CORRIERECONOMIA

28/11/16

Estratto da pag. 15

Il finanziamento in Rete

Il senso del crowdfunding per il terzo settore

Il successo della piattaforma di Tim che ha raccolto anche le donazioni per i terremotati: «Così si dà di più»

In Italia crowdfunding fa rima con sociale. La conferma di una tendenza che ha caratterizzato l'intera — ancora breve — storia nostrana delle raccolte fondi online è contenuta nel rapporto ShareItaly 2016: la maggior parte dei progetti finanziati (il 23%) è, appunto, di tipo sociale. Seguono quelli di business (22,4%) e culturali (22,2%). Meno rilevante l'impatto di ricerca scientifica e medica, 10,7%, e crowdfunding civico, 7,6% (la percentuale restante è catalogata come altri).

L'anno che si sta per concludere porta in dote un altro dato interessante: nel 2015 solo il 35% delle piattaforme raggiungeva più di mille donatori. Adesso è l'82%: partecipazione e curiosità aumentano.

Esempio dello scenario fotografato da ShareItaly è WithYouWeDo, piattaforma lanciata da Tim nell'aprile del 2015 con la collaborazione di Starteed, fra le prime startup italiane attive nel settore. «Fa capo alla divisione corporate shared value ed è riconducibile alla nostra volontà di dare maggior rilevanza al valore sociale delle nostre iniziative. Con il crowdfunding volevamo sperimentare cosa vuole dire abilitare persone che hanno idee interessanti», spiega Marcella Logli, direttore Corporate Shared value di Tim e direttore generale di Fondazione Tim.

I numeri

In questo anno e mezzo sono stati raccolti 2,5 milioni di euro, dei quali circa un milione e 200 mila è destinato all'iniziativa #unaituosubito di *Corriere della Sera* e TgLa7 per i territori colpiti dai terremoti del 24 agosto e del 26 e 30 ottobre. «Permettendo di donare anche via Internet e non solo via sms si supera il limite della cifra (i classici 2 euro o poco più a messaggio, *ndr*) e ci si apre agli utenti stranieri che vogliono dare il loro contributo anche dall'estero», afferma Logli ipotizzando che in futuro iniziative di questo genere saranno destinate a passare totalmente per la Rete. Anche perché, prosegue, «l'online mostra in modo chiaro e in tempo reale a cosa verranno destinati i soldi raccolti».

La media donata dai circa 15 mila e 400 utenti conferma il plus del web rispetto alla raccolta con il telefonino: quasi 76 euro. Anche la media del resto di WithYouWeDo è alta: più di 34 mila euro a progetto in virtù del contributo di oltre 3 mila e 600 donatori. Non sono comprese nel conteggio iniziative speciali come quella dell'Accademia della Scala, che ha raccolto 400 mila euro da 79 donatori.

Logli sottolinea come il processo di selezione delle idee sia «un passaggio importante per assicurarne il successo», soprattutto se non fanno capo a marchi o a persone note, come accade praticamente nella totalità dei casi. Fino a oggi ne sono state vagliate 650, accettate 70 e 25 hanno raggiunto l'obiettivo (al milione e tre sopracitato hanno contribuito quelle che potevano portare a casa una cifra anche inferiore a quella richiesta). Tim, oltre a mettere a disposizione la piattaforma e a dare visibilità alle campagne sui suoi account social, mette sul piatto un massimo di 10 mila euro pari al 25% del valore dichiarato a chi ha portato a termine con successo la raccolta.

La novità per queste ultime settimane di 2016 e guardando al 2017 è la possibilità di proporre idee in qualunque momento e non solo nel corso delle cosiddette *call*. La scorsa settimana sono state caricate quelle della quinta e ultima tranche fissa: si va dalla riduzione del divario digitale in Italia alla creazione di una comunità di aziende e consumatori attenti alla sostenibilità passando per un social network per genitori single.

MARTINA PENNISI

@martinapennisi

Tim Marcella Logli dirige la Fondazione

181-135-080