



TRASCRIZIONE

Minipodcast: Crowdfunding civico e innovazione sociale

La Sagrada Familia è uno degli elementi più caratteristici della città di Barcellona. La sua costruzione ha avuto inizio nel 1882 e continuata oltre cento anni. Tuttavia, vi è un aspetto che rende quest'opera estremamente affascinante anche per chi non è interessato né di arte né di management pubblico: la sua costruzione è finanziata esclusivamente tramite donazioni di privati, principalmente di modesta entità. Il biglietto d'ingresso stesso sostiene i lavori di costruzione in corso.

In altre parole, la Sagrada Familia è un esempio pionieristico di ciò che oggi è conosciuto come crowdfunding civico. E la splendida basilica minore di Barcellona non è sola. Anche i lavori di realizzazione della Statua della Libertà di New York, sono stati finanziati tramite una campagna di civic crowdfunding lanciata da Pulitzer sulle pagine del New York World. I newyorkesi risposero con entusiasmo all'appello, il quale riuscì a raccogliere oltre 100.000 dollari che permisero di terminare la costruzione del piedistallo monumentale.

Il finanziamento collettivo di opere pubbliche non è dunque qualcosa di nuovo, sono nuovi i suoi obiettivi. Rispetto ad altre forme di crowdfunding, il crowdfunding civico infatti si caratterizza per l'obiettivo specifico di realizzare qualcosa per la comunità: per migliorare la vita delle persone o l'ambiente: per implementare servizi per i più vulnerabili o per uno specifico quartiere, per creare spazi pubblici di qualità, per coprire attrezzatura di pubblica utilità (panchine, gochi per bambini etc).

A questo si aggiunge un elemento realmente rivoluzionario: l'uso del crowdfunding civico come strumento di innovazione sociale e la co-progettazione tra pubblico (inteso come ente pubblico) e privato (inteso i cittadini).

In Italia, sebbene non siano numerosi gli esempi di crowdfunding civico, quelli che vediamo sono molto significativi e rilevanti. Il Comune di Milano è stato il primo ente locale in Italia ad utilizzare il crowdfunding civico. Nelle prime due edizioni utilizzando un contributo comunale, mentre a seguire con i fondi PON METRO. E non è stata la sola esperienza, ha fatto lo stesso anche il Comune di Venezia.

Uno degli elementi che caratterizza questo programma è certamente quello della co-programmazione e co-progettazione degli interventi, ovvero la capacità di attivare a livello territoriale diversi soggetti e stakeholder per rendere più efficaci e condivise le iniziative e le strategie messe in capo. In questo senso il crowdfunding si è dimostrato un ottimo strumento perché in grado coinvolgere il terzo settore, anche con processi di collaborazione e partenariato, i cittadini e gli abitanti dei quartieri ed in alcuni casi anche imprese ed aziende locali. Insomma un percorso virtuoso che non solo trova le risorse economiche per realizzare le iniziative, ma mette intorno ad un tavolo Pubblico e Privato, Profit, Non Profit e cittadini.

Questi Enti Pubblici, sostenendo iniziative che favoriscono l'innovazione sociale a livello locale, forniscono supporto sia ai promotori dei progetti



TRASCRIZIONE

Minipodcast: Crowdfunding civico e innovazione sociale

che alla cittadinanza stessa, che esprime la propria "validazione sociale" attraverso il contributo economico donato al termine di un percorso condiviso. Le politiche di rigenerazione urbana, adottate a livello nazionale, regionale e locale, si stanno sempre più orientando verso processi di trasformazione del territorio che non si limitano alle emergenze contingenti, ma guardano a obiettivi di lungo periodo, spesso ispirati a principi ambiziosi di sostenibilità, equità e rafforzamento del capitale sociale. L'obiettivo - tra le altre cose - è individuare nuove forme organizzative e di gestione dei processi.

In questo contesto, il crowdfunding civico si rivela un alleato importante per gli Enti pubblici che desiderano utilizzare schemi di match-funding, ovvero di cofinanziamento, per sfruttare le dinamiche di sussidiarietà orizzontale tipiche di questo strumento. Ciò consente loro di dotarsi di una leva di cittadinanza attiva e di rendicontazione che rende la comunità in grado di prendersi cura dei beni comuni. In definitiva, grazie alla sua natura multimodale e multidimensionale, il crowdfunding civico opera in una logica di welfare di comunità, in cui una pluralità di soggetti di diversa natura si unisce per costruire reti ed ecosistemi capaci di mettere in atto azioni ad ampio raggio che tengono conto della complessità territoriale.

L'obiettivo non è solo quello di fornire una risposta alle carenze dello Stato e del mercato, ma soprattutto di apportare un'azione trasformativa e risolutiva delle problematiche comuni, grazie a strategie di azione collettiva.

Ma come funziona nel concreto?

Le modalità operative sono simili ad altri bandi rivolti al terzo settore. Il comune indice un bando pubblico generalmente rivolto agli enti del terzo settore. Definisce le tematiche, tipicamente c'è un occhio di attenzione all'innovazione sociale e culturale nelle periferie urbane.

Le candidature vengono poi selezionate dal Comune in base ai criteri definiti nel bando, alla corretta distribuzione territoriale e al budget a disposizione per il co-finanziamento.

I progetti selezionati cominciano un percorso di formazione e costruzione della campagna di crowdfunding allo scopo di raccogliere una determinata percentuale (che in genere va dal 40 al 50%) per poter accedere al cofinanziamento a fondo perduto messo a disposizione dal comune.

Il percorso di formazione è un momento chiave di questo processo, non solo perché i progetti proposti vengono accompagnati per poter svolgere in modo efficace la campagna di raccolta fondi, ma soprattutto perché i soggetti proponenti (ETS) fanno un percorso che li porta ad acquisire nuove competenze legate alla capacità di comunicare e all'utilizzo di strumenti digitali che in ogni caso arricchiranno il loro bagaglio di competenze.

La fase di raccolta diventa un momento importante non solo perché decreterà il successo del progetto e il conseguente co-finanziamento, ma anche perché è un momento di confronto con i



TRASCRIZIONE

Minipodcast: Crowdfunding civico e innovazione sociale

cittadini, il quartiere e il territorio.

La narrazione - non dimentichiamolo mai - è elemento fondamentale nel crowdfunding. È necessario raccontare la storia del progetto evidenziando l'impatto sociale che si vuole realizzare e l'importanza del contributo di ogni singolo donatore. Il successo dipende in gran parte dalla capacità di raggiungere un ampio pubblico di potenziali sostenitori.

Le ricompense possono incentivare le donazioni e rafforzare il legame con i donatori. Queste possono includere prodotti, servizi, esperienze o semplicemente la gratitudine e il riconoscimento pubblico. Durante la campagna, è importante monitorare i progressi e adattare la strategia se necessario.

È consigliabile che le organizzazioni collaborino con altre entità, come aziende o enti locali, per condividere risorse e competenze. Le partnership possono aumentare la visibilità della campagna e ampliare il pubblico di potenziali donatori. Per stabilire partnership efficaci, le organizzazioni del terzo settore dovrebbero mappare ed identificare le aziende o le associazioni che condividono gli stessi valori ed obiettivi.

In conclusione il crowdfunding civico può rappresentare un potente strumento di finanziamento e un catalizzatore di innovazione sociale, permettendo l'implementazione di progetti che rispondono a bisogni della comunità in modo nuovo e più efficace.