

StrateCrowd

Portfolio

1/Introduzione alle Best practices del Crowdfunding in Italia

Un Report pubblicato nel 2019 da Starteed mostra la crescita esponenziale del Crowdfunding in Italia tra il 2018 e il 2019 con +109% di incremento nel 2018 e +59% nel 2019 (Il Crowdfunding in Italia, Report 2019). Questo metodo alternativo di finanziamento è apparso circa 15 anni fa in Italia ma è solo negli ultimi anni che ha iniziato a raggiungere più persone e a crescere di conseguenza.

Questo è anche quello che notiamo facendo la ricerca delle best practices nel settore. E' stato abbastanza facile trovare esperienze di successo di campagne di Crowdfunding, ma è più difficile trovare una formazione al Crowdfunding adatta e strumenti di Crowdfunding esistenti.

Per quanto riguarda la formazione, non è facile trovare una formazione incentrata su questo particolare argomento. La maggior parte dei risultati che abbiamo trovato provengono da entità che collaborano con le piattaforme di crowdfunding o dalle stesse piattaforme di crowdfunding. Anche gli strumenti per aiutare le persone a costruire una campagna di crowdfunding di successo sono spesso forniti da queste ultime.

Abbiamo avuto la possibilità di intervistare un formatore di Crowdfunding e sembra che sempre più persone siano interessate al settore. All'inizio, soprattutto artisti e commercialisti. Qualche anno fa ha iniziato a raggiungere anche gli incubatori e i professionisti che lavorano per le organizzazioni non profit.

La maggior parte dei partecipanti ai corsi di Crowdfunding aveva più di 25 anni fino a 3 anni fa. È solo negli ultimi anni che i giovani hanno iniziato a prendere parte a questi corsi, anche per scopi professionali. Alcuni strumenti sono stati creati per raggiungere i più giovani, come SMARTUP. Quest'ultimo però non è focalizzato solo sul Crowdfunding ma più in generale su come sviluppare una start-up, questo include lo studio degli aspetti finanziari tra cui il finanziamento alternativo, utilizzando gli Advanced Reflective Tools.

Come abbiamo notato durante la nostra ricerca, ci sono molte campagne di crowdfunding di successo che sono state intraprese. Tuttavia, all'Italia mancano più formazioni focalizzate su questo particolare argomento e facilmente accessibili per raggiungere più giovani e sviluppare la loro consapevolezza sul crowdfunding, condividere con loro esperienze di successo, e sviluppare strumenti per aiutare loro ad essere in grado di sviluppare una campagna di crowdfunding di successo. Tutto questo per far capire ai giovani che il Crowdfunding è uno strumento finanziario che i nuovi imprenditori devono prendere in considerazione, e che a volte può rivelarsi più adeguato rispetto ai fondi più tradizionali (es. Il Festival del Giornalismo di Perugia).

2/Buone pratiche

Formazione sul crowdfunding Migliori pratiche sulla formazione esistente per il crowdfunding

1 - A Scuola di CrowdFunding

Informazioni generali:	
1. Nome della pratica	A Scuola di CrowdFunding
2. Organizzazione e paese	School Raising, Italia
3. Gruppo di allievi / Gruppo target / Gruppo di partecipanti	
età	studenti da 15 a 19 anni insegnanti da 30 a 50 nuovi imprenditori da 18 a 60
ramo generale/specifico	civico / comuni
studenti / insegnanti VET / dipendenti ...	studenti, insegnanti, nuovi imprenditori
4. Contesto / Ambiente di apprendimento	
educazione formale o non formale	Educazione non formale
5. Necessità di essere coperti dalla buona pratica	Come co-progettare una campagna di successo; attivare un processo di sviluppo delle idee;

6. Obiettivi di apprendimento	
Conoscenze?	Conoscenza di base del crowdfunding; cos'è e come funziona il crowdfunding; quali sono gli elementi chiave della campagna.
Competenze?	<ul style="list-style-type: none"> ● Abilità imprenditoriali: trasformare le idee in progetti convalidati dal mercato/dai finanziatori; ● capacità di lavoro di squadra: cooperazione, rispetto, risoluzione dei conflitti; ● capacità di comunicazione: capacità di parlare oralmente, scritto, discorso chiaro; ● problem-solving: basato sull'approccio del design thinking (divergere-convergere, human-centered, visualizzare, prototipazione rapida); ● processo decisionale: prendere decisioni basate sulla priorità degli elementi; ● pensiero creativo: sfruttare l'intelligenza collettiva per trovare soluzioni fuori dagli schemi.
Comportamenti?	come guardare un progetto imprenditoriale dal punto di vista delle opportunità offerte dal crowdfunding
Atteggiamenti?	Costruire un piano dettagliato della campagna; monitorare e regolare la campagna. Avere strumenti per risolvere i problemi rende i partecipanti più ottimisti sul proprio futuro.

7. Metodi - Approccio/ Tipi di attività	Laboratori
8. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?	App online (Miro App) Versione dal vivo: canvas, post-it, pennarelli e lavagne bianche
9. Valutazione e descrizione	
che tipo di riflessione è inclusa nella pratica?	Come dividere la campagna nei suoi elementi di base; come armonizzare l'intero processo.
come vengono valutati i risultati dell'apprendimento in questa buona pratica?	Non c'è una valutazione formale. Il workshop conduce i partecipanti a un'analisi attiva delle loro competenze.
che tipo di feedback ricevono gli studenti?	Essendo un'attività di gruppo, mira a creare un feedback circolare tra i diversi partecipanti
10. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	Alcuni degli strumenti utilizzati durante il workshop possono essere usati per diventare il flusso centrale di un gioco da tavolo. Alcuni degli output possono essere presentati come una recita per aggiungere un momento di feedback divertente ma utile durante il flusso del gioco. Ci sono alcuni elementi comuni delle campagne di crowdfunding che possono essere trasformati in schede di gioco (come il pranzo-evento della campagna, il flashmob, ecc...).

2 - Workshop Ginger

Informazioni generali:	
1. Nome della pratica	Workshop Ginger
2. Organizzazione e paese	Associazione Ginger (IT Non Profit) https://www.ideaginger.it/
3. Gruppo di allievi / Gruppo target / Gruppo di partecipanti	Non Profit Worker or Volunteer

3 - Laboratorio di progettazione

Informazioni generali:	
1. Nome della pratica	Laboratorio di progettazione
2. Organizzazione e paese	Produzioni dal Basso , Italia
3. Gruppo di allievi / Gruppo target / Gruppo di partecipanti	
età	diverse età (da 20 a 60 anni)
ramo generale/specifico	gruppi informali; organizzazioni no profit; istituzioni culturali
studenti / insegnanti VET / impiegati ...	studenti; giovani imprenditori
4. Contesto / Ambiente di apprendimento	
educazione formale o non formale	non formale

5. Necessità di essere coperti dalla buona pratica	
6. Obiettivi di apprendimento	
Conoscenze?	Basilari sul CF
Abilità?	sapere come condurre una campagna di successo
Comportamenti?	/
Atteggiamenti?	/
7. Metodi - Approccio/ Tipi di attività (es. workshop).	di solito frontale con case history; a volte workshop interattivo
8. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?	slide; video appositamente creati excel precompilato per la pianificazione economica
9. Valutazione e descrizione	
che tipo di riflessione è inclusa nella pratica?	approfondita grazie alle buone pratiche
come vengono valutati i risultati dell'apprendimento in questa buona pratica?	la reale efficacia della campagna rispetto alla programmazione
che tipo di feedback ricevono gli studenti?	non c'è un feedback formale; partecipazione continua per migliorare la campagna
10. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	Durante il blocco di Covid, Produzioni dal Basso lancia il programma "Attiviamo Energie Positive" : una serie di webinar gratuiti dedicati a temi legati al crowdfunding e non solo

4 - Crowdfunding Base certificato ECN in live streaming

Informazioni generali:	https://www.fondazionefenice.it/crowdfunding-base-certificato-ecn/?#perche-corso-crowdfunding
1. Nome della pratica	Crowdfunding Base certificato ECN in live streaming
2. Organizzazione e paese	<p>Fondazione Fenice (Italia), parte dell'ECN- ISG (Gruppo Strategico Italiano) che è un gruppo di lavoro multi-stakeholder istituito con l'obiettivo di favorire la nascita di un forte ecosistema di crowdfunding in Italia, riunendo università, enti pubblici, fondazioni private e associazioni di categoria e fornire loro conoscenze, contatti e competenze per sostenere la creazione di una cultura del crowdfunding in Italia.</p> <p>Fondazione Fenice sperimenta e propone prima di tutto nuovi e migliori modi di vivere in comunità. Questo richiede certamente l'educazione dei giovani, la formazione dei lavoratori e il miglioramento delle politiche aziendali.</p>
3. Gruppo di allievi / Gruppo target / Gruppo di partecipanti	<p>Il corso di formazione si rivolge ai professionisti che vogliono conoscere il crowdfunding per motivi di business, educativi o altro. In particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> o PMI; o Start-Up; o Enti Pubblici; o Univesità e centri di ricerca; o Associazioni e No-Profit; o Liberi professionisti.

Studenti / insegnanti VET / dipendenti ...	Professionisti
4. Contesto / Ambiente di apprendimento	Istituto di formazione
Educazione formale o non formale	<p>La formazione Crowdfunding proposta è una formazione di educazione non formale che mira a qualificare i professionisti.</p> <p>La formazione prevede la partecipazione di esperti del settore e un workshop in cui i partecipanti svilupperanno la bozza di una campagna di crowdfunding.</p>
5. Bisogno coperto dalla buona pratica	<p>La necessità di essere coperti è la necessità di consapevolezza per quanto riguarda il finanziamento alternativo e in particolare il Crowdfunding per essere in grado di usarlo quando è opportuno e usarlo in modo corretto, evitando gli errori comuni e pianificando una campagna di successo.</p>
6. Obiettivi di apprendimento	<p>La formazione copre i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acquisire la conoscenza del mercato del crowdfunding in Europa con focus sul mercato italiano; - Conoscere gli aspetti normativi europei; - Conoscere le piattaforme dedicate; - Sapere come gestire una campagna di crowdfunding; - Sviluppare una strategia di comunicazione; - Acquisire le competenze per sostenere l'esame di certificazione ECN Base.

<p>Conoscenza?</p>	<p>La formazione copre i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Panoramica del mercato del crowdfunding in Europa, con focus specifico sull'Italia; - Modelli e piattaforme europee e italiane; - Rapporto tra imprenditori e comunità; - Aggiornamento sulla legislazione europea e italiana; - -Definizione del budget, metodi di esecuzione, margini di variabilità; - Analisi dei rischi; - Identificazione di gruppi target, amplificatori e investitori; - Sviluppare una strategia di comunicazione; - Workshop: Sviluppare la bozza di una campagna di crowdfunding.
<p>Competenze?</p>	<p>Questa formazione sul crowdfunding fornisce indirettamente competenze imprenditoriali e finanziarie ai partecipanti.</p>
<p>7. Metodi - Approccio/ Tipi di attività (es. workshop)</p>	<p>La formazione è interamente basata sulla metodologia "learning by doing", accompagnata da un approccio di peer-review tra i partecipanti e i formatori coinvolti in ogni sessione.</p>
<p>8. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?</p>	<p>Il materiale utilizzato durante il corso è il seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diapositive; - Registrazione audio/video delle lezioni; - Certificato europeo.

9. Valutazione e descrizione	
<p>Come vengono valutati i risultati dell'apprendimento in questa buona pratica?</p>	<p>Un sondaggio viene effettuato dall'ECN-ISG e i risultati vengono pubblicati in un Rapporto i primi due anni del programma. A questo scopo, un questionario viene fornito ai partecipanti per permettere all'istituto di capire il tipo di profilo che frequenta il corso di formazione (profilo con qualche conoscenza di Crowdfunding, o profilo principiante) e in che modo il corso è stato utile per i partecipanti (valore aggiunto/feedback). Viene anche chiesto se i partecipanti hanno già organizzato una campagna di Crowdfunding dopo aver partecipato alla formazione.</p>
<p>Che tipo di feedback ricevono gli studenti?</p>	<p>Il corso include un esame per una certificazione European Crowdfunding Network (ECN Base).</p>
10. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	<p>La formazione può essere utilizzata in un contesto educativo più ampio che mira a fornire competenze imprenditoriali, compresi gli strumenti di finanziamento alternativi.</p>

5 - "What is Crowdfunding and how to realize a project" – Corso di formazione di base

Informazioni generali:	<p>https://www.crowdfundingbuzz.it/un-corso-di-crowdfunding-napoli-per-imparare-realizzare-propri-progetti/</p>
-------------------------------	--

1. Nome della pratica	"What is Crowdfunding and how to realize a project" – Corso di formazione di base
2. Organizzazione e paese	Crowdfunding Formazione [Italy] http://www.maurizioimparato.it/crowdfunding-formazione/
3. Gruppo di allievi / Gruppo target / Gruppo di partecipanti	Manager d'impresa, consulenti d'affari e di marketing e coloro che cercano nuove opportunità per finanziare e pubblicizzare un progetto.
Età	All'inizio: +25 anni. Più tardi, anche persone sotto i 25 anni (gli ultimi 3 anni).
Ramo generale/specifico	Artisti - uomini e donne d'affari. In seguito, anche incubatori e organizzazioni non-profit.
Studenti / insegnanti VET / dipendenti ...	Appaltatori
4. Contesto / Ambiente di apprendimento	Istituto di formazione
Educazione formale o non formale	Misto di educazione formale e non formale
5. Necessità di essere coperti dalla buona pratica	La necessità di essere coperti è la necessità di consapevolezza riguardo al Crowdfunding per essere in grado di usarlo quando è appropriato e usarlo in modo corretto, evitando gli errori comuni e pianificando una campagna di successo.

<p>6. Obiettivi di apprendimento</p>	<p>Fornire una panoramica delle opportunità di finanziamento di idee imprenditoriali, progetti, eventi e attività periodiche di raccolta fondi.</p> <p>L'idea è che i partecipanti comprendano le diverse opportunità, come procedere per finanziare un'idea o un progetto e imparino a scegliere il tipo più appropriato di crowdfunding/la giusta strategia di comunicazione.</p>
<p>Conoscenza?</p>	<p>Analisi dei modelli di piattaforma, differenziati per settore;</p> <p>Sviluppo di strategie di comunicazione tradizionale e sociale;</p> <p>Analisi dei donatori, delle comunità esistenti e delle connessioni di impegno;</p> <p>Normativa gestionale e fiscale di riferimento;</p> <p>Analisi di casi nazionali ed esteri;</p> <p>Indicazioni di strumenti settoriali;</p> <p>Indicazioni delle leve di successo per l'impegno e lo sviluppo delle campagne.</p>
<p>Competenze?</p>	<p>Questa formazione sul crowdfunding fornisce indirettamente competenze imprenditoriali e finanziarie ai partecipanti.</p>
<p>7. Metodi - Approccio/ Tipi di attività (es. workshop).</p>	<p>I partecipanti partecipano in gruppi di 15 - 20 persone. La prima parte del corso è dedicata all'approfondimento degli strumenti teorici del Crowdfunding. Nella seconda parte si procede in modo operativo, mostrando quali sono le fasi e gli strumenti per la realizzazione di progetti, analizzando insieme alcuni casi pratici e di successo.</p>
<p>8. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?</p>	<p>Rapporto dati Massolution https://www.crowdfundingbuzz.it/crowdfunding-report-2015-massolution/</p> <p>Utilizzo di slide, format di pianificazione, format di comunicazione e analisi della community, strumento grafico, video e social media.</p>

	<p>Bibliografia settoriale con dati elaborati dall'Osservatorio Crowdfunding che analizza il settore della finanza alternativa e il rapporto del Politecnico di Milano.</p> <p>Ne è scaturito un format che parte dalla visione operativa del bisogno da colmare per poi analizzare la proposta da sviluppare in crowdfunding, le sue possibilità di essere realmente un progetto adeguato in crowdfunding, l'analisi della soluzione più adatta tra crowd donation, crowdfunding e real estate crowdfunding, i collegamenti con un piano integrato di raccolta fondi, suddiviso in modelli.</p>
9. Valutazione e descrizione	L'istituto utilizza schede di valutazione, recensioni su LinkedIn e attività di consulenza.
10. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	<p>La formazione può essere utilizzata in un contesto educativo più grande con l'obiettivo di fornire competenze imprenditoriali.</p> <p>La formazione può essere fatta per qualsiasi partecipante con diversi livelli di formazione esistenti: una formazione di base per i principianti e una formazione per i professionisti del crowdfunding.</p>

Campagne di crowdfunding di successo nell'imprenditoria sociale:

1 - B-Switch - Abbigliamento da strada inclusivo

Informazioni generali:	
-------------------------------	--

1. Nome della pratica	B-Switch - Abbigliamento da strada inclusivo
2. Organizzazione e paese	School Raising IT
3. Descrizione della campagna	<p>B-Switch è una linea di moda streetwear, creata da 30 adolescenti di Bologna, Italia.</p> <p>Il progetto incoraggia i giovani ad utilizzare le potenzialità della moda partendo dalla valorizzazione delle culture e sottoculture urbane.</p> <p>La campagna CF mira a finanziare e lanciare un evento creando un portfolio in modo che i partecipanti possano valorizzare la loro formazione e i loro futuri lavori.</p> <p>Obiettivo 2.000 euro Finanziamento totale 2.741 euro (137%) 75 panettieri</p> <p>B-Switch è nato all'interno della Freeware Academy, un progetto che fa parte del Distretto Scolastico Comunale di Bologna. Un altro partner è Ksenija Savicevic, creatrice di Etik Wear, una linea di moda basata sui principi della sostenibilità ambientale e del rispetto del lavoro delle persone.</p> <p>L'impegno del distretto è partito da una fitta rete sviluppata dal partner principale del progetto. Diversi panettieri sono commercianti locali e partner del progetto.</p> <p>L'attività di crowdfunding ha implementato e rafforzato le competenze dei tirocinanti, dando loro un feedback forte e positivo.</p>
4. Lezioni apprese	L'attività di crowdfunding ha implementato e rafforzato le

	competenze dei tirocinanti; ha dato loro un feedback forte e positivo.
--	--

2 - Good Night Stories for Rebel Girls - 100 racconti per sognare in grande

Informazioni generali:	
1. Nome della pratica	Good Night Stories for Rebel Girls - 100 racconti per sognare in grande Kickstarter Campaign Indiegogo Campaign
2. Organizzazione e paese	https://www.undercats.com/ es Timbuktu Labs https://www.rebelgirls.com/ Italy - San Francisco
3. Descrizione della campagna	Good Night Stories for Rebel Girls è un libro per bambini con 100 storie della buonanotte sulla vita di 100 donne straordinarie del passato e del presente, illustrate da 100 artiste di tutto il mondo. La campagna raggiunge 675.614 \$ con 13.454 donatori su Kickstarter (nelle prime 30 ore ha fondato il 100% dell'obiettivo iniziale 40.000 \$). Poi su Indiegogo, il progetto raggiunge 1.063.213 € con 24.903 donatori. Nel 2017 il 2° volume della serie raggiunge 866.193 \$ con 15.000 donatori su Kickstarter.
4. Lezioni apprese	<ul style="list-style-type: none"> - raccogliere la comunità prima del lancio - durante la progettazione del progetto; - un obiettivo strating più basso può essere una strategia di comunicazione per aumentare la tua reputazione;

	<ul style="list-style-type: none"> - qualità del video: alto livello misto a bassa qualità per sottolineare l'autenticità; - una volta raccolta una comunità attraverso il crowdfunding, puoi fare leva su quella comunità per lanciare un nuovo prodotto: - prima la comunità (creare dialoghi, questo ti aiuterà anche per l'ideazione e la validazione), poi i contenuti (prodotto)
--	---

3 - Clairly

Informazioni generali:	Clairly, è una start-up italiana che dal 2016 sviluppa prodotti ibridi e sostenibili che uniscono natura, tecnologia e design Made in Italy per la purificazione dell'aria degli ambienti interni. Nel 2016 aveva lanciato una campagna di reward crowdfunding, per un vaso intelligente purificatore d'aria, sulla piattaforma globale Kickstarter ottenendo un grande successo: 231 mila euro raccolti grazie al sostegno di 1281 "backers".
1. Nome dello studio	Clairly
2. Organizzazione e paese	Pordenone, Italia
3. Descrizione della campagna	Quest'anno la startup ha deciso di lanciare NATEDE, un nuovo prodotto più sofisticato, e, ancora una volta, si è affidata al crowdfunding di Kickstarter.

E con risultati eccezionali: la campagna, infatti, conclusasi a inizio giugno, ha raccolto 765mila euro grazie a oltre 3800 preordini.

Uno degli impegni presi con i finanziatori era quello di piantare 10 alberi per ogni NATEDE venduto. Con i pre-ordini di NATEDE, l'azienda Clairy donerà 50.000 alberi.

Clairy nasce dall'idea di Paolo Ganis, Alessio D'Andrea e Vincenzo Vitiello che, partendo dal progetto di tesi di quest'ultimo, hanno ideato una soluzione tecnologica e di design che proietta nel futuro il concetto di "vaso vegetale" per ridurre l'inquinamento indoor e controllare l'aria che respiriamo direttamente dal nostro smartphone.

Il potenziale e l'innovatività di questo La start-up e i suoi prodotti sono già stati riconosciuti dall'Unione europea, che ha deciso di investire, attraverso il veicolo PMI Horizon2020, 2 milioni di euro nel progetto imprenditoriale.

L'unicità di NATEDE è quella di esaltare le proprietà naturali delle piante, cosa impossibile con i comuni vasi per piante. L'innovativo design interno di NATEDE, unito all'unità tecnologica e ai biomateriali utilizzati, fanno di questo prodotto un'eccellenza del design, della sostenibilità e del made in Italy.

Esperimenti e stress test condotti nei laboratori LINV e PNAT dell'Università di Firenze hanno dimostrato che NATEDE elimina fino al 93% dei VOC (composti organici volatili) e fino al 99% di virus e batteri in 9 ore in una stanza di circa 36 metri quadrati. Il purificatore

	<p>d'aria più verde di sempre, inoltre, è dotato di sensori avanzati che monitorano i livelli di inquinanti, tra cui monossido di carbonio e PM 2,5, la temperatura e l'umidità, e ha anche un innovativo filtro fotocatalitico che non richiede sostituzione. NATEDE è collegato a un'app gratuita che permette all'utente di monitorare la qualità dell'aria su ogni dispositivo ed è compatibile con i più recenti dispositivi smart home di Google e Amazon.</p>
<p>4. Lezioni apprese</p>	<p>Azienda italiana; grazie ad un'idea innovativa e a due campagne di crowdfunding è riuscita a raggiungere il successo.</p> <p>Nel 2015 Vincenzo Vitiello e Alessio D'Andrea realizzano il primo prototipo di purificatore d'aria naturale: un vaso tecnologico, capace di moltiplicare gli effetti benefici della pianta al suo interno e di conseguenza purificare l'aria.</p> <p>Il prototipo ha successo e il progetto viene selezionato per un percorso di accelerazione in Silicon Valley, al termine del quale tornati in Italia lanciano 2 campagne di crowdfunding e ottengono 230.000 euro la prima volta, oltre 700.000 euro la seconda. Clairry gode ancora di un grande successo tra tutti coloro che vogliono un purificatore d'aria innovativo, tecnologico e 100% ecologico.</p> <p>La lezione più importante imparata qui è stata che è sempre utile pensare al Crowdfunding, non solo all'inizio di un'azienda, ma anche durante la vita dell'azienda per sviluppare nuovi progetti/nuovi prodotti.</p>

Informazioni generali:	<p>My Cooking Box è una start - up italiana specializzata nella consegna di scatole da cucina contenenti ingredienti di alta qualità già misurati per preparare a casa (o praticamente ovunque) ricette gourmet italiane.</p> <p>L'idea è semplice: la new - co seleziona e misura gli ingredienti migliori per preparare ricette speciali e li consegna agli amanti del cibo che vogliono cucinare le migliori specialità italiane per i loro ospiti.</p>
1. Nome dello studio	My cooking box
2. Organizzazione e paese	Milano, Italia
3. Descrizione della campagna	<p>La prima campagna di crowdfunding è stata lanciata dalla fondatrice dell'azienda (una signora di 30 anni) 2 anni fa con l'obiettivo di raccogliere 50.000 euro. Alla fine della campagna il progetto ha raccolto 4 volte più del previsto per un totale di 200.000 euro permettendo così alla fondatrice di creare una piattaforma di e-commerce ad hoc, di ampliare l'offerta con nuovi box di cottura e di entrare nel mercato nazionale e internazionale.</p> <p>La seconda campagna di crowdfunding è stata lanciata la scorsa estate su Mamacrowd, una delle principali piattaforme italiane di equity crowd funding. In un mese sono stati raccolti 500.000 euro. Dopo poche ore dal lancio della campagna è stato raggiunto più del 100% dell'obiettivo ed è andato in over funded di circa il 253% 2 settimane prima della fine della</p>

	<p>campagna. Gli investitori hanno deciso di dare fiducia ad un progetto che promuove l'esportazione della migliore tradizione culinaria e alimentare made in Italy e l'apertura di un negozio a Milano è prevista nei prossimi mesi.</p> <p>Cooking box rappresenta uno degli esempi di un'industria in crescita basata sull'equity crowdfunding che nel 2017 è cresciuta del 150% sul territorio italiano, secondo l'ultimo rapporto di Starteed, una crowd company che sviluppa soluzioni per i crowdfunders.</p> <p>https://mamacrowd.com/projects/185/my-cooking-box?tab=profilo</p>
<p>4. Lezioni apprese</p>	<p>Con My cooking box Chiara Rota vuole dare a chiunque la possibilità di preparare in casa un piatto tipico regionale italiano come un vero chef. Ha avuto un'idea geniale: una scatola contenente tutti gli ingredienti necessari e nelle giuste dosi per preparare il piatto scelto.</p> <p>Per finanziare il suo progetto, Chiara lancia 2 campagne di crowdfunding: con la prima ottiene 250mila euro, ben oltre l'obiettivo di 50mila euro; nella seconda ottiene oltre 530mila euro.</p> <p>My cooking box porta a casa un grande successo: doppio finanziamento per sviluppare il progetto e le quote dei primi finanziatori che hanno aumentato il loro valore grazie al successo della seconda campagna.</p>

Strumenti innovativi esistenti per insegnare o guidare attraverso:

- Come progettare un Business plan
- Storytelling per comunicare l'idea dietro la campagna di crowdfunding
 - Design del Progetto

1 - Community Toolkit

General Information:	
1.Nome della pratica	Community Toolkit https://www.communitytoolkit.it/en
2. Organizzazione e paese	Collaboriamo - Italy Housing Lab - Italy Itinerari Paralleli - Italy
3. Obiettivi dello strumento	Attivare, prototipare e far crescere una comunità.
4. Metodi - Approccio/ Tipi di attività	Community Toolkit è una serie di canvas.
5. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?	E' possibile scaricare una versione digitale gratuita dei canvas dal sito web.
6. Valutazione e descrizione	
che tipo di riflessione è inclusa nella pratica?	Lo strumento guida l'analisi dei membri di una comunità; identificare i ruoli principali all'interno della comunità; innescare azioni per attivare o riattivare una comunità; impostare una mappa dei punti di contatto tra il community manager e la comunità; aiutare a identificare le motivazioni che spingono i membri all'azione e quali ricompense l'organizzazione può fornire.
come vengono valutati i risultati dell'apprendimento in questa best practice?	C'è un canvas di valutazione per l'azione pianificata.

che tipo di feedback ricevono gli studenti?	Gli allievi saranno in grado di leggere le comunità da diversi punti di vista; riflettere attraverso una serie di strumenti visivi per classificare le comunità; chiarire come attivare una comunità.
7. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	Lo strumento è applicabile a diversi tipi di comunità.

2 - CICERO - LStrumento per il Public Speaking

General Information:	
1.Nome della pratica	CICERO - LStrumento per il Public Speaking
2. Organizzazione e paese	Sefirot Srl via Carlo Noè 3, Torino, ITALY https://cicerodeck.com/
3. Obiettivi dello strumento	Analizzare, strutturare e costruire discorsi nel modo più efficace.
4. Metodi - Approccio/ Tipi di attività	Gioco di carte. Posiziona la Cicero Card su una parete o su un tavolo; crea il tuo schema del discorso usando diversi tipi di carte; poi con un post-it e una penna scrivi il contenuto del discorso.
5. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?	Mazzo di carte (acquistabile online sul sito, sia in carta che in versione digitale stampabile). Post-it e penna.
6. Valutazione e descrizione	

che tipo di riflessione è inclusa nella pratica?	Lo strumento si concentra sulla comunicazione dal punto di vista di chi ascolta. Aiuta a creare un messaggio efficace con una chiamata finale all'azione.
come vengono valutati i risultati dell'apprendimento in questa best practice?	Non c'è una valutazione concreta: è uno strumento autocorrettivo; crea una struttura che aiuta a generare contenuti all'interno di una struttura provata in un modo predeterminato.
che tipo di feedback ricevono gli studenti?	They will be able to visualize their speech structured and organized.
7. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	Creare uno storytelling efficace per la produzione di video (sia per il discorso che per la struttura generale di un video).

3 - Il Manuale del Crowdfunding

Informazioni generali:	
1. Nome dello studio	Il Manuale del Crowdfunding
2. Organizzazione e paese	Produzioni dal Basso, Italia
3. Obiettivi dello strumento	La guida mira a dare consigli utili, strategie e idee per aiutare chiunque sia interessato a fare una campagna di crowdfunding.

<p>4. Metodi - Approccio/ Tipi di attività</p>	<p>Linguaggio user-friendly utilizzato nella guida per renderla accessibile a tutti; lista di cose da fare e piano editoriale da realizzare per pianificare la campagna di crowdfunding.</p>
<p>5. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?</p>	<p>Formato digitale con accesso gratuito sul sito del produttore (versione PDF)</p> <p>https://www.produzionidalbasso.com/media/docs/pdb_comefunziona.pdf</p>
<p>6. Valutazione e descrizione</p>	<p>La guida passa attraverso argomenti come la costruzione di un progetto (business plan, campagna di crowdfunding) e come comunicare in una campagna di crowdfunding.</p> <p>La guida aiuta a definire il progetto (obiettivi, budget, tempi...), a scegliere la giusta campagna di crowdfunding in base al progetto e a fare una campagna di successo.</p> <p>Il produttore ha esperienza nel fare alcuni webinar sul crowdfunding (ad esempio attraverso la piattaforma di Attiviamoenergiepositive.it "Le basi del crowdfunding") dove si possono porre alcune domande al formatore.</p>
<p>7. Potenziale di trasferibilità/Variazioni</p>	<p>La metodologia utilizzata può essere utilizzata in vari contesti educativi che mirano a fornire competenze imprenditoriali, e può essere utilizzata in un contesto internazionale.</p> <p>Il linguaggio user-friendly utilizzato fa di questa guida uno strumento che è destinato a persone non professionali che vogliono costruire una campagna di crowdfunding, esclusi gli esperti in imprenditorialità o crowdfunding.</p>

4 - SMARTUP

Informazioni generali:	
1. Nome della pratica	SMARTUP
2. Organizzazione e paese	UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO- BICOCCA, Italy
3. Obiettivi dello strumento	Sviluppare un innovativo Startup Master & Advanced Reflective Tools attraverso la cooperazione tra Università e aziende appartenenti a settori innovativi, basato sull'idea che gli studenti hanno bisogno di competenze imprenditoriali per avere successo
4. Metodi - Approccio/ Tipi di attività	<p>Contributo delle istituzioni accademiche e delle organizzazioni imprenditoriali partecipanti per mezzo di nuovi approcci metodologici, al fine di produrre due output principali: un Master innovativo sull'imprenditorialità e un portale web inclusivo per studenti e startupper che desiderano migliorare la loro conoscenza e mentalità imprenditoriale.</p> <p>Il 50% delle lezioni e dei laboratori sono implementati come sessioni faccia a faccia, concentrandosi su studi di base che includono casi aziendali.</p> <p>Il 50% dei corsi/lezioni sono condotti con metodi di apprendimento misti, come studi online (ad esempio webinar, lavoro di progetto, esercizi, creazione di piani di business o di</p>

	marketing e giochi di business e app di coaching).
5. Materiali: ci sono materiali specifici che sono necessari?	Strumenti offline e online. Strumenti e contenuti online, tra cui giochi seri, app di coaching e strumenti di mentoring e mindfulness.
6. Valutazione e descrizione	<p>Il progetto costruirà strumenti offline e online per supportare gli studenti nelle prime fasi di sviluppo dell'impresa, dalla creazione della loro idea all'accesso ai finanziamenti. Verrà fornito un open space intelligente dove gli aspiranti imprenditori potranno condividere conoscenze e know how - ma anche trucchi e consigli - per affrontare la sfida di creare una start-up di successo; la comunità sarà animata da studenti, startupper, insegnanti, mentori, imprenditori e investitori.</p> <p>Valutazione: Questo percorso di supporto sarà un programma di Master - sviluppato e testato dalle università partecipanti in stretta collaborazione con gli altri partner.</p>
7. Potenziale di trasferibilità/Variazioni	<p>I metodi utilizzati possono essere usati in altri contesti educativi per imparare a diventare imprenditori.</p> <p>I metodi utilizzati nel master potrebbero essere utilizzati in contesti extra-accademici coinvolgendo tutte le persone disposte a conoscere l'argomento o a sviluppare un progetto, e non solo gli studenti.</p>

3/Crowdfunding Platforms

Piattaforme per il crowdfunding in Italia

<https://schoolraising.it/>

<https://www.produzionidalbasso.com/>

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

Che tipo di progetti supportano le piattaforme di crowdfunding nel tuo paese?	Le piattaforme di crowdfunding in Italia operano in vari campi coprendo una gamma eterogenea di progetti. Supportano: progetti culturali, come editoria, film, libri, eventi, concerti e così via; progetti di innovazione sociale e ambientale; progetti di start-up come il lancio di un nuovo prodotto o di un nuovo servizio. Alcune piattaforme collegano i loro progetti agli obiettivi di sviluppo sostenibile ONU 2030.
Come sono strutturate e gestite le campagne?	Le campagne di crowdfunding in Italia sono per lo più strutturate intorno a un video di presentazione e una lista di ricompense. Una descrizione del progetto con testo è essenziale, è importante spiegare chiaramente e semplicemente di cosa tratta la campagna, perché sostenere il progetto, come verranno utilizzati i soldi del CF, quale team, come vengono consegnate le ricompense, foto e grafica, ricompense, presentazione del designer.
Che tipo di supporto e formazione offrono le piattaforme per i loro utenti?	Le piattaforme di crowdfunding hanno spesso una pagina FAQ dove trovare informazioni a supporto del navigatore. Alcune di esse offrono il supporto di designer per accompagnare la scrittura e il lancio della campagna. Le piattaforme di crowdfunding menzionate prima offrono anche workshop di formazione.