

Unità didattica 2 – *Digitalizzazione e nuove forme di collaborazione intra/inter organizzative*

**Le nuove forme di
collaborazione nella sfera del
finanziamento**

Crowdfunding

Un meccanismo di
«**finanziamento collettivo**»,
non nuovo, sempre esistito,
ma innovato dalla
digitalizzazione



Un precedente importante: Joseph
Pulitzer, attraverso il quotidiano
New York World (1885), raccolta
fondi per il piedistallo della
Statua della Libertà

Con la digitalizzazione → meccanismi simili, ma cambia il «luogo» della raccolta di fondi e modalità/possibilità di comunicare e collaborare



(Inizialmente) contro l'intermediazione di banche e istituti di credito (le loro regole, le loro condizioni per il finanziamento, ecc.)



«Una soluzione **collaborativa** e **basata sul web** per assegnare denaro e risorse ai progetti di interesse, circumnavigando le imprese di servizi finanziari (...) un meccanismo democratico basato su Internet, che utilizza elementi di libero scambio e saggezza collaborativa, per mettere persone e comunità attorno a una causa comune»

«Una soluzione **collaborativa** e **basata sul web** per assegnare denaro e risorse ai progetti di interesse, circumnavigando le imprese di servizi finanziari (...) un meccanismo democratico basato su Internet, che utilizza elementi di libero scambio e saggezza collaborativa, per mettere persone e comunità attorno a una causa comune»

Nelle definizioni più diffuse all'inizio
evidente la critica al sistema finanziario

Nel caso delle ICC... Far fronte alla frammentazione, fragilità (*v. slides precedenti*) → sopperire a mancanza di risorse in realtà/contexti meno sviluppati

Elementi essenziali

Piattaforma
(online)
«luogo»

Community
(rete,
collettivo)
«folla»

Transazioni
finanziarie
(raccolta fondi)

Progetto

Dibattito, iniziativa, ecc.



EUROPEAN
CROWDFUNDING
NETWORK

ABOUT ▾

SERVICES ▾

EVENTS ▾

TRAINING ▾

LIBRARY ▾

MEMBER



Join CrowdTuesday: Intellectual Property a

Capturing Opportunities

9th ECN Crowdfunding Convention

15-17 December 2020

Online - 10.30 to 12.00 CET



Esempi

INDIEGOGO

Popular Projects



FUNDING



CrispX: So Crispy, You Can See It.

Next-generation air fryer + grill combo that makes healthy cooking crispier than ever.



FUNDING



Solo V2 - Safety Net Against Phishing

Security key to protect Gmail, Twitter, GitHub, OneDrive, improved NFC, water



FUNDING



Lomi: Turn Waste To Compost With A Single Button

Food waste is gross. It's time for a change.

KICKSTARTER

GAMMA: All-Season 100% Graphene Infused Heated Jacket

The complete high-performance heated jacket: Graphene-infused, lightweight, waterproof, breathable, durable, with 10 smart pockets!



1.085.607€

raccolti su un obiettivo di 4.174 €

3.960
sostenitori

29
giorni alla fine

Sostieni questo progetto

Promemoria

Tutto o niente. Questo progetto sarà finanziato solo se raggiungerà il suo obiettivo entro il ven 21 maggio 2021 22:06 CEST.

I meccanismi sottostanti

«folla» (inizialmente disconnessa) che si connette – tramite un «intermediario» - e fornisce risorse



- Una ricompensa non monetaria (reciprocità)
- Prodotti e servizi che verranno utilizzati
- Partecipazioni azionarie, pagamento interessi, ecc.

Digitalizzazione → possibilità (importante) di **superare i confini** della propria cerchia di riferimento/comunità

→ Possibilità di **contaminazione** con persone/comunità distanti geograficamente e socialmente



Possibilità di uscire
dalla «cerchia di
riferimento», dai
«legami forti»



Ridurre «razionalità
limitata» nelle
scelte, vincoli alle
decisioni

Ricordare due contributi teorici

Granovetter (1974) distingue due tipi di legami:

- ***legami forti*** (rapporti con familiari, parenti, amici intimi), ossia i legami più stretti, costanti, frequenti e connessi sentimentalmente
- ***legami deboli***, quelli meno costanti e frequenti e con un impatto emotivo minimo

Enfatizza «**la forza dei legami deboli**» (con riferimento alla possibilità di trovare occupazione) per la opportunità di accedere a informazioni molteplici

Simon Le **decisioni** che i soggetti prendono si basano sempre su criteri di **razionalità limitata**

Condizione universale...
Anche se migliorano
gli strumenti, le procedure
(che aiutano le decisioni)



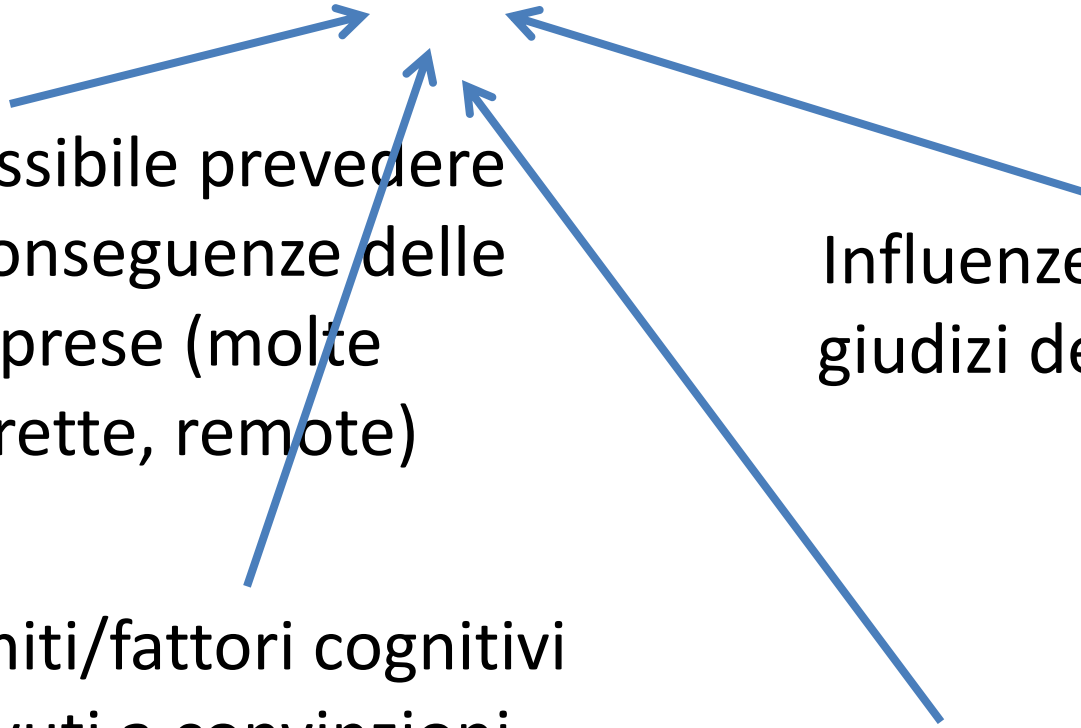
Razionalità limitata

Non è possibile prevedere tutte le conseguenze delle decisioni prese (molte sono indirette, remote)

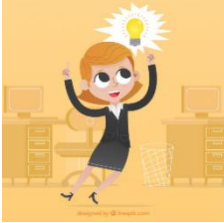
Limiti/fattori cognitivi dovuti a convinzioni, preferenze dell'individuo (restringono la gamma di soluzioni)

Influenze dell'ambiente, giudizi degli altri, ecc.

Limiti/fattori etici, culturali, emotivi, ecc.



I meccanismi sottostanti



Quelli **più vicini** al promotore del progetto (spesso familiari, amici)

Quelli **sensibili al progetto** (forti affinità con il promotore, condivisione di visioni, ideali, ecc.)

Base di riferimento

Quelli caratterizzati da una vicinanza geografica (abitanti dello stesso paese, città, ecc.)

Quelli che desiderano «far parte» della community

Quelli con scopi più strumentali (a volte acquirenti/ consumatori del prodotto)

Qualcosa in più...



Quelli **più vicini** al promotore del progetto (spesso familiari, amici)

Quelli **sensibili al progetto** (forti affinità con il promotore, condivisione di visioni, ideali, ecc.)

Base di riferimento

Non solo finanziamento ma anche partecipazione allo sviluppo

Quelli da cui si parte geografica (abitanti dello stesso paese, città, ecc.)

Quelli che desiderano «far parte» della community

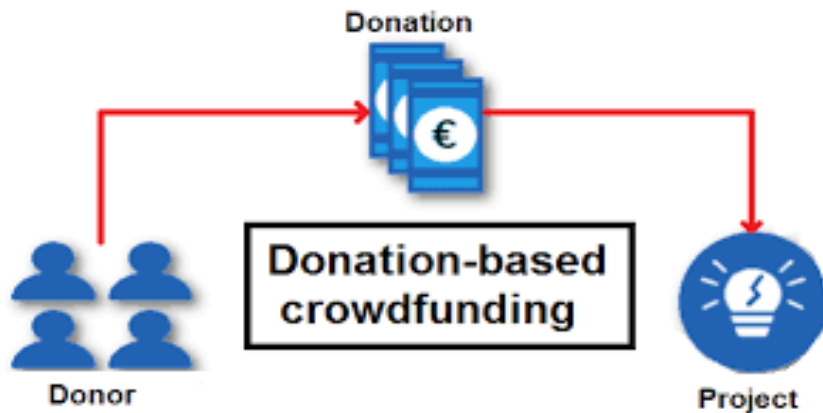
Quelli con scopi più strumentali (a volte acquirenti/ consumatori del prodotto)

All or nothing: si accettano i soldi se l'importo incassato è uguale/superiore all'obiettivo

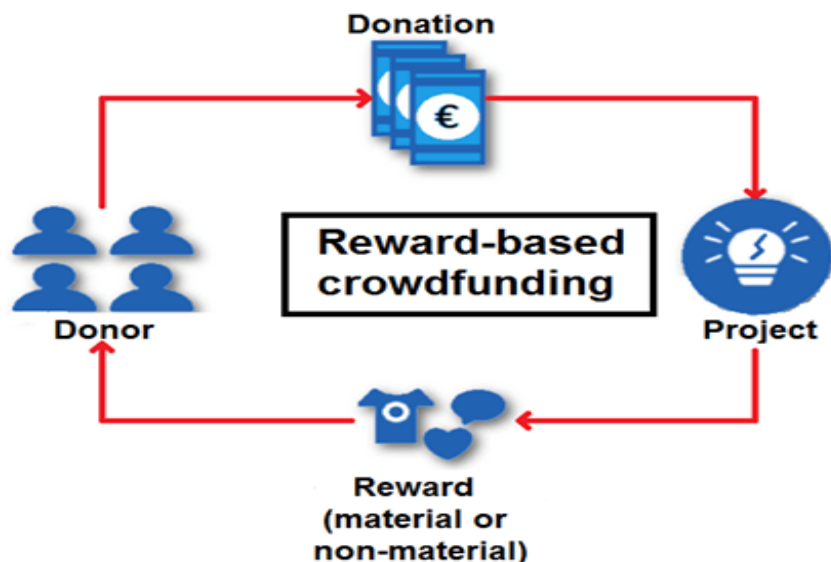
Keep it all, comunque non si restituiscono i soldi, anche se non si raggiunge l'obiettivo

Diversi modelli e forme di regolazione

Donation-based (donazione), non prevede alcuna ricompensa, se non simbolica; obiettivo sostenere lo sviluppo di un bene collettivo (ritenuto importante)

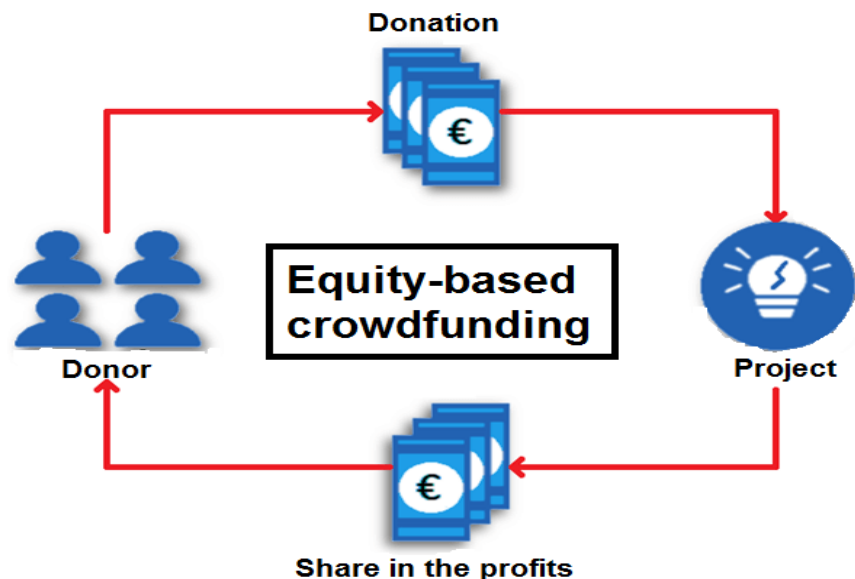


Reward-based (ricompensa), prevede una ricompensa, sulla base dell'importo investito nella campagna (a volte l'oggetto/servizio). Può trattarsi anche di forme di *pre-selling*, una sorta di pagamento anticipato

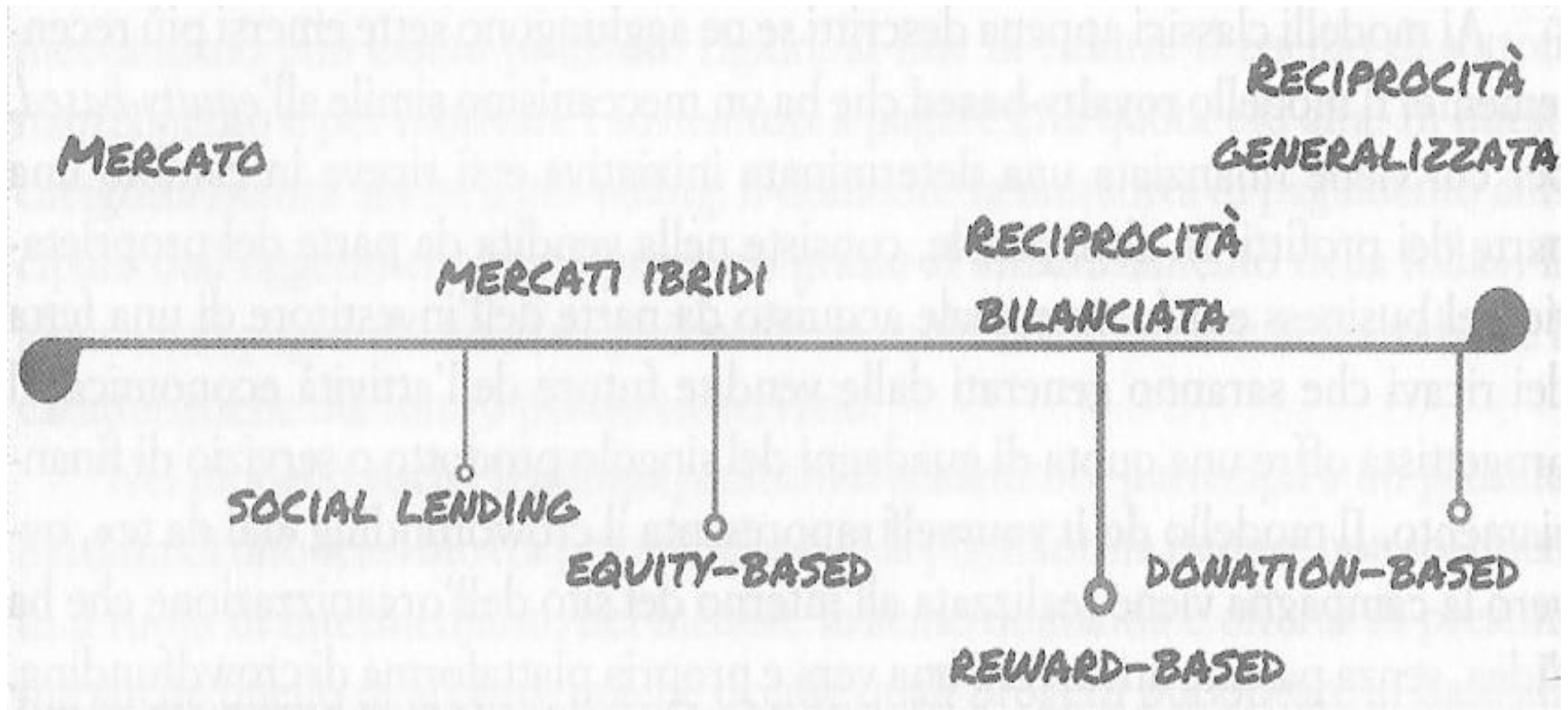


Social lending (prestito), sostenitore partecipa a un prestito, piattaforma come intermediario (tra domanda e offerta di prestiti), pagamento di quota di interessi (inferiore rispetto a quella degli istituti finanziari)

Equity-based (capitale di rischio), il sostenitore riceve quote azionarie, quote di profitto. Unico metodo di finanziamento collettivo regolamentato (variante *royalty-based*)



Regolazione



Alcune peculiarità in Italia (ma non solo)

Musicraiser

Musicraiser è la **piattaforma di Crowdfunding** made in Italy dedicata al mondo della musica, ideata e creata nel 2012 da **Giovanni Gulino**, della band Marta sui Tubi, insieme alla sua fidanzata (attualmente separata).

MusicRaiser nasce con lo scopo di trovare finanziamenti per tutti quegli artisti a causa della mancanza di fondi.

L'idea nasce in un momento in cui il web e la diffusione digitale di contenuti **discografici**, è l'epoca di Youtube, Spotify e delle canzoni scaricate, non casi e degli affezionati a questo supporto.

produzionidalbasso.



Esplora

Community

Come funziona

Crea una campagna

Accedi

Crowdfunding e innovazione sociale

Sostieni idee e progetti per la rigenerazione di territori e comunità

Naviga tra i progetti

Produzioni dal Basso | 334.176 utenti registrati | € 16.639.706 fondi raccolti

GINGER

COME FUNZIONA

HAI UN'IDEA?

PROGETTI

PARTNER

SERVIZI

CONTATTI



RACCONTA CON GLI
SDGS DELL'ONU
I VALORI DEL
TUO PROGETTO

L'IMPATTO DEL CROWDFUNDING
PER LA COMUNITÀ



I NOSTRI PARTNER
INVESTONO
NEL CROWDFUNDING,
INVESTONO
NEL TERRITORIO

Distribuzione territoriale → soprattutto regioni settentrionali e grandi città (con alcune eccezioni)

Specializzazione per prodotto delle piattaforme (arti, sviluppo locale, attività sociale, green economy, ecc.)

Importanza del **progettista** → conta la conoscenza (reputazione) del progettista, spesso più della prossimità geografica

Finanziatori soprattutto tra i più **giovani** (più frequenti tra i 25-34 anni e 35-44 anni)

Tasso di successo: intorno al 33%

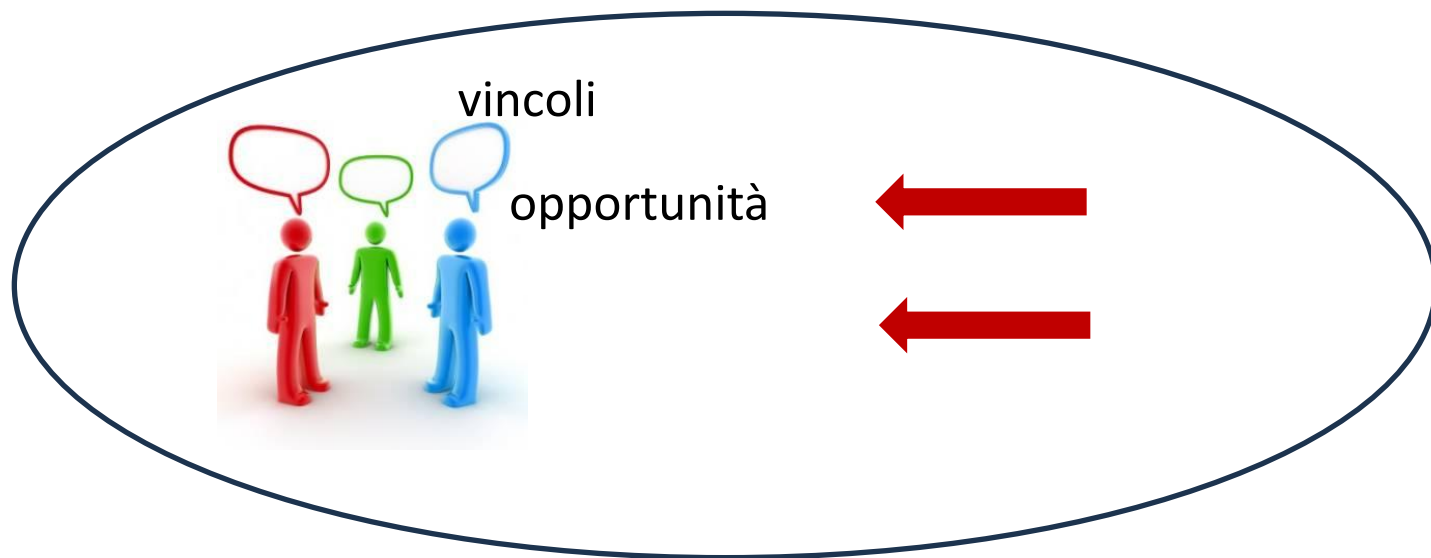
Importante la diffusione dell'equity-based crowdfunding
← importanza della regolazione?

Fattori da considerare: → conoscenza di tali metodi di
finanziamento (informazione),
fiducia nei sistemi di
pagamento digitale

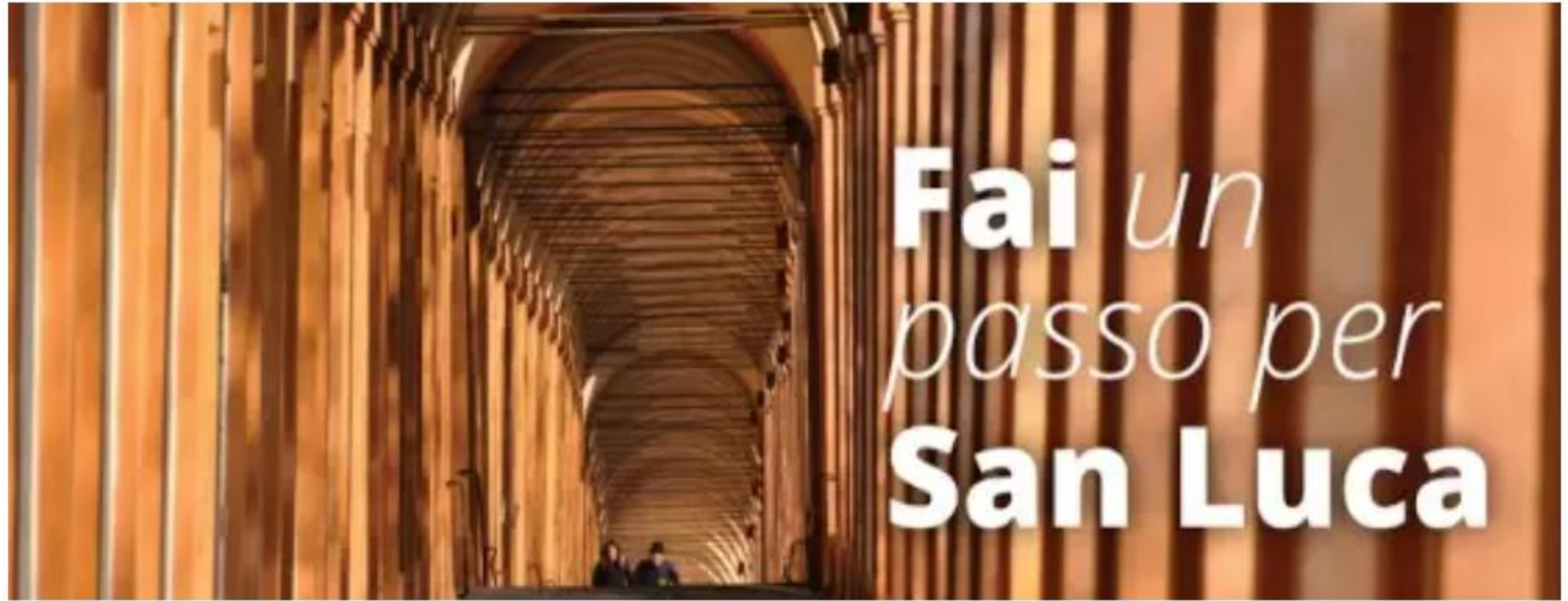
Importanza dell'integrazione tra metodi di finanziamento collettivi, «online» e «offline», nuovi/innovativi e tradizionali. Interazione tra metodi/piattaforme



Considerare sempre le influenze del contesto: fiducia/
opportunismo, capitale sociale, culture prevalenti,
tecnologie disponibili, ecc.



Un caso particolare



La campagna *Un passo per San Luca*

<https://www.unpassopersanluca.it/>

Crowdfunding civico

Una forma di co-finanziamento privato di beni pubblici, per beni accessibili da tutti i membri di una comunità (a prescindere dal loro contributo)

Leva su **legame affettivo** per il territorio,
senso di appartenenza, desiderio di valorizzare
un **bene collettivo**

Alcune caratteristiche

Iniziative «**geograficamente localizzate**»,
soprattutto persone/organizzazioni con legami
con il territorio

Solitamente il finanziamento si basa sul
meccanismo ***all or nothing*** e modello *donation-*
based o *reward-based*

Nella maggior parte dei casi **piccoli progetti**
(creazione aree verdi, spazi comuni, festival,
programmi educativi)

Realizzati con il coinvolgimento di **attori pubblici, associazioni, gruppi di cittadini** (es. residenti di un quartiere)



Per concludere...

Collaborazione per
innovazione



Collaborazione per
finanziamento

Innovazione sociale



Crowdfunding civico

Testi di riferimento

Ramella F. e Manzo C., *L'economia della collaborazione*, cap. 6