

Come lanciare la tua  
campagna di crowdfunding  
su **Produzioni dal Basso**

**produzionidalbasso.**

**BPER:**  
Banca

# Il bando BPER

Progetti **educativi, sociali, culturali e ambientali inediti** rivolti ad un target di **bambini e ragazzi** dai **3 ai 25 anni**, da realizzare sul **territorio nazionale**.

Possono partecipare gli **Enti del Terzo settore**

**Budget massimo** di **15000 €** (contributo di BPER **11250 €**, in crowd: 3750 € )  
→ **25%** crowdfunding, **75%** BPER

**CHIUSURA BANDO**  
**11 giugno h 12:00**

**Luglio:** formazione e accompagnamento  
**crowdfunding: dal 1 settembre al 16 ottobre**

**Modalità della campagna: raccogli tutto:** budget, timing, ricompense.

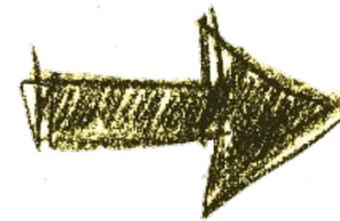
**Metodi di pagamento:** PayPal, Carte, Bonifico.

**Network No fee** - costi relativi ai sistemi di pagamento (PayPal e Lemonway). **C/C BPER.**

# Crowdfunding

# Cos'è il crowdfunding?

Il **crowdfunding** - dall'inglese *crowd*, folla e *funding*, finanziamento - o **finanziamento collettivo** è un processo collaborativo di un gruppo di persone che utilizza il proprio denaro per sostenere gli sforzi di persone e organizzazioni.



**Non è solo uno strumento di finanziamento**, ma è soprattutto un modo per **raccontare una storia e coltivare la propria community**.

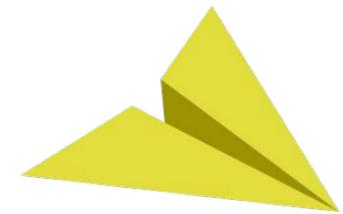


**Da che parte iniziare?**

# Come costruire una scheda progetto efficace?

Definizione di una scaletta di **contenuti**:

- **Obiettivo:** descrivere con chiarezza per cosa si raccolgono fondi  
> **TIPS:** è facile da capire per chi non lo conosce?
- **Piano di comunicazione:** quali canali? Partner? Comunità di supporto? strategia?
- **Piano dei costi:** voci di spesa relative al progetto, costi della comunicazione, ricompense...
- **Partner/realità:** nomi di altre realtà coinvolte/presenti
- **Impatto:** n° di beneficiari finali del progetto, caratteristiche del territorio coinvolto e risultati attesi, 3 SDG's > <https://unric.org/it/agenda-2030/>
- **Esperienze pregresse crowdfunding:** esperienze passate e risultati



# Come costruire il progetto?

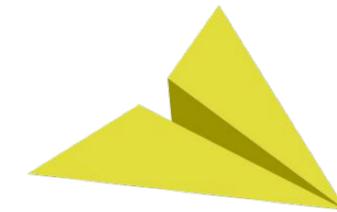


**Racconta il progetto** che intendi realizzare con **trasparenza** e **chiarezza**.

La descrizione, le immagini e il video dovranno **sì spiegare** bene il progetto, ma anche saper **emozionare** e «**creare empatia**».

## Contenuti da realizzare:

- **TITOLO**
- **DESCRIZIONE**
- **FOTO E IMMAGINE**
- **VIDEO** oppure **IMMAGINE DI COPERTINA**



Utilizzate un **linguaggio** «**amichevole**», il più possibile semplice e più adatto al **pubblico target** da raggiungere!

# Titolo

Come scegliere  
un **buon titolo?**

Il titolo deve essere sì  
**descrittivo**, ma  
anche **breve** e  
**accattivante**.



#UncinemaperBollate – Una sala  
Fuoricinema per il Carcere di  
Bollate: costruiamola insieme



Sostieni la missione di  
Mediterranea Saving Humans



Manchi TU nell'aria - Salviamo il  
Cinema Gloria!



Arianna - Il vaso che unisce i  
cittadini nella lotta  
all'inquinamento



# Come raccontare la tua campagna?

- Qual è l'obiettivo?
- Introduzione
- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**



SOUND REPORT - Portiamo a scuola il podcast d'inchiesta. Per leggere meglio il mondo.

Il giornalismo d'inchiesta, quello autentico, può cambiare il modo in cui guardiamo al mondo. E lo fa ancora meglio, quando, in una società affollata da immagini e messaggi scritti, grazie alla radio o ai podcast, la parola parlata e i suoni della realtà si riprendono il loro spazio e il loro tempo.

È sulla base di questa intuizione che abbiamo deciso di lanciare SOUND REPORT, il primo progetto per portare nelle scuole italiane il podcast giornalistico e realizzare, con tanti studenti italiani un grande laboratorio diffuso in cui ascoltare una grande storia di giornalismo, imparare le tecniche di base del giornalismo e del podcasting, sperimentarsi.....



SONG senza barriere: il Coro Manos Blancas di Milano

Nella Scuola Speciale "Paolo e Larissa Pini", l'unica del capoluogo lombardo rivolta a giovani con gravi e plurime disabilità, è attivo dal 2016 il CORO MANOS BLANCAS DI MILANO. È un'iniziativa di SONG, la onlus che realizza in Lombardia "El Sistema", il dirompente progetto sociale attraverso la musica avviato in Venezuela da José Antonio Abreu .

Il Coro Manos Blancas di Milano coinvolge 20 ragazzi, ognuno affiancato da un "compagno di viaggio" della vicina Scuola Media "Trevisani Scaetta" in qualità di tutor per l'area gestuale. Accanto a loro, un gruppo di compagni di altre scuole.....

# Come raccontare la tua campagna?

## Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- **Chi sei?**
- Cosa vuoi realizzare?
- Di quanto hai bisogno?
- **CALL TO ACTION!**

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

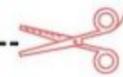
Chi siamo?



*Eccoci!*

Siamo **Paolo, Carlo, Fulvio, Bax** e **Thor** (Bax e Thor hanno la pessima abitudine di chiamarsi entrambi Andrea, quindi usiamo i soprannomi). 😊

Le protagoniste



**Metteteci la faccia! (anche con un video)**



# Come raccontare la tua campagna?

## Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- Chi sei?
- **Cosa vuoi realizzare?**
- Come utilizzerai i fondi?
- **CALL TO ACTION!**

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

Di cosa abbiamo bisogno ora?



Vogliamo preparare e allestire ad orto didattico un'area di circa 200 mq del giardino della casa per farlo abbiamo bisogno di 5.000 euro.

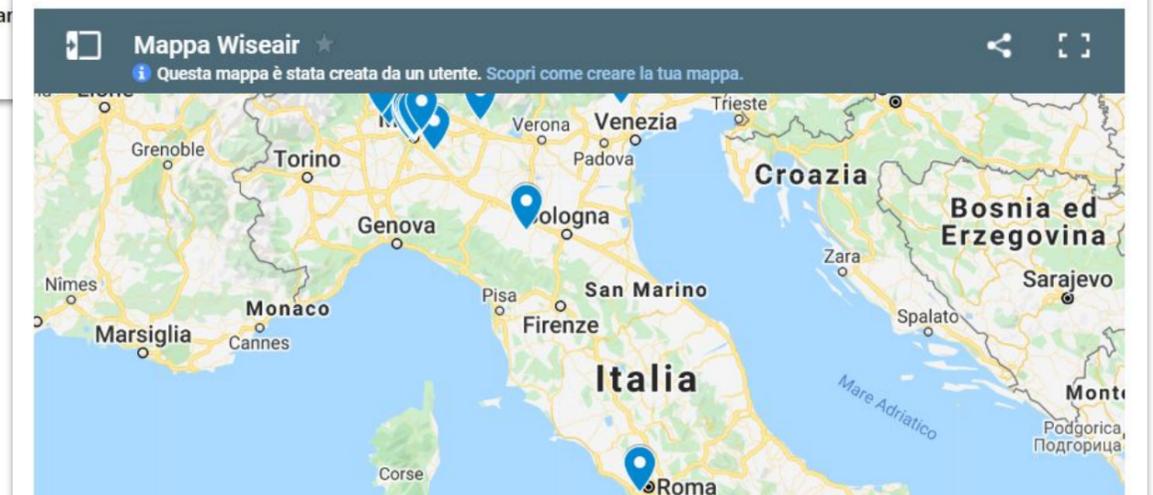
Con i soldi raccolti acquisteremo gli strumenti necessari e procederemo con i lavori. Prevediamo circa 3 settimane di lavoro con la collaborazione e la consulenza di un architetto esperto e di un agronomo professionista.

Quali sono gli obiettivi concreti?

Vogliamo diffondere 200 Arianna in giro per Milano, di cui circa 100 verranno posizionate nelle scuole.

Segui la diffusione real-time delle Arianne già pre-ordinate e che a breve si affeccheranno dai balconi di tutta Milano 📍

**Diventa Pionere o Ambassador!** 😊



# Come raccontare la tua campagna?

## Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- **Come utilizzerai i fondi?**
- **CALL TO ACTION!**

Puoi aiutarti con l'utilizzo di **immagini** e **foto**, per raccontare anche visivamente il progetto.

## Utilizzo dei fondi



no stati donati al progetto dalla Fondazione Eandi che, sin da principio, ha positivo che la sartoria avrà sul quartiere in cui opera la Drop House. insieme con tutto quanto raccoglieremo anche grazie a te, sarà destinata alla timento della sartoria che oggi esiste solo come modesta sala cucito e utilizza

offre alla manutenzione e reperimento delle macchine da cucire; dai compensi all'adeguamento degli spazi: ogni risorsa sarà impiegata per fare di In- e tessere insieme il futuro!



# Come raccontare la tua campagna?

## Come raccontare il progetto?

- Qual è l'obiettivo?
- Chi sei?
- Cosa vuoi realizzare?
- Come utilizzerai i fondi?
- **CALL TO ACTION!**



Aiutaci anche tu a raggiungere il tuo obiettivo!

### E TU? SCOPRI, SOSTIENI, DIFFONDI!

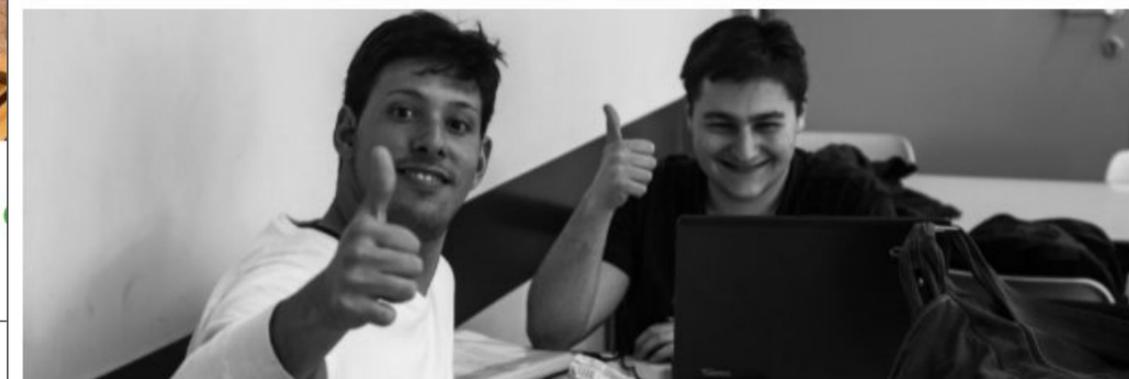
Senza il tuo aiuto questo progetto non partirà. E allora, cosa puoi fare? Ti suggeriamo tre azioni.

#### 1. SCOPRI

Chiedici informazioni, scrivendoci via mail o via Facebook, Twitter o Instagram. Saremo felici di raccontarti molto di più su come si svilupperà il progetto.

#### 2. SOSTIENI

Scegli tra le opzioni disponibili una offerta che ti pare congeniale e preparati a ricevere la tua



In un'emergenza senza precedenti di cui i media danno grande rilevanza alla dimensione economica, si rischia di sottovalutare l'effetto ben più drammatico di un deficit educativo, un danno irreparabile per il futuro di una intera generazione di studenti e per tutti. Aiutaci a sostenere l'impegno scolastico dei giovani di oggi!

**Fai anche tu un PASSO con PORTOFRANCO  
ONE STEP CLOSER!**

o a tutti. Se ti  
getto SOUND

# Le ricompense

# Come scegliere le ricompense?



**Raccogli tutto: Individua delle ricompense** per ringraziare i tuoi sostenitori.

## Le ricompense...

- **Simboliche ed «emozionali»** (ringraziamenti, credits, esperienze)
- **Materiali** (gadget, shopper, t-shirt)

Le ricompense sono un modo per **rendere partecipi** i propri donatori e **stimolarli a sostenere** il progetto.

Le **ricompense «emozionali»** sono quelle che piacciono di più. Sono ricompense simboliche, generalmente con costi di bassi se non nulli e coinvolgono molto i sostenitori facendoli sentire parte attiva del progetto.

\* Se inserisci delle ricompense di pre-ordine verifica di “non ricadere” nella fiscalità dell’ecommerce.

# Come scegliere le ricompense?

La scelta delle  
ricompense  
e come  
**strutturarle**

La struttura è **sempre incrementale** e si parte da ricompense da 10/20 euro fino ad arrivare anche a 1.000 euro.

**NB:** se hai dei gadget e prevedi la spedizione, il costo della ricompensa deve già includere i costi di spedizione



# **Come comunicare la tua raccolta fondi**

# Come comunicare il tuo progetto?

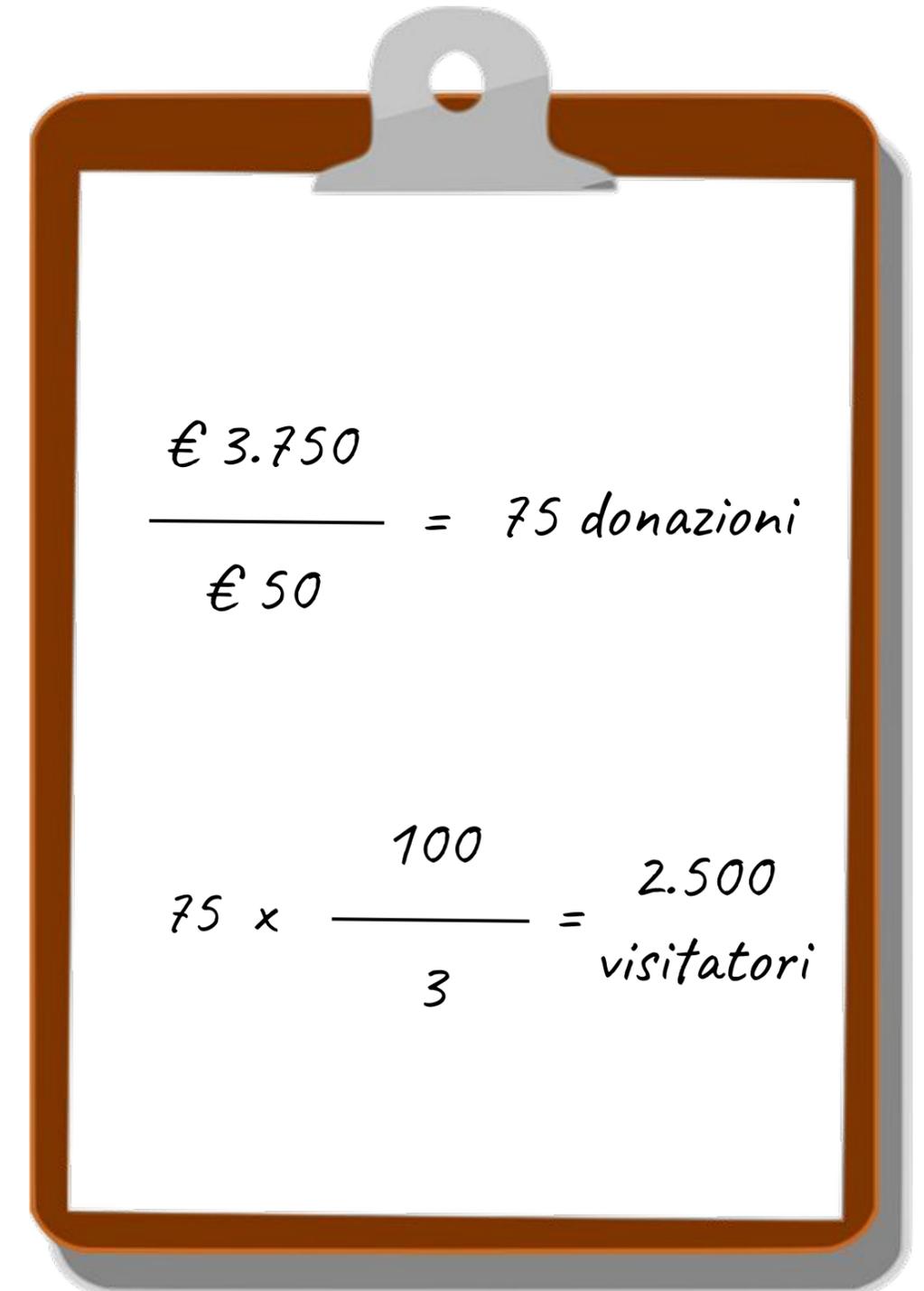
## La matematica del crowdfunding

**Obiettivo BPER max:**  
**15.000 €**  
**In crowd: 25% (3750 €)**

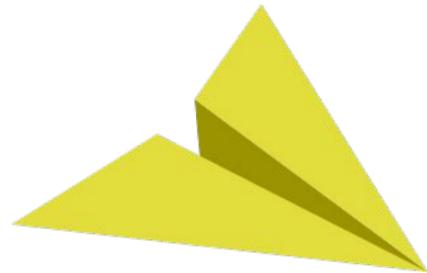
$$\frac{\text{Budget}}{\text{Donazione media}} = \text{Donazioni per raggiungere l'obiettivo (budget)}$$

$$\text{Donazioni} \times \frac{100}{\text{Tasso di conversione}} = \text{N. visitatori sulla pagina della raccolta}$$

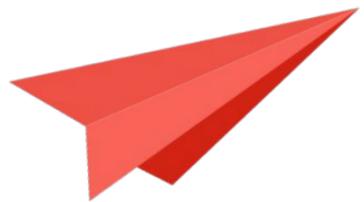
rapporto tra numero dei visitatori di un sito web e quanti di questi compiono un'azione



# Gli errori da evitare!



Cerca di evitare di commettere questi **errori**,  
che possono **compromettere il risultato della  
campagna.**



**Non  
comunicare la  
campagna**

**Non scrivere  
un piano di  
comunicazione**

**Abbandonare  
la campagna:  
non  
raccolgerà da  
sola!**

# Come comunicare il tuo progetto?

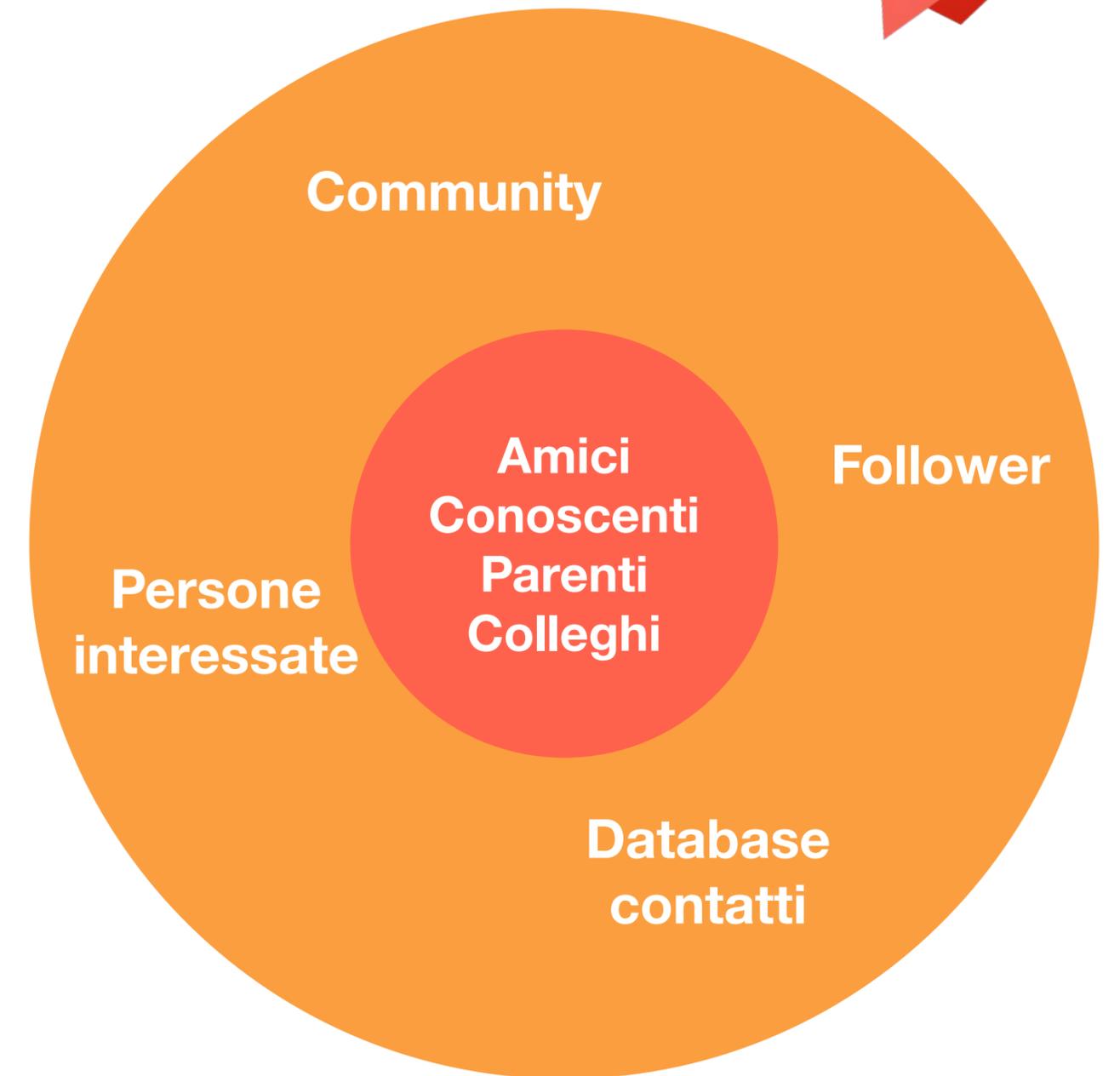
## Individuazione del pubblico target

Immagina possibili target  
di persone interessate...

- Persone a te più vicine
- Persone potenzialmente interessate

## Dove comunicare?

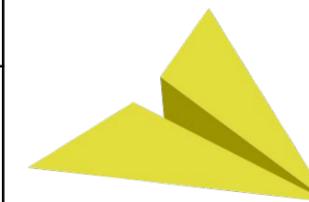
- **Social** (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube)
- **Passaparola**
- **Chat App** (Whatsapp, Messenger, Telegram)
- **Email**
- **Stampa** (comunicati, interviste)
- **Eventi** (presentazioni, cene)



# Piano editoriale

Canali	Lun	Mar	Mer	Gio	Ven	Sab	Dom
<b>Facebook</b>	Post di teasing	Lancio del progetto + video		Prime uscite stampa		Foto ricompense	
<b>Instagram</b>	Post di teasing	Lancio del progetto + video	Post su IG foto progetto		Foto ricompense		Foto team
<b>Twitter</b>	Post di Teasing	Lancio + video		Tweet e retweet interazioni con la campagna			
<b>Newsletter</b>	Mail di Teasing		News lancio				
<b>Sms / Whatsapp</b>	Post di Teasing	Invio messaggio a contatti vicini			Sms ringraziamento sostenitori		

- Scegli i **canali adatti**
- **Pianifica** nel tempo
- Contenuti **giornalieri** e **settimanali**
- **Rispetta** il piano!
- **Adattalo** in base ai **risultati** ottenuti





**Un piccolo riassunto!**

# Il bando BPER

Progetti **educativi, sociali, culturali e ambientali inediti** rivolti ad un target di **bambini e ragazzi** dai **3 ai 25 anni**, da realizzare sul **territorio nazionale**.

Possono partecipare gli **Enti del Terzo settore**

**Budget massimo** di **15000 €** (contributo di BPER **11250 €**, in crowd: 3750 € )  
→ **25%** crowdfunding, **75%** BPER

**CHIUSURA BANDO**  
**11 giugno h 12:00**

**Luglio:** formazione e accompagnamento  
**crowdfunding: dal 1 settembre al 16 ottobre**

**Modalità della campagna: raccogli tutto:** budget, timing, ricompense.

**Metodi di pagamento:** PayPal, Carte, Bonifico.

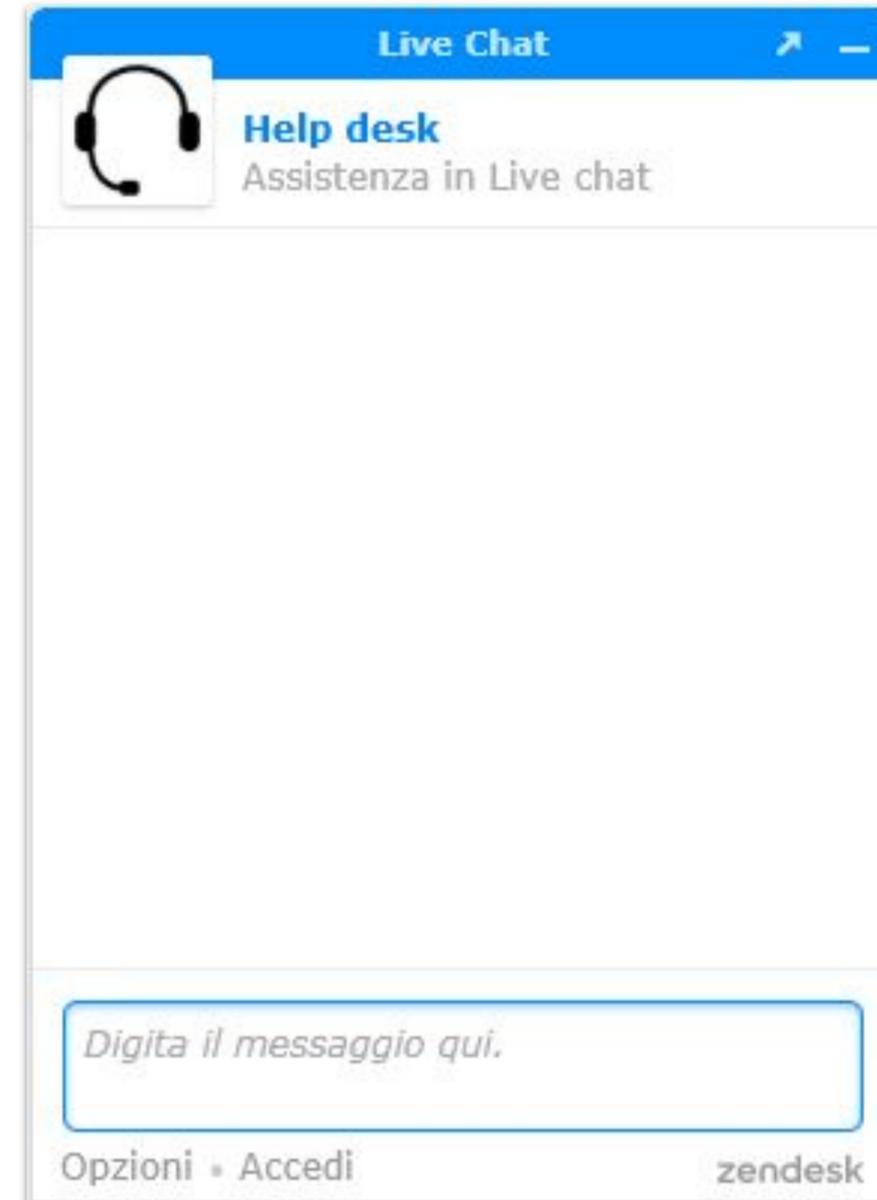
**Network No fee** - costi relativi ai sistemi di pagamento (PayPal e Lemonway). **C/C BPER.**

**E se hai bisogno  
di altro...**

# Supporto e assistenza

## Hai bisogno di aiuto?

- Potete scrivere all'indirizzo [help@produzionidalbasso.com](mailto:help@produzionidalbasso.com)
- **Live Chat** attiva dalle 10 alle 18 dal lunedì al venerdì



**Grazie e vi aspettiamo...  
da tutta Italia!**

**produzionidalbasso.**

**BPER:**  
Banca