studenti ed ex studenti dell'Università di Milano-Bicocca attraverso il contributo diretto delle persone e della società.

Le aziende possono partecipare cofinanziando i progetti selezionati che realizzeranno le campagne di raccolta fondi ed è possibile diventare partner inviando una manifestazione d'interesse. Il prossimo Avviso di Sponsorizzazione per i partner che vogliono aderire alla V Call sarà pubblicato sul sito

<https://www.unimib.it/ateneo/sponsorizzazioni>.

Sostenere Bicocca Università del Crowdfunding significa incontrare e conoscere nuovi talenti e nuove idee, ricevendo vantaggi e opportunità appositamente studiate per i nostri partner. L'adesione significa un impegno economico che, a seconda dell'obiettivo finanziario del progetto sostenuto, può arrivare al massimo a 7.000 euro più Iva. Oltre al ritorno di immagine, l'adesione comporta la possibilità per i partner di indicare nel bando il tema/ambito del progetto selezionato che sarà cofinanziato e avere una persona nella commissione che selezionerà i progetti.

Se sei interessato a entrare nel Programma BiUniCrowd come finanziatore contattaci: ricerca@unimib.it - tel. 02 6448 6028



Caricare il progetto in piattaforma

(solo dopo che siete stati selezionati)

PROCEDURA PER I NON STRUTTURATI

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

Per prima cosa dovreste 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 potreste 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 prevendita, 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 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.



PROCEDURA PER GLI STRUTTURATI

Gli strutturati utilizzano un account su Produzioni dal Basso intestato a Bicocca Università del Crowdfunding. Non dovranno compiere la verifica anti-riciclaggio e la raccolta fondi avverrà attraverso donazioni con carta di credito con i sistemi di pagamento della piattaforma.

Per amministrare e caricare la campagna verrà solamente richiesto loro di registrarsi a Produzioni dal Basso con una email che reso semplicemente co-autore della campagna.

SISTEMA DI PAGAMENTO DEL PROGETTO E COSTI

Con la modalità "tutto o niente", è possibile raccogliere fondi sia con PayPal (solo i progettisti non strutturati) 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 si prega di far riferimento alla documentazione aggiornata sulla piattaforma
<https://www.produzionidalbasso.com/info/how-it-works/>

N.B. Per i non strutturati, se necessario il campaign manager vi illustrerà quale account PayPal dovrete utilizzare.

COME SI DONA SU BIUNICROWD

Donare per sostenere i progetti BiUniCrowd è **semplice** e **veloce**: i donatori potranno fare una **donazione libera**, oppure scegliere tra le **ricompense** del progetto scelto.

Una volta scelto il progetto che si vuole sostenere, cliccare su "sostieni questo progetto" in alto a destra e scegliere tra le modalità di pagamento previste.

Successivamente dovrai inserire i dati richiesti per completare la donazione.

Le campagne di crowdfunding BiUniCrowd sono tutte in modalità **"tutto o niente"**, quindi il sistema **pre-autorizzerà** il pagamento e l'addebito effettivo avverrà **solo a scadenza** del progetto e solo se **avrà raggiunto l'obiettivo**.





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. È importante quindi che sappiano chi si occuperà di gestire i fondi, cosa acquisterete e come verrà gestito eventuale surplus 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€, invogliati 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.

Comunicate 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 mailing list 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 45/60 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).

Tali incontri, se necessario, potrebbero anche svolgersi online in modalità videoconferenza.

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 oppure al telefono 02. 64486028

INFORMAZIONI SULLA PIATTAFORMA DI CROWDFUNDING

Per informazioni su Produzioni dal Basso scrivere all'indirizzo 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)









 **università
del crowdfunding**

