Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana
Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale

Dal crowdfunding passivo a quello attivo: analisi della situazione in Ticino

Studente
Adrian Pedretti

Relatore
Andrea Huber

Corso di laurea
Economia Aziendale

Indirizzo di approfondimento
Accounting & Controlling

Progetto
Tesi di Bachelor

Immagine artistica che rappresenta il crowdfunding (yourgreatbusiness.com)

Luogo e data di consegna
Manno, 16 settembre 2015

STUDENTSUPSI

Dal Crowdfunding passivo a quello attivo: analisi della situazione in Ticino

Autore: Adrian Pedretti
Relatore: Andrea Huber

Tesi di Bachelor
Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana
Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale
Manno, settembre 2015

“L’autore è l’unico responsabile di quanto contenuto nel lavoro”

“*No one knows everything, everyone knows something*”
Pierre Lévy

ABSTRACT

In un contesto di promozione di progetti, ma anche di iniziative imprenditoriali la difficoltà maggiore consiste nella ricerca di finanziamenti, uno strumento che facilita questa pratica è il crowdfunding, che rappresenta un finanziamento raccolto tramite un grande numero di finanziatori. In principio ciò avveniva nei comizi mentre oggi questa pratica di fundraising avviene tramite Internet. Il crowdfunding attivo comprende, oltre alla raccolta di finanziamenti, uno scambio di conoscenza e servizi tra promotori e finanziatori.

Nella promozione di progetti locali tale collaborazione potrebbe generare innovazione, di conseguenza lo scopo di questo lavoro scientifico consiste nel verificare, tramite l'analisi di cinque progetti ticinesi, se il crowdfunding attivo sia una soluzione in tal senso.

I risultati della presente tesi rappresentano importanti spunti per gli amministratori della piattaforma ticinese *progettiamo.ch* in quanto grazie all'investimento attivo da parte della folla si utilizzano mezzi privati ai fini di opere di natura pubblica.

INDICE

ABSTRACT ..... **I**

INDICE ..... **II**

INDICE DELLE FIGURE ..... **III**

INDICE DELLE TABELLE ..... **IV**

1 INTRODUZIONE **1**
1.1 Domanda di ricerca e obiettivi 2
1.2 Metodologia e struttura della tesi 3

2 MODELLI TEORICI DI RIFERIMENTO **4**

3 CROWDSOURCING **7**
3.1 Definizione 7
3.2 Benefici e problematiche 8

4 CROWDFUNDING **9**
4.1 Definizione 9
4.2 Benefici 10
4.3 Fattori che influenzano il crowdfunding 11
4.4 Tipologie di finanziamento 13
4.5 Tipologie di crowdfunding 14
4.5.1. Donazione 14
4.5.2. Investimento passivo 14
4.5.3. Investimento attivo 15

5 CROWDFUNDING IN TICINO **16**
5.1 Contestualizzazione 16
5.2 Enti regionali per lo sviluppo 19
5.3 Progettiamo.ch 19
5.3.1. Modello di crowdfunding utilizzato 20
5.4 Metodi di finanziamento per progetti 21

6 MODELLO INTERPRETATIVO **22**

7 CASE STUDIES **25**

8 SONDAGGIO RIVOLTO AI FINANZIATORI **35**

9 INNOVAZIONE TRAMITE IL CROWDFUNDING ATTIVO IN TICINO **38**

10 CONCLUSIONI **40**
10.1 Raccomandazioni 41

BIBLIOGRAFIA **44**

FONTI ELETTRONICHE **47**

Allegato 1: Intervista con Igor Franchini 48
Allegato 2: Intervista con Carlo Bertinelli 53
Allegato 3: Intervista con Ilario Garbani 59
Allegato 4: Intervista con Damiano Torriani 63
Allegato 5: Intervista a Patric Kaeslin 67
Allegato 6: Scheda di tesi 70

INDICE DELLE FIGURE

Figura 1: Triplice elica 6
Figura 2: Modello dei benefici del finanziamento tramite il crowdfunding 11
Figura 3: Sistema regionale d'innovazione Ticino 17
Figura 4: Tipologie di beni 22
Figura 5: Relazioni fra gli attori del crowdfunding in Ticino 23
Figura 6: Cifra promessa dai finanziatori di progettiamo.ch 35
Figura 7: Risorse non finanziarie verso i progetti 37
Figura 9: Sezione dedicata all'interazione fra promotore e finanziatore 41

INDICE DELLE TABELLE

Tabella 1: Riassunto dei benefici e delle problematiche del crowdsourcing 8
Tabella 2: Tipologie di investitori suddivisi per capitale proprio e capitale estraneo ... 21
Tabella 3: Riassunto delle caratteristiche dei progetti analizzati 34
Tabella 4: Relazioni fra gli attori del crowdfunding in Ticino 38

1 INTRODUZIONE

Nel 2008 la prima campagna elettorale alle presidenziali statunitensi di Barack Obama è costata oltre 750 milioni di dollari, in gran parte tale finanziamento era costituito da piccole cifre raccolte grazie ad un gran numero di sostenitori tramite Internet. (Bradley, 2008). Il numero di persone accorse a finanziare la campagna elettorale di Barack Obama ha messo in evidenza la volontà di dare supporto finanziario a qualcuno nel quale si crede, questo fenomeno può anche essere indicato come crowdfunding. (Kappel, 2009).

La parola crowdfunding è la composizione della parola *crowd*, tradotta in italiano con folla e *funding*, ovvero finanziamento; la parola sta ad indicare la pratica attraverso la quale le organizzazioni richiedono finanziamenti ad un grande numero di persone.

Questo approccio alternativo nel risolvere problemi di natura finanziaria non è un fenomeno recente, tuttavia deve gran parte del suo successo ad Internet. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012). Negli ultimi anni alcuni imprenditori hanno iniziato, grazie alla diffusione di Internet, a cercare finanziamenti dal pubblico (folla), invece di approcciare investitori finanziari come business angels o fondi di venture capital. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012).

Investitori in grado di elargire grosse somme di capitali esistono nella forma di venture capital o banche. Per attività che richiedono somme inferiori, soprattutto in fase di early-stage, gli imprenditori fanno affidamento ai propri risparmi, agli amici ed ai famigliari (concetto delle “3F”, segnatamente Family, Friends and Fools). (Larralde & Schwienbacher, 2010).

Il crowdfunding è un metodo di finanziamento alternativo al quale fanno soprattutto ricorso start-up ed associazioni non-profit. Un problema che molti imprenditori incontrano, specialmente nelle fasi iniziali della propria attività, è quello di attrarre capitale esterno. Le cause sono dovute ad un’insufficiente presenza di garanzie, scarsa liquidità, così come all’esistenza di una significante asimmetria informativa tra investitori ed imprenditori. (Cosh, Cumming, & Hughes, 2009).

Internet rappresenta un fattore critico di successo per le organizzazioni che intendono promuovere campagne di crowdfunding in quanto consente lo scambio di informazioni e di conoscenza, inoltre permette di raggruppare gli individui in comunità aventi lo stesso scopo.

In Ticino è attiva la piattaforma di crowdfunding *progettiamo.ch*, promossa dagli Enti Regionali per lo Sviluppo; tale piattaforma ha quale obiettivo primario quello di presentare progetti in grado di valorizzare il potenziale economico del Cantone e di promuovere il territorio. I progetti promossi e finanziati grazie a questa piattaforma hanno quindi una natura pubblica in quanto tutti possono beneficiarne; talune volte questi progetti rappresentano beni comuni in quanto condivisibili tra i membri di una comunità. Tuttavia, beni pubblici e comuni, difficilmente sono sostenibili dall'economia privata in quanto non generano profitti sufficienti a coprirne i costi. Tale necessità di finanziamento ha permesso la nascita del crowdfunding in Ticino che racchiude potenzialità indagate in questa tesi di Bachelor.

1.1 Domanda di ricerca e obiettivi

L'obiettivo di questa tesi di Bachelor è descrivere come viene utilizzato e percepito il crowdfunding in Ticino allo scopo di comprendere ed esplicitare le potenzialità che questo fenomeno racchiude, facendo particolare riferimento al concetto di innovazione.

È inoltre oggetto di studio verificare la possibilità, per i promotori di progetti di crowdfunding in Ticino, di poter beneficiare di idee e competenze da parte dei finanziatori in modo da poter sviluppare un progetto più performante. La possibilità di poter apportare altri tipi di risorse permette ai finanziatori di sentirsi maggiormente coinvolti nel progetto, aumentando nondimeno la qualità del prodotto, intesa come insieme delle caratteristiche del prodotto in grado di soddisfare i bisogni del consumatore.

La domanda di ricerca alla quale la presente tesi vuole rispondere è la seguente:
Come può il crowdfunding attivo generare innovazione in Ticino?

Gli obiettivi che la tesi di Bachelor vuole raggiungere sono:

- descrivere il funzionamento della piattaforma *progettiamo.ch*,
- comprendere le motivazioni che spingono la ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding, nello specifico quello attivo,
- verificare la propensione ad ottenere altre risorse, oltre a quelle di natura finanziaria, da parte dei finanziatori,
- verificare la disponibilità dei finanziatori nell'apportare altri generi di risorse,
- indagare la possibilità di integrare un modello di crowdfunding attivo in Ticino.

1.2 Metodologia e struttura della tesi

La presente tesi di Bachelor vuole indagare il ruolo del crowdfunding nel processo di innovazione in Ticino. Per questo motivo, dopo una fase iniziale nella quale sono esposti i fondamenti teorici legati al crowdfunding ed all'innovazione vi sarà una fase di raccolta ed analisi dati allo scopo di dare risposta alla domanda di ricerca.

I dati sono stati raccolti mediante una serie di interviste semi strutturate presso gli amministratori della piattaforma di crowdfunding *progettiamo.ch*, ovvero gli Enti Regionali per lo Sviluppo (ERS), nello specifico sono stati intervistati l'ERS del Luganese e quello del Locarnese e Vallemaggia, mentre altre interviste sono poste ai promotori di progetti finanziati tramite una campagna di crowdfunding.

Le interviste eseguite presso i promotori dei progetti saranno esposte in forma di case studies e nello specifico saranno analizzati cinque progetti. Le interviste presso i promotori di progetti hanno permesso di raccogliere informazioni riguardanti le motivazioni che hanno spinto la ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding, come si sono avvicinati al crowdfunding, le alternative di finanziamenti e comprendere la predisposizione nel poter beneficiare di una forma di investimento di crowdfunding più attivo, ovvero che permette ai finanziatori di apportare, oltre a quelle finanziarie, altri tipi di risorse quali idee e conoscenza.

Sono stati inoltre condotti due sondaggi mediante l'applicativo LimeSurvey rivolti al pubblico ticinese ed ai finanziatori della piattaforma *progettiamo.ch.* Il primo sondaggio ha scopo puramente esplorativo e vuole indagare alcuni aspetti del crowdfunding ad esempio la conoscenza dell'argomento e la predisposizione a finanziare con risorse monetarie e non monetarie. Il secondo sondaggio, rivolto ai finanziatori della piattaforma, indaga la predisposizione nel voler fornire altre risorse oltre a quelle finanziare. Entrambi i sondaggi sono attivati nel periodo che spazia dal 20.06.2015 al 20.07.2015.

La struttura della presente tesi prevede una prima parte nella quale sono esposti i riferimenti teorici su cui si basa la ricerca ed il modello interpretativo dell'autore. A seguire vi è l'esposizione dei cinque case studies, rappresentanti progetti promossi tramite la piattaforma *progettiamo.c*h ed il rapporto sulle risposte al sondaggio rivolto ai finanziatori di *progettiamo.ch*. L'ultima fase comprende l'interpretazione dei risultati ottenuti e la risposta alla domanda di ricerca.

2 MODELLI TEORICI DI RIFERIMENTO

In questa sezione saranno esplicitati i fondamenti teorici che hanno permesso di elaborare una personale chiave di lettura che accompagna l'intero progetto di tesi.

Schumpeter descrive lo sviluppo quale cambiamento strutturale, sostanzialmente guidato dall'innovazione, suddividendo il processo innovativo in quattro dimensioni: invenzioni, innovazioni, diffusioni ed imitazioni. Le possibilità e le attività degli imprenditori, unitamente alle scoperte scientifiche, creano nuove opportunità di investimenti, crescita e occupazione. (Schumpeter, 1934).

Secondo il sito web InnoSupport l'innovazione si presenta per mezzo del perfezionamento di un'idea, di un concetto o un prodotto già esistente. (InnoSupport, s.d.). La produzione di nuove idee è pressoché infinita, ma solo quando portano valore si trasformano in innovazione. (Tobey, 2006). Oltre a soddisfare un bisogno, un'innovazione comporta l'utilizzo consapevole di informazioni ed iniziative nel creare maggior valore per il consumatore finale. (Business Dictionary, s.d.).

Fra le varie tipologie di innovazione Norman e Verganti (2012) ne identificano due (Norman & Verganti, 2012):

- innovazioni incrementali;
- innovazioni radicali.

Le innovazioni incrementali derivano da numerosi miglioramenti nel processo di ricerca di soluzioni, in altre parole "fare meglio quello che già facciamo". Per contro le innovazioni radicali, le quali richiedono maggior tempo per essere accettate, contemplano un cambiamento sostanziale nella ricerca di soluzioni, ovvero "fare quello che prima non facevamo" (Norman & Verganti, 2012).

Open innovation

Il concetto di Open Innovation può essere riassunto quale uso intenzionale di flussi di conoscenza in grado di accelerare l'innovazione all'interno di un'organizzazione ed esso permette lo sviluppo dei mercati.

L'Open Innovation considera la ricerca e lo sviluppo come un sistema aperto, ovvero basandosi sul fatto che idee valide possono fruire sia dall'interno che dall'esterno dell'organizzazione, giungendo quindi al mercato attraverso vie interne o esterne all'azienda. (Chesbrough, 2006).

I fondamenti di questa pratica di innovazione presuppongono che la conoscenza è ampiamente distribuita e che le organizzazioni devono identificare, connettersi e sfruttare fonti esterne di conoscenza per implementare un processo innovativo. Il modello di innovazione aperta contempla il fatto che i progetti derivanti sia da fonti interne che esterne di tecnologia, come pure le nuove tecnologie possono subentrare in varie fasi del processo di innovazione. (Chesbrough, 2006).

Open source

Vi sono alcuni aspetti che accomunano l'Open innovation all'Open source, ad esempio il voler usufruire di idee esterne per generare valore ed innovazione, tuttavia l'Open source, a differenza dell'Open innovation, presuppone che le risorse utilizzate non appartengano all'organizzazione, bensì alla comunità.

Le aziende private sono solite pagare i propri dipendenti controllando di conseguenza la proprietà intellettuale creata.
In un progetto Open source, invece, alcuni aspetti del progetto sono resi pubblici e fruibili sotto determinate condizioni. (Lerner & Tirole, 2004).

Il concetto di Open source è in maggioranza utilizzato nella produzione di software, che contempla l'utilizzo di sviluppatori provenienti da differenti località e di organizzazioni che concorrono al perfezionamento di applicativi informatici mediante la condivisione dei codici di programmazione. (Lerner & Tirole, 2004).

Coloro che contribuiscono al processo di sviluppo tramite pratiche Open source non beneficiano di alcuna remunerazione monetaria. Spesso, per concorrere allo sviluppo del prodotto, essi devono sottostare ad accordi di licenza che ne restringono le possibilità di ottenere un guadagno. (Lerner & Tirole, 2004).

Triplice elica

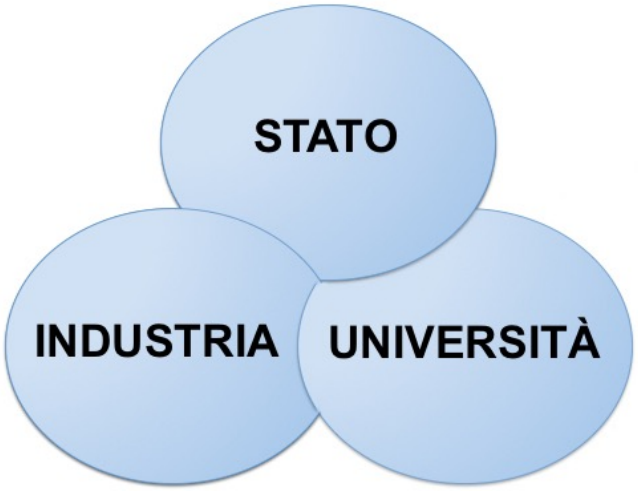
La nuova conoscenza ovvero quella generata dalla ricerca, dalla tecnologia e dagli istituti universitari è una risorsa indispensabile per l'innovazione. (Allison, Izsak, & Griniece, 2002).

La figura 1 rappresenta il modello della triplice elica, concetto nato grazie al contributo di Henry Etzkowitz nel 1993 (Stanford University, 2012). Questo modello assume che l'innovazione avviene grazie alla relazione dei tre attori coinvolti nel modello, ovvero Stato, industria ed università.

Il modello della Triplice elica comprende al suo interno multiple relazioni reciproche a differenti punti nel processo della capitalizzazione della conoscenza. (Etzkowitz, 2002). La prima dimensione della Triplice elica è la trasformazione interna delle singole eliche come ad esempio le alleanze strategiche fra le imprese o una missione di sviluppo economico tra le università. La seconda dimensione rappresenta l'influenza che ciascuna elica ha all'interno del modello. (Etzkowitz, 2002).

In passato Stato, industria ed università erano rappresentati in modo distaccato, mentre nella configurazione del modello della triplice elica (figura 1) essi sono rappresentati in un sistema interdipendente dove vi sono relazioni bilaterali fra ogni soggetto. (Etzkowitz, 2002).

Figura 1: Triplice elica



Fonte: Elaborazione dell'autore sulla base del modello della triplice elica di Henry Etzkowitz (1993)

3 CROWDSOURCING

In questa sezione è esposto il concetto del crowdsourcing in modo da poter comprendere l'importanza dell'intelligenza collettiva alla quale gli imprenditori possono far capo per risolvere problemi di natura aziendale grazie allo scambio di idee e conoscenza.

3.1 Definizione

Nel 2006 in un articolo pubblicato da Wired Magazine viene per la prima volta utilizzato il termine crowdsourcing[1] da Jeff Howe.
Le origini del concetto hanno tuttavia radici più lontane in ambiti governativi, scientifici ed industriali che hanno conosciuto il valore della conoscenza collettiva, ma è grazie ad Internet che questo fenomeno ha ottenuto maggior popolarità e sviluppo. (Crowdsource, 2013).

Nel libro "Crowdsourcing" (2013) Brabham definisce il crowdsourcing uno strumento di problem-solving online e un modello di produzione che contempla l'intelligenza collettiva delle comunità online in grado di raggiungere specifici obiettivi organizzativi. Le comunità online sono chiamate in inglese "crowd" (folla) e sono spinte da svariati motivi a rispondere ad attività di crowdsourcing promosse dalle organizzazioni. (Brabham, 2013).

Il crowdsourcing si differenzia dalla pratica dell'open source poiché in quest'attività si consente alla comunità di avere accesso agli elementi essenziali del prodotto (ad esempio il codice di programmazione di un software), mentre nel crowdsourcing i benefici derivanti dalla collettività sono gestiti internamente dall'organizzazione. (Brabham, 2008).

Il Web 2.0 è una piattaforma che facilita l'interazione fra gli individui. La collaborazione ha permesso di combinare la conoscenza e le risorse dei singoli in favore della collettività, l'apertura ha permesso alle persone di contribuire a differenti progetti mentre la partecipazione è aumentata grazie al maggior accesso a computer ed Internet. Queste tre caratteristiche spiegano come il Web 2.0 amplia le capacità delle piccole imprese, permettendo agli utenti di generare valore per le aziende. (Lee, DeWester, & Park, 2008).

[1] Il termine inglese «crowd» è tradotto in italiano in «folla», ad indicare il gran numero di individui che concorrono nell'attività di crowdsourcing.

3.2 Benefici e problematiche

Ottenere idee e servizi da un grande numero di persone permette di risolvere problemi in modo veloce, per questo motivo molti imprenditori vedono il crowdsourcing quale importante fattore nel proprio modello di business. (Ghose & Wadhwa, 2014).

Secondo Ghose e Wadhwa (2014) il crowdsourcing permette di costruire importanti relazioni con le comunità, ovvero la raccolta di conoscenza ed idee dagli utenti permette di far fronte alle sfide dell'organizzazione e consente di comprendere quali persone hanno realmente interesse nel prodotto. (Ghose & Wadhwa, 2014).

Un altro beneficio del crowdsourcing consiste nella possibilità per le organizzazioni di ottenere servizi ad un basso prezzo, se non addirittura gratuitamente. Esso permette di avere quindi il miglior compromesso tenendo in considerazione il prezzo e la qualità. (Buddhadeb, 2014).

La pratica del crowdsourcing può anche rappresentare un rischio per l'organizzazione, un possibile rischio è la dipendenza verso la piattaforma di crowdsourcing, ovvero l'organizzazione dipende dalle scelte strategiche della piattaforma. (Schenk & Guittard, 2009).

Secondo Schenk e Guittard (2009) questo strumento rappresenta inoltre un rischio per l'organizzazione in quanto, come avviene con l'outsourcing, vi è una fuga di conoscenza verso l'esterno dell'organizzazione che potrebbe trovarsi a dipendere in maniera eccessiva dalla folla. (Schenk & Guittard, 2009).

Tabella 1: Riassunto dei benefici e delle problematiche del crowdsourcing

Benefici	Problematiche
Ottenimento di idee e risorse	Dipendenza dalla piattaforma di crowdsourcing
Costo relativamente contenuto	Dipendenza dalla folla
Relazione con la comunità	Fuga di conoscenza dall'organizzazione

Fonte: Elaborazione dell'autore

La tabella 1, sopra esposta, riassume i benefici e le problematiche che il crowdsourcing rappresenta per un'organizzazione. Questi fattori possono rappresentare importanti punti da tenere in considerazione anche in un contesto di promozione di progetti in Ticino tramite *progettiamo.ch*.

4 CROWDFUNDING

In questa fase della tesi è trattato il concetto di crowdfunding illustrando i principali benefici per i promotori di progetti di crowdfunding ed i finanziatori. Dopo l'esposizione dei fattori critici da tenere in considerazione quando si intende promuovere una campagna di crowdfunding, saranno descritte le tipologie di finanziamento. Questa sezione si conclude con l'analisi delle tipologie di crowdfunding attivo e passivo.

4.1 Definizione

Gli studi effettuati da Belleflamme, Lambert e Schwienbacher (2010) hanno definito il crowdfunding un'attività che può essere vista come parte del più ampio concetto di crowdsourcing.

Raccogliere dei finanziamenti provenienti dalla "folla" è l'elemento che costituisce il crowdfunding. I potenziali consumatori, ma non solo, possono volontariamente intervenire apportando degli input di tipo finanziario[2]. (Kleemann & Voss, 2008). Da questo punto di vista il crowdfunding è uno strumento sottostante al crowdsourcing poiché prevede un aiuto di tipo finanziario da parte della folla.

Secondo Kleemann e Voss (2008) i finanziatori di un progetto di crowdfunding sono spinti da motivazioni che possono essere intrinseche, quali il piacere ed il divertimento nel compiere una determinata azione, e da motivazioni estrinseche, che prevedono una ricompensa[3] (dall'inglese: reward) sotto forma di denaro, beni oppure altri benefici. (Kleemann & Voss, 2008).

Le risorse finanziarie di un'organizzazione possono essere sostanzialmente divise in due categorie, Capitale proprio e debito. Se il denaro è parte del capitale proprio gli investitori hanno diritto ad ottenere una quota dell'impresa, ottenendone di fatto, in parte, il controllo ed allo stesso tempo condividendone il rischio, mentre i debiti sono risorse finanziarie legate all'organizzazione da uno specifico contratto. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

[2] Gli input finanziari possono assumere anche la forma di donazioni (senza necessariamente ottenere una ricompensa per l'investimento).
[3] La forma di crowdfunding che prevede una ricompensa ai finanziatori è chiamata «reward based».

Un esempio di crowdfunding: *Media No Mad*

Un esempio di crowdfunding è l'azienda *Media No Mad*, una start-up francese fondata nel 2007. L'attività dell'azienda consiste nello sviluppo di un sito web chiamato benoot.com il cui principio è quello di creare una comunità di viaggiatori che condividono fotografie, video, commenti e diari di viaggio dei luoghi visitati nel mondo.
Allo scopo di lanciare la seconda versione del sito Internet, *Media No Mad* necessitò di maggiori finanziamenti.
Inizialmente *Media No Mad* ha comunicato le proprie intenzioni mediante blog e successivamente tramite social networks quali *Facebook* e *Twitter*, la notizia raggiunse infine la televisione ed i giornali.
Infine, l'indagine condotta ha dimostrato che il 70% degli investitori hanno appreso della campagna di crowdfunding tramite blog, il 20% tramite passaparola, mentre solamente il 10% degli investitori conoscevano benoot.com precedentemente. Ciò dimostra che il successo di una campagna di crowdfunding può dipendere anche dal ruolo attivo del promotore.

Fonte: Larralde & Schwienbacher (2010)

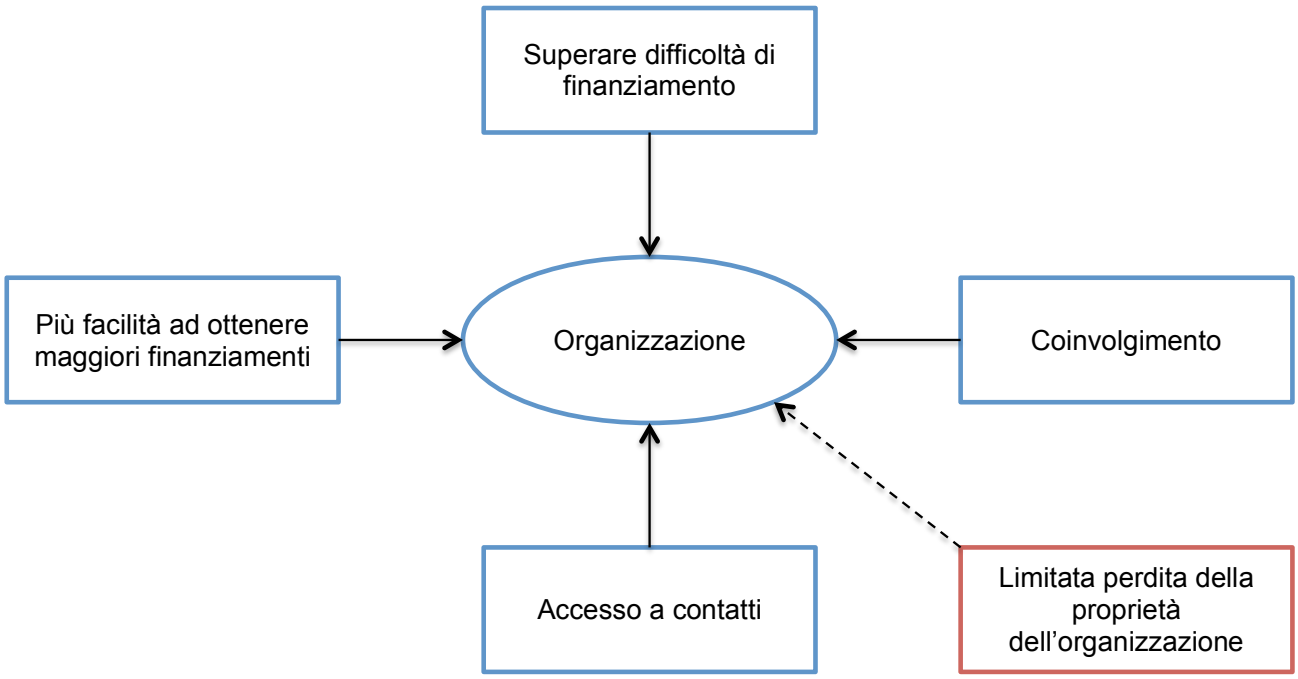
4.2 Benefici

Nell'articolo di Macht e Weatherston (2014) sono indicati alcuni dei benefici che il crowdfunding può portare alle organizzazioni che utilizzano questo metodo di finanziamento. L'articolo prende riferimento dal modello di benefici che le organizzazioni traggono tramite il finanziamento ad opera di business angels[4].
Secondo il modello l'organizzazione può ottenere, grazie ai propri investitori, più semplicità nel superare difficoltà di finanziamento, un maggior coinvolgimento, accesso a contatti e più facilità ad ottenere maggiori finanziamenti.

Tuttavia, nel modello di benefici adattato al finanziamento tramite crowdfunding, Macht e Weatherston (2014) individuano, come visibile nella figura 2, un ulteriore beneficio, ovvero la limitata perdita della proprietà e controllo dell'organizzazione da parte del promotore della campagna di crowdfunding. (Macht & Weatherston, 2014).

[4]Il business angel è un investitore informale, il quale disponde di un'ingente patrimonio ed è disposto a finanziare le imprese con capitale di rischio, fornendo contatti ed esperienza.

Figura 2: Modello dei benefici del finanziamento tramite il crowdfunding



Fonte: Macht e Weatherston (2014), traduzione a cura dell'autore

4.3 Fattori che influenzano il crowdfunding

Larralde e Schwienbacher (2010) hanno individuato alcuni fattori che possono influenzare l'utilizzo del crowdfunding quale forma di finanziamento per le organizzazioni. Alcuni fattori sotto elencati possono inoltre rappresentare delle problematiche per i promotori di campagne di crowdfunding.

Mancanza di risorse preesistenti

La mancanza di risorse preesistenti può influenzare l'ottenimento di ulteriori risorse, poiché esse fungono da garanzia e permettono di far fronte agli oneri di un finanziamento. Talune volte l'organizzazione può, unitamente al finanziamento, necessitare di competenze manageriali, di marketing o di altri settori aziendali. Tali risorse possono essere ottenute mediante un investimento in capitale proprio, in modo tale da ottenere sia il finanziamento che l'esperienza professionale che gli investitori portano all'impresa. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

Rischio, azzardo morale e asimmetria informativa

La quantità di rischio alla quale l'organizzazione è esposta è una condizione importante nelle decisioni di finanziamento degli investitori, poiché si assumono parte di esso. (Short, 1994).

Il finanziamento attraverso capitale proprio (equity) permette di suddividere il rischio tra diversi investitori, mentre il debito pone l'imprenditore nella posizione di assumersi la totalità del rischio d'impresa. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

L'azzardo morale può manifestarsi in diverse forme, spesso gli investitori fanno fronte a questa problematica concedendo il proprio investimento in diverse fasi. Questo permette ai finanziatori di prendere decisioni basate sul raggiungimento di determinati obiettivi e sulla base di ulteriori informazioni. (Bergemann & Hege, 1998).

L'asimmetria informativa è un altro fattore che determina i finanziamenti di un'impresa, nel caso del crowdfunding questo elemento può essere più evidente in quanto gli investitori (folla) non sono esperti del campo d'attività dell'organizzazione. Tuttavia le varie tipologie di investitori necessitano di informazioni differenti, in relazione con il grado di rischio a cui fanno fronte. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

Forma organizzativa

Nell'articolo di Lambert e Schwienbacher (2010) si evince che le organizzazioni senza scopo di lucro tendono ad avere maggior successo nella ricerca di finanziamenti rispetto alle organizzazioni che perseguono fini a scopo di lucro. Ciò indica che la forma organizzativa è un fattore che influenza il successo di una campagna di crowdfunding.

L'articolo suggerisce che la spiegazione di quanto sopra riportato è che le organizzazioni non-profit tendono a perseguire una maggiore qualità, per contro le organizzazioni for-profit prediligono l'opzione quantitativa-qualitativa che massimizza il loro profitto. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

Preferenze di controllo

Tra management dell'organizzazione e proprietari possono crearsi conflitti di interessi. (Short, 1994). Il successo è influenzato dalla struttura di proprietà dell'organizzazione, un esempio di conflitto di interessi è la massimizzazione del profitto perseguita dal proprietario dell'impresa e la creazione di valore, obiettivo del management. (Czarnitzki & Kornelius, 2004).

Questo fattore concerne il crowdfunding nella misura in cui si vuole concedere il diritto di manifestare il proprio giudizio alla folla. Le problematiche consistono nella numerosità dei finanziatori e nelle modalità di esercizio del diritto di voto, a questo proposito, il Web 2.0 permette di conciliare queste problematiche permettendo un

maggior controllo e coordinazione della comunità di finanziatori, un esempio è la possibilità per i finanziatori di poter votare alcuni aspetti specifici del prodotto. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

Finanziamento richiesto dall'organizzazione

Un'altra determinante fondamentale nelle campagne di crowdfunding è l'ammontare richiesto dal promotore della campagna. Larralde e Schwienbacher (2010) indicano che le imprese che richiedono investimenti minori ottengono con maggior facilità il finanziamento poiché importi inferiori richiedono minori risorse detenute dall'organizzazione. Inoltre l'ammontare relativamente ristretto del finanziamento permette di raggiungere differenti forme di finanziamento. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

Aspetti legali riguardanti il capitale proprio

Le aziende private devono confrontarsi con regolamenti sul capitale proprio che potrebbero, in alcuni casi, limitare l'utilizzo del finanziamento tramite crowdfunding, ad esempio alcune nazioni pongono limiti sul numero di detentori di un'impresa. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

4.4 Tipologie di finanziamento

Le tipologie di finanziamento tramite crowdfunding discusse nell'articolo di Cumming, Leboeuf e Schwienbacher (2015) possono suddividersi essenzialmente in due tipologie:

1. Keep-it-all (tieni tutto)
2. All-or-nothing (tutto o niente)

Il metodo di finanziamento *Keep-it-all* permette al promotore di un progetto di crowdfunding di beneficiare di ogni promessa di finanziamento proveniente dalla folla, anche se la cifra obiettivo non viene raggiunta.

La tipologia *All-or-nothing* di finanziamento, per contro, presuppone che il promotore della campagna di crowdfunding ponga l'obiettivo minimo di finanziamento del progetto e potrà beneficiare delle promesse di finanziamento unicamente se esse raggiungono la cifra obiettivo. (Cumming, Leboeuf, & Schwienbacher, 2015).

4.5 Tipologie di crowdfunding

Il crowdfunding, il quale viene attuato grazie a piattaforme che permettono di raggruppare i progetti, esiste in diverse modalità (Larralde & Schwienbacher, 2010):

- Donazione
- Investimento passivo
- Investimento attivo

4.5.1. Donazione

Si tratta di iniziative di crowdfunding che cercano di ottenere finanziamenti senza per contro dare un incentivo al finanziamento (reward).

Diverse organizzazioni tendono a voler raccogliere finanziamenti sotto forma di donazioni, come evidenziato da una ricerca empirica la quale sostiene che il 22% delle iniziative di crowdfunding si presentano sotto forma di donazione. (Larralde & Schwienbacher, 2010).
La raccolta di finanziamenti mediante donazioni potrebbe facilitare le organizzazioni non-profit in quanto sono maggiormente inclini alla produzione di qualità rispetto alle organizzazioni for-profit, che sono portate alla massimizzazione del profitto, perseguito attraverso la standardizzazione e la riduzione della qualità dei prodotti che possono essere di conseguenza maggiormente distribuiti. (Glaser & Shleifer, 2000).

4.5.2. Investimento passivo

I promotori di campagne di crowdfunding offrono una forma di ricompensa ai propri investitori (reward); la ricompensa può assumere diverse forme ma senza permettere agli investitori di concorrere attivamente all'iniziativa, ad esempio, dando loro diritti di voto, possibilità di scegliere alcune caratteristiche del prodotto o lavorando all'interno del progetto. In questo caso i progetti sono promossi da coloro che ricercano un finanziamento senza l'intenzione di utilizzare altri tipi di ricorse provenienti dai finanziatori. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012).

La maggior parte delle iniziative di crowdfunding presentano una forma di ricompensa ai finanziatori, essa può assumere diverse forme a dipendenza dei diversi modelli di business, ad esempio l'organizzazione può concedere sconti o gadget legati alla campagna di crowdfunding. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

I promotori di campagne di crowdfunding ad investimento passivo hanno quale unico interesse quello di ottenere finanziamenti senza nessun utilizzo attivo della folla e senza quindi perdere il controllo e la proprietà dell'organizzazione. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012).

4.5.3. Investimento attivo

In questa variante del crowdfunding, le organizzazioni offrono ai finanziatori la possibilità di essere attivi all'interno dell'iniziativa oltre ad offrire loro una forma di ricompensa. Ciò permette all'imprenditore di ottenere feedback relativi al prodotto e comprendere le potenzialità che la domanda di mercato offre. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012).

Il contributo attivo che i finanziatori possono portare all'organizzazione può essere strutturato sotto forma di crowdsourcing, ovvero il risolvere, a livello di comunità, problemi dell'impresa. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

La forma di remunerazione utilizzata dal promotore della campagna di crowdfunding può permettere di ottenere importanti informazioni, ad esempio concedere la possibilità di effettuare il pre-ordine del prodotto beneficiando di uno sconto fornisce un importante feedback concernente le preferenze del mercato, in questo caso gli investitori sono anche consumatori. (Larralde & Schwienbacher, 2010).

L'investimento attivo da parte della folla implica un'interazione basata su un rapporto di fiducia fra promotore della campagna di crowdfunding e finanziatore al fine di realizzare il progetto.

5 CROWDFUNDING IN TICINO

In questa sezione il tema del crowdfunding è circoscritto al contesto cantonale, in modo tale da introdurre l'esposizione dei cinque progetti promossi tramite la piattaforma di crowdfunding ticinese *progettiamo.ch*. Questi casi di studio saranno fondamentali per la formulazione della risposta alla domanda di ricerca in quanto trattano uno dei soggetti del sistema di crowdfunding in Ticino.

5.1 Contestualizzazione

I risultati dell'indagine del *Global Entrepreneurship Monitor*[5] (GEM), sulla base delle statistiche ufficiali mostrano una dinamica imprenditoriale incoraggiante per il Ticino. (Alberton & Huber, 2013). L'inchiesta GEM evidenzia che il tasso di attività imprenditoriale ai primi stadi (Total Early-stage entrepreneurial Activity, TEA[6]) nel Canton Ticino è pari al 4,3%, dato inferiore alla media svizzera che è pari al 6,6%. (Alberton & Huber, 2013).

Nonostante il TEA del Canton Ticino sia inferiore rispetto alla media nazionale, il Ticino presenta una maggior percentuale di persone che vedono buone opportunità per l'inizio di un'attività imprenditoriale nella zona in cui risiedono, tale percentuale per il Canton Ticino si attesta al 61% mentre la media svizzera è del 47%. Inoltre i ticinesi ritengono, in misura maggiore rispetto alla media nazionale, di possedere un bagaglio di conoscenze e competenze sufficienti per intraprendere un'attività imprenditoriale. (Alberton & Huber, 2013).

A promozione dell'innovazione in Ticino è in vigore, dal 25 giugno 1997, la legge per l'innovazione economica il cui scopo è quello di favore l'innovazione economica e l'occupazione nel settore industriale, dell'artigianato industriale e del terziario avanzato. Le misure di questa legge consistono in un aiuto cantonale ed agevolazione fiscale cantonale e comunale temporanea (alle nuove aziende) per quanto riguarda gli investimenti materiali o immateriali innovativi, mentre per quanto riguarda gli interventi indiretti le misure sono la promozione delle zone industriali di interesse cantonale, il sussidio ai Comuni per le zone di interesse locale, la promozione, consulenza e

[5] Il Global Entrepeneurship Monitor (GEM) è un consorzio di ricercatori e rileva le attitudini, attività e aspirazioni imprenditoriali in 70 paesi, inoltre il GEM suggerisce politiche in favore dell'imprenditorialità. (Alberton & Huber, 2013).

[6] Il Total Early-stage Entrepeneurial Activity (TEA) indica la percentuale di popolazione adulta (18-64 anni) che partecipa attivamente alla creazione di una nuova impresa, che cerca di diventarne proprietario o che è membro della direzione di un'impresa esistente da meno di 3,5 anni. (Alberton & Huber, 2013).

intermediazione e la promozione della formazione professionale mediante contributo finanziario al salario. (Alberton, Huber, Mantegazzi, Mini, & Leon Lopez, 2011).

È stata inoltre costituita la Fondazione AGIRE[7], piattaforma cantonale per il trasferimento delle conoscenze e delle tecnologie e per la promozione dell'imprenditorialità. La fondazione ha lo scopo di supportare lo sviluppo socio-economico sia cantonale che regionale. (Alberton et al., 2011). La figura 3 rappresenta il Sistema regionale d'innovazione Ticino.

Figura 3: Sistema regionale d'innovazione Ticino

Fonte: Alberton et al. (2011)

Recentemente il Consiglio di Stato ha licenziato il Messaggio concernente la nuova Legge per l'innovazione economica (nLInn), la cui entrata in vigore è prevista nel 2016. La politica dell'innovazione comprende, oltre alla futura nLInn altre politiche e leggi settoriali, quali la politica economica regionale, la politica fiscale, la politica della formazione e della ricerca e la politica dello sviluppo territoriale. (Huber, 2015).

[7] I soci fondatori della fondazione AGIRE sono Cantone Ticino, SUPSI, USI, Associazione industrie ticinesi e la Camera di commercio, dell'industria, dell'artigianato e dei servizi del Cantone Ticino

Un progetto del Bak Basel (2014) ha analizzato la struttura occupazionale dei settori chiave del Canton Ticino, è quindi possibile individuare quattro settori chiave per l'economia ticinese (Wagner et al., 2014).

Life sciences

Questo settore assume maggior importanza in Ticino rispetto alle altre regioni svizzere in quanto la quota degli occupanti rispetto all'economia complessiva è, in Ticino, maggiore.

La quota di esportazione raggiunge la cifra del 21% sul totale delle esportazioni di beni mentre il comparto produttivo dispone di un mercato potenziale in crescita. (Wagner et al., 2014).

Questo settore conta oltre 4'000 addetti a tempo pieno (ETP) e rappresenta quindi un'industria chiave per l'economia ticinese. (Wagner et al., 2014).

Moda

Il settore moda comprende anche il commercio all'ingrosso di articoli di abbigliamento e relativamente ad esso il settore mostra interessanti prospettive di sviluppo ed è inoltre un motore importante per altri settori come i servizi per le imprese.

Complessivamente il settore conta un numero di addetti equivalenti a tempo pieno di 4'143 unità. (Wagner et al., 2014)

Meccanica ed elettronica

Secondo il progetto di Wagner et al. (2014) il Ticino presenta in questo settore un'elevata specializzazione, in particolare nel comparto delle attrezzature elettroniche. Inoltre, il settore ha un elevato potenziale di crescita e contribuisce per un terzo delle esportazioni ticinesi. (Wagner et al., 2014).

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione

Il settore delle tecnologie, dell'informazione e della comunicazione (ICT) fa parte dei settori importanti per l'economia del Ticino dato gli oltre 3'300 equivalenti a tempo pieno e la crescita del settore. (Wagner et al., 2014).

5.2 Enti regionali per lo sviluppo

Gli Enti Regionali per lo Sviluppo (ERS) sono costituiti dai Comuni, eventualmente con il contributo di altri enti pubblici o privati che hanno i seguenti compiti (Ufficio per lo sviluppo economico, s.d.):

- partecipare all'allestimento e all'aggiornamento del Programma cantonale d'attuazione quadriennale;
- valorizzare il potenziale economico e territoriale della regione;
- diventare ambito regionale di confronto, coordinamento e ricerca del consenso per la realizzazione di progetti e servizi;
- collaborare con il Cantone nell'applicazione della Legge d'applicazione della Legge federale sulla politica regionale, in sintonia con gli indirizzi delle politiche settoriali.

Gli Enti Regionali per lo Sviluppo permettono di implementare la politica economica cantonale a livello regionale ed in tal senso in Ticino vi sono quattro ERS (Bellinzonese e Valli, Luganese, Locarnese e Vallemaggia, Mendrisiotto e Basso Ceresio).

5.3 Progettiamo.ch

Relativamente al Canton Ticino è stata attivata e promossa dai quattro Enti Regionali per lo Sviluppo (ERS), la piattaforma di crowdfunding *progettiamo.ch*.
La piattaforma ha il compito di promuovere e valorizzare il potenziale economico e territoriale ticinese attraverso tre diverse modalità di finanziamento (Progettiamo.ch, 2014):

- **Sosteniamo**
  "*Progetti di sviluppo del territorio del Canton Ticino senza fini lucrativi: iniziative culturali, turistiche, di valorizzazione storica o delle tradizioni, interventi di recupero del paesaggio, ecc*."
- **Doniamo**
  "*Iniziative solidali, in particolare progetti o raccolte fondi a scopo di beneficienza*"
- **Finanziamo**
  "*Finanziamento di iniziative imprenditoriali ticinesi, con attenzione per le produzioni locali ed artigianali*"

Attualmente la piattaforma presenta un tasso di successo del 67% ed ha permesso, grazie al contributo di 236 finanziatori, di realizzare 16 progetti. (Progettiamo.ch, 2014).

Il funzionamento della piattaforma di crowdfunding ticinese permette, a qualsiasi sostenitore intenzionato a contribuire alla realizzazione del progetto, di registrare le proprie promesse di finanziamento. *Progettiamo.ch* garantisce ai finanziatori l'informazione sull'andamento della campagna di crowdfunding del progetto finanziato. Il promotore del progetto riceve dalla piattaforma di crowdfunding il resoconto delle promesse di finanziamento solo nel caso in cui il progetto abbia raccolto promesse di finanziamento sufficienti a raggiungere la cifra obiettivo nel tempo stabilito. (Progettiamo.ch, 2014).

5.3.1. Modello di crowdfunding utilizzato

Come indicato nella sezione precedente, la piattaforma *progettiamo.ch* permette la raccolta di finanziamenti in tre diversi metodi (sosteniamo, doniamo e finanziamo).

I metodi "*sosteniamo"* e "*finanziamo"* rappresentano, applicando le definizioni di Belleflamme, Lambert e Schwienbacher (2012), investimenti passivi dai finanziatori. Infatti, le campagne di crowdfunding passivo non includono l'integrazione attiva del finanziatore all'interno del progetto se non unicamente per un contributo finanziario. I progetti promossi dalla piattaforma *progettiamo.ch* prevedono una forma di ricompensa per coloro che finanziano, fattore che coincide con la definizione di investimento passivo da parte della folla.
La categoria di raccolta fondi "*doniamo"*, per la natura dei progetti promossi, coincide con la definizione di donazione, infatti i progetti promossi sotto questa categoria, oltre a perseguire pratiche non-profit, non offrono alcun incentivo al finanziamento da parte degli investitori.

La piattaforma *progettiamo.ch* prevede il metodo *All-or-nothing* quale tipologia di finanziamento in quanto i promotori di progetti ottengono le informazioni relative alle promesse di finanziamento unicamente se la campagna di crowdfunding raggiunge la cifra obiettivo prefissata.

In sintesi nessuna categoria di progetti promossi tramite la piattaforma *progettiamo.ch* presenta qualità tipiche dell'investimento attivo da parte dei finanziatori. Tuttavia, come indicato successivamente, il progetto *Impacchettiamo la farina* bona ha integrato

l'uso attivo di un finanziatore all'interno del progetto. Nonostante la piattaforma non comprenda tuttora funzionalità che permettano la promozione di progetti attraverso pratiche di crowdfunding attivo, nelle sezioni seguenti è possibile notare che sia promotori di progetti che finanziatori sono favorevoli a questa tipologia di crowdfunding.

5.4 Metodi di finanziamento per progetti

Nelle fasi iniziali di un'organizzazione essa si confronta con la difficoltà nell'attrarre capitali esterni, sia sotto forma di prestito bancario che di investimento in capitale proprio. (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2013).

Larralde e Schwienbacher hanno identificato diverse fonti di finanziamento per le aziende, suddivisi in investitori in capitale proprio e capitale estraneo (Larralde & Schwienbacher, 2010):

Tabella 2: Tipologie di investitori suddivisi per capitale proprio e capitale estraneo

	Investitore	Descrizione
Capitale prorpio	Imprenditore e membri del team	L'imprenditore investe i propri soldi oppure i soldi che ha ottenuto attraverso prestiti personali nell'azienda
	Amici e famiglia	Amici e famiglia dell'imprenditore
	Business agnels	Persone facoltose intenzionate a finanziare piccoli progetti
	Venture capitalists	Investitori specializzati che raccolgono il denaro da individui non specializzati e li investono in progetti più grandi per un periodo di 5-7 anni
	Altre aziende / Investitori strategici	Altre aziende possono decidere di investire in progetti che possono avere un'importanza strategica
	Mercato azionistico	Individui pubblici investono nella compagnia attraverso offerte pubbliche
Capitale estraneo	Banche	Prestiti
	Compagnie di leasing	Forniscono attrezzatura attraverso il pagamento di un leasing
	Agenzie governative	Finanziamenti per progetti particolari
	Clienti / fornitori	Ad esempio trade credit

Fonte: Larralde & Schwienbacher (2010), traduzione a cura dell'autore

Come riportato successivamente nella sezione riguardante i casi di studio, i progetti ticinesi promossi dalla piattaforma *progettiamo.ch* fanno riferimento, oltre al crowdfunding, ad altre forme di finanziamento quali istituzioni aventi mandato benefico, ai Comuni interessati dal progetto e da Enti pubblici quali gli Enti Regionali per lo Sviluppo.

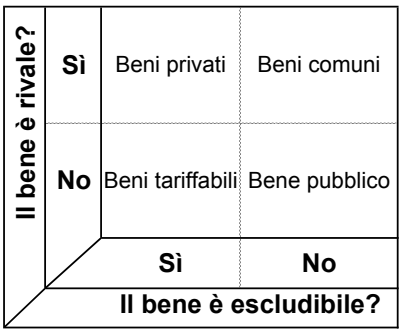
6 MODELLO INTERPRETATIVO

Come illustrato dalla figura 4 concepita da Stiglitz (2004) i beni pubblici possiedono contemporaneamente due caratteristiche (Stiglitz, 2004):

- **non sono rivali nel consumo**, ovvero il consumo del bene da parte di qualcuno non impedisce che altre persone possano consumare lo stesso bene;
- **non sono escludibili dal consumo**, ciò significa che non è possibile impedire a qualcuno di beneficiarne.

Il mercato difficilmente è in grado di offrire beni pubblici, poiché il consumatore ne può beneficiare senza pagare un compenso adeguato a coprire tutti i costi derivanti dalla sua produzione.

Figura 4: Tipologie di beni



Fonte: Stiglitz (2004), traduzione a cura dell'autore

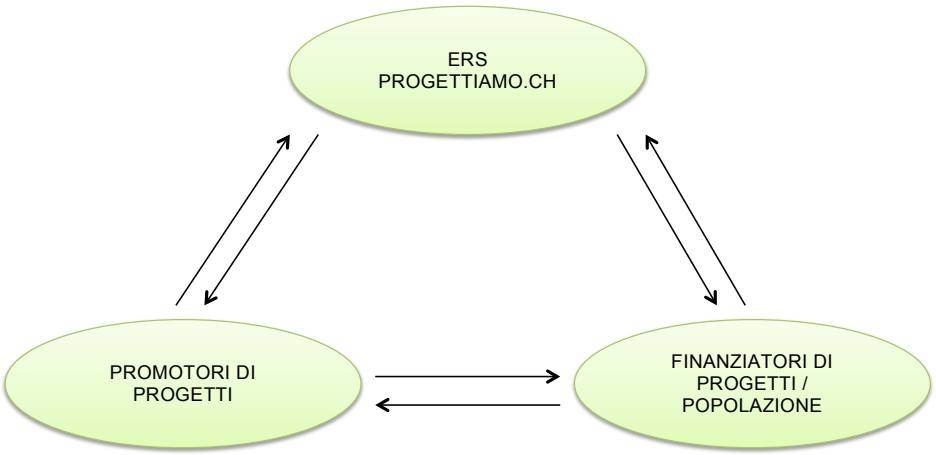
I beni pubblici sono importanti per l'economia, tuttavia la loro produzione risulta difficilmente sostenibile dall'economia privata poiché non generano profitti. Il crowdfunding è uno strumento che permette quindi il finanziamento, con i mezzi privati, di beni pubblici come ad esempio un ponte; questo fattore può garantire una maggior distribuzione di questi beni i cui costi sono sostenuti dalle persone che manifestano interesse verso di esso e persone che ne beneficiano e non dall'intera popolazione.

Il modello concettuale esposto nella figura 5 prende spunto dai diversi modelli teorici illustrati in precedenza. Il contributo dell'Open innovation consiste nel sistema aperto che permette all'innovazione di subentrare nelle varie fasi del progetto grazie all'interazione fra il promotore del progetto, i finanziatori e gli Enti Regionali per lo Sviluppo amministratori della piattaforma *progettiamo.ch*. Il crowdfunding attivo permette inoltre uno scambio di risorse diverse da quelle monetarie. Nonostante queste risorse siano apportate dai finanziatori il progetto rimane di proprietà del

promotore, proprio come avviene nel caso dell'Open source dove tutti possono apportare un contributo al progetto senza però poter vantare diritti di proprietà sul medesimo.

Il modello della triplice elica di Etzkowitz ritiene importanti per l'innovazione le interazioni fra i vari attori all'interno del sistema che necessitano la cooperazione degli altri soggetti per poter dare il massimo contributo (interdipendenza fra i soggetti allo scopo di generare innovazione).

Figura 5: Relazioni fra gli attori del crowdfunding in Ticino



Fonte: Elaborazione dell'autore

Il modello concettuale prende in considerazione, quali attori principali che concorrono al processo di innovazione in Ticino dovuto al crowdfunding, gli Enti Regionali per lo Sviluppo, in qualità di amministratori della piattaforma *progettiamo.ch*, i promotori dei progetti che sono coloro che danno inizio al progetto e ne sono responsabili per quanto riguarda la buona riuscita ed i finanziatori dei progetti, in quanto contribuiscono ad essi fornendo parte del capitale necessario e risorse affinché il progetto venga realizzato.

Ogni soggetto all'interno del sistema di crowdfunding in Ticino ha dei ruoli definiti, tuttavia è l'interazione tra di essi che permette di generare innovazione. Inoltre un modello di crowdfunding attivo permette ai finanziatori di partecipare attivamente al progetto, questo contributo potrebbe rappresentare un valore aggiunto per il progetto che beneficia quindi di maggiori risorse presentando anche degli aspetti innovativi.

Il progetto proposto dal promotore da inizio al processo innovativo, esso viene seguito e valutato dagli Enti Regionali per lo Sviluppo e pubblicato sulla piattaforma di crowdfunding *progettiamo.ch*, in questa fase il finanziatore valuta il progetto e può

decidere se finanziarlo. Nel concetto di crowdfunding attivo in Ticino il finanziatore, oltre a fornire capitali monetari necessari alla sua realizzazione ha il duplice ruolo che consiste nel poter fornire altri generi di risorse che possono essere di diverse tipologie, ad esempio un contributo potrebbe essere quello di partecipare attivamente mettendo a disposizione del tempo oppure fornire materiali necessari al promotore del progetto affinché questo progetto sia efficacemente eseguito.

L'interazione fra questi soggetti potrebbe portare al miglioramento di una proposta progettuale avanzata dal promotore, rappresentando di per sé un processo di innovazione poiché maggiori risorse possono portare a nuove soluzioni mentre un numero maggiore di persone garantisce un apporto di soluzioni non indifferente.

7 CASE STUDIES

In questa sezione sono presi in considerazione cinque progetti promossi dalla piattaforma *progettiamo.ch* che attualmente risultano finanziati totalmente ed in fase di realizzazione. Grazie a questi casi di studio sarà possibile confrontare le risposte del sondaggio ed indagare il parere dei promotori dei progetti nei confronti di una forma di crowdfunding più attiva.

Amici del lago

Il progetto *Amici del lago*, promosso da Renzo Botta e dall'Ente Regionale per lo Sviluppo Locarnese e Vallemaggia ha quale obiettivi specifici:

1. la creazione di tre forum sul lago maggiore;
2. un concorso di fotografia;
3. simposio al Monte Verità per le classi di quarta elementare.

Il progetto ha quale cifra obiettivo CHF 15'000, tuttavia è riuscito ad ottenere, grazie alla piattaforma *progettiamo.ch*, finanziamenti per CHF 49'400, pari al 329% di finanziamento, ottenuti grazie a 49 finanziatori. (Amici del lago, s.d.).
Il successo del progetto ha permesso allo stesso di ampliarsi, aggiungendo attività quali il concorso di fotografia ed il simposio al Monte Verità.

Al progetto hanno lavorato Renzo Botta, rappresentante del Centro di competenza Lago Maggiore ed Igor Franchini in rappresentanza dell'Ente Regionale per lo Sviluppo Locarnese e Vallemaggia. Hanno inoltre collaborato al progetto altre persone con il ruolo di organizzare le attività. (Franchini, 2015).

Secondo Igor Franchini, promotore del progetto, il successo di *Amici del lago* risiede nel grande lavoro del signor Renzo Botta che ha sfruttato la rete di contatti personali per attirare finanziatori al progetto, ciò a dimostranza di un comportamento attivo da parte del promotore. Pur non considerando le attività previste dal progetto innovative, esso è innovativo nella modalità di raccolta di finanziamenti, ovvero tramite una campagna di crowdfunding, questo diverso criterio di approccio con i finanziatori ha permesso il raggiungimento dell'obiettivo e la creazione di interesse verso le attività legate al Lago Maggiore.

L'Ente Regionale per lo Sviluppo ha permesso, unitamente al lavoro di Renzo Botta, di creare fiducia da parte dei finanziatori nei confronti del progetto grazie alla

conoscenza fra promotore e finanziatori ed alla figura istituzionale che l'ERS rappresenta in garanzia del progetto.

Idee e risorse non monetarie provenienti dall'esterno del progetto sono, secondo Igor Franchini, ben accetti. I feedback da parte dei finanziatori finora raccolti sono positivi ed incoraggianti.

Il progetto *Amici del lago* ha permesso di sfruttare un contatto esistente con i finanziatori, ciò ha consentito la realizzazione dello stesso e simboleggia quanto sia importante la fiducia che i finanziatori ripongono nei promotori dei progetti. Il rapporto tra finanziatori e promotori permette il finanziamento del progetto, ma in alcuni casi può essere prevista una collaborazione nella quale promotore e finanziatore sono unitamente attivi per la realizzazione del progetto.

Un ponte per unire

Il progetto *Un ponte per unire* prevede la costruzione di un ponte sospeso (anche detto Ponte Tibetano) tra Monte Carasso e Sementina, in modo tale da creare un passaggio, altrimenti impraticabile a fondo valle.
Il progetto è promosso dalla Fondazione Curzútt di Monte Carasso che intende, grazie al Ponte Tibetano, rafforzare l'attrattività della montagna soprastante Monte Carasso creando quindi un ponte che svolge sia da punto attrattore che da oggetto funzionale in quanto permette, appunto, l'attraversamento della valle.

La costruzione del ponte ha permesso, dalla sua realizzazione, una maggiore cifra d'affari (quasi raddoppiata) dell'Ostello di Curzútt, un maggior numero di trasporti tramite teleferica che misura ora una frequenza che precedentemente era misurabile unicamente al sabato ed alla domenica. La fondazione ha dovuto utilizzare con maggior frequenza i furgoncini per il trasporto delle persone fino all'Ostello, inoltre, in questi dati non sono contemplate le persone che raggiungono il ponte senza l'utilizzo del furgone o della teleferica. (Bertinelli, 2015).

Bisogna considerare che la maggior attività dell'ostello e dei mezzi per risalire la valle attingono risorse da Monte Carasso e dalle zone limitrofe (ad esempio: personale e ingredienti per le ricette dell'ostello), ciò permette quindi di creare attività economica a favore della regione vicina al ponte tibetano.

Sebbene il progetto sia promosso anche sulla piattaforma *progettiamo.ch* deve la sua realizzazione a fonti di finanziamento raccolte esternamente alla piattaforma, il

progetto ha infatti ottenuto i finanziamenti più significativi da altre fondazioni a scopo benefico, dai Comuni di Monte Carasso e Sementina e da enti pubblici. (Bertinelli, 2015).

Il fattore innovativo della realizzazione del Ponte Tibetano risiede nelle misure, ovvero, considerando l'intero arco alpino, rappresenta il ponte più lungo di questa tipologia, inoltre rappresenta un fattore di esclusività, nel senso che rappresenta una novità in termini di posizione e complessità ingegneristica.

La fondazione Curzútt è ben disposta ad accettare aiuti provenienti dalla folla, come pure accetterebbe idee, infatti uno dei suoi obiettivi è quello di creare interesse attorno alla montagna e per farlo cercano di coinvolgere le scuole elementari della regione, cercando quindi una sorta di collaborazione tra fondazione ed istituti scolastici.

Secondo Carlo Bertinelli, promotore del progetto, è fondamentale la fiducia tra finanziatori e promotori del progetto, poiché il rapporto di fiducia permette la realizzazione di progetti che altrimenti non verrebbero concretizzati. I finanziamenti, a dipendenza dell'idea, possono essere raggiunti, tuttavia è bene che i finanziatori e la popolazione accettino il progetto affinché esso venga eseguito. (Bertinelli, 2015).

Impacchettiamo la farina bona

Ilario Garbani, mugnaio della Valle Onsernone e docente delle scuole elementari è il promotore del progetto che fonda la sua base sulla ricetta originale di produzione della *farina bona*. La farina è un prodotto tipico della regione e viene prodotto con il grano turco proveniente dal Piano di Magadino. (Garbani, 2015).

L'idea della produzione della *farina bona* avviene durante una ricerca scolastica sulle tradizioni della Valle Onsernone, tuttavia Garbani giudica il processo di produzione non abbastanza valorizzato, ciò da quindi il lancio al progetto di produzione della *farina bona* annoverando l'antica ricetta e le antiche tecniche di produzione. (Garbani, 2015).

La campagna di crowdfunding *Impacchettiamo la farina bona* promossa tramite la piattaforma *progettiamo.ch* consiste nella ricerca di finanziamento per l'acquisto di un macchinario per l'imballaggio della farina. Grazie a questo macchinario sarà possibile centralizzare la produzione della farina a Vergeletto (Valle Onsernone).

Dall'intervista con Ilario Garbani è emerso il grande lavoro eseguito per poter rendere l'attività di produzione della farina bona possibile, ovvero trovare i macchinari adatti e

le collaborazioni, ad esempio la collaborazione con un coltivatore di grano turco nel Piano di Magadino, permettendo quindi la buona riuscita della *farina bona*. Un'altra importante collaborazione per Garbani arriva tramite Slow Food, ciò ha permesso il rilancio della *farina bona* a livello nazionale.

Il rilancio della *farina bona* ha permesso, di riflesso, il rilancio del paesaggio della valle mediante il restauro dei mulini, tale restauro ha permesso di portare la produzione della farina a Vergeletto. (Garbani, 2015).

Il progetto ha avuto un forte sostegno dall'Ente Regionale per lo Sviluppo della regione Locarnese e Vallemaggia, l'ERS ha, oltre ad aver indicato alcuni finanziatori per il restauro dei mulini di Vergeletto, garantito la somma richiesta tramite la campagna di crowdfunding, garantendo di fatto l'acquisto del macchinario per l'imballaggio della farina.

La campagna per il rilancio della farina nella Valle Onsernone ha permesso al promotore di entrare in contatto con un finanziatore, il quale ha fornito il proprio contributo al progetto dando risorse finanziarie ma anche mettendo a disposizione il proprio tempo per contribuire alla buona riuscita. (Garbani, 2015).
Questa esperienza di crowdfunding attivo ha permesso, grazie alla fiducia reciproca tra promotore del progetto e finanziatore, una collaborazione il cui fine è motivato dal desiderio della buona riuscita del progetto.

Secondo Garbani il progetto ha parecchie componenti di innovazione, che grazie all'accettazione da parte della comunità sono diventate tradizione. Inoltre a breve verrà presentato al pubblico un gelato che annovera fra i suoi ingredienti la farina di grano turco.

Restauro Cà Vegia

Il progetto *Restauro Cà Vegia* consiste nel restauro e conseguente recupero di una casa a Cerentino allo scopo di sistemare il tetto, salvaguardando quindi un'importante bene culturale per la Vallemaggia.

L'abitazione è di proprietà di una famiglia, la quale intende preservare l'immobile in quanto di pregevole valore culturale, a questo proposito è stata contattata l'Associazione per la Protezione del Patrimonio Artistico e Architettonico della Vallemaggia (APAV) con lo scopo di trovare una collaborazione ed i finanziamenti

necessari. Da queste necessità nasce quindi il progetto e la relativa campagna di crowdfunding sulla piattaforma *progettiamo.ch*.

Cà Vegia permetterà alle famiglie di soggiornare presso l'abitazione con le caratteristiche presenti 200 anni fa, ovvero senza la corrente elettrica e senza acqua calda corrente, permettendo quindi di vivere un'esperienza culturale. Nonostante il progetto sia promosso dalla piattaforma di crowdfunding ticinese, essa non ha raccolto tuttavia finanziamenti grazie a questo strumento, la maggior parte dei finanziamenti è infatti raccolta mediante una rete di contatti esterna alla piattaforma, ovvero associazioni benefiche ed enti pubblici. (Torriani, 2015).

Il progetto è stato presentato sulla piattaforma in quanto l'Ente Regionale per lo Sviluppo del Locarnese e Vallemaggia in qualità di finanziatore del progetto ha proposto la promozione di quest'ultimo su *progettiamo.ch* per facilitarne il finanziamento.

I promotori del progetto non sono risultati, durante la campagna di crowdfunding, particolarmente attivi in quanto il progetto è garantito da finanziamenti provenienti da associazioni, Cantone Ticino e Ente Regionale per lo Sviluppo. Inoltre secondo Torriani una collaborazione con finanziatori è una soluzione poco fattibile, poiché il progetto può essere realizzato unicamente da professionisti, tuttavia esso ha presentato alcuni aspetti di crowdfunding attivo in quanto alcune aziende hanno permesso la realizzazione del progetto applicando sconti ed eseguendo lavori in beneficienza, ciò a dimostrazione di una certa collaborazione tra promotore del progetto e finanziatori (che in questo caso sono rappresentati da fornitori).

Secondo Torriani l'aspetto innovativo del progetto consiste nell'esperienza che esso potrà regalare ai visitatori in quanto è il primo bene culturale della regione che permette questo grado di interazione. (Torriani, 2015). Tuttavia il promotore del progetto giudica il Cantone un luogo nel quale è difficile applicare delle innovazioni in quanto spesso questo genere di beni sono finanziati da personalità esterne alla realtà cantonale, ciò a dimostrazione di uno scarso interesse, da parte della popolazione ticinese, in progetti che propongono la valorizzazione di un bene culturale in chiave innovativa. (Torriani, 2015).

Snowscoot per tutti

Lo snowscoot è una disciplina innovativa che, similarmente allo sci ed allo snowboard, permette alle persone di praticare discese, freestyle e percorsi su pista innevata, la particolarità di questo trotinette da neve è che non presenta alcun tipo di attacco (la persona non è quindi legata allo snowscoot).

Questa disciplina è presente da ben 15 anni, ma non si è ancora sviluppata alle nostre latitudini, con il progetto *Snowscoot per tutti* Patric Kaeslin intende promuovere e far conoscere lo snowscoot alla popolazione ticinese, a tal proposito Kaeslin ha istituito anche l'Associazione Southside Snowscoot Riders.

Il progetto nasce da un'esperienza di Kaeslin il quale ha avuto un primo contatto con questa disciplina nell'inverno del 2008, dall'anno successivo fonda l'azienda Free Bike, la quale ha attività durante il periodo estivo. Kaeslin prende quindi in considerazione l'idea di promuovere questo sport nel periodo invernale. (Kaeslin, 2015).

Il progetto richiede un finanziamento di Fr. 7'200 per l'acquisto di 8 snowscoot in modo da poter garantire una prova gratuita alle persone interessate, che possono decidere se intraprendere questa disciplina. Le difficoltà tecniche di questo progetto sono la diffusione della conoscenza in merito allo snowscoot. L'accettazione, a parere di Kaeslin, non è un fattore problematico in quanto ha notato un forte interesse della popolazione verso lo snowscoot. (Kaeslin, 2015).

A detta del promotore questo progetto potrà portare innovazione poiché rappresenta un importante fattore attrattivo per le stazioni sciistiche che possono quindi offrire svago e divertimento ad una clientela più variegata, considerando che lo snowscoot è adatto anche a persone che presentano alcuni handicap fisici. (Kaeslin, 2015).

Patric Kaeslin accetterebbe con piacere risorse non finanziarie messe a disposizione dai finanziatori del progetto, promuovendo quindi una campagna di crowdfunding attivo, a suo avviso ciò permetterebbe di raggiungere maggiori persone grazie alla diffusione della conoscenza in merito allo snowscoot.

La campagna di crowdfunding ha evidenziato la necessità di un promotore attivamente presente per il progetto, comunicando quotidianamente con i finanziatori ed instaurando rapporti di fiducia, a tal proposito Kaeslin ha utilizzato i maggiori Social

Network per raggiungere i finanziatori ed anche incontri avvenuti di persona per instaurare un rapporto di fiducia.

L'esperienza di questo progetto, interamente finanziato tramite la piattaforma *progettiamo.ch* ha permesso al promotore di creare alcuni contatti fondamentali, quali ad esempio quello con uno sci club, che ha contribuito alla buona riuscita di quest'ultimo, ciò a simboleggiare ulteriormente una forma di crowdfunding attiva.

Case studies in sintesi

La tabella 3 mette a confronto alcuni fattori fra i progetti indagati. È infatti possibile distinguere le diverse cifre che i promotori hanno richiesto alla folla, i progetti *Amici del lago*, *Impacchettiamo la farina bona* e *Snowscoot per tutti* richiedono cifre inferiori in confronto ai progetti *Un ponte per unire* e *Restauro Cà Vegia*.

Il progetto *Amici del lago* è l'unico progetto, tra quelli presentati, ad aver raggiunto un finanziamento assai maggiore rispetto alla cifra richiesta, ovvero il finanziamento ottenuto è pari al 329% della cifra richiesta di CHF 15'000, questo successo può essere spiegato dalla teoria di Larralde e Schwienbacher (2010) che sostiene il maggior successo di campagne di crowdfunding quando richiedono cifre minori. Tuttavia questa teoria non può essere applicata al progetto *Impacchettiamo la farina bona* poiché la campagna di crowdfunding ha raccolto una cifra irrisoria tramite *progettiamo.ch*, infatti i finanziamenti sono prevalentemente giunti dall'Ente Regionale per lo Sviluppo del Locarnese e Vallemaggia.

Dalla tabella è inoltre possibile notare che il numero di finanziatori non è direttamente collegato al numero di viste del progetto, ciò significa che la folla ha finanziato il progetto nel quale maggiormente credevano e non il progetto maggiormente visualizzato. Dalle interviste sono emersi, quali fattori che spingono la folla a finanziare, la fiducia e la conoscenza diretta tra finanziatore e promotore. Questi elementi sono particolarmente riscontrabili nei progetti *Amici del lago* e *Snowscoot per tutti*, progetti nei quali i promotori si sono dimostrati molto attivi nel creare un contatto con i finanziatori e comunicando con essi a scadenze regolari.

Sebbene tutti i progetti fossero promossi dalla piattaforma *progettiamo.ch*, solo due di essi hanno raccolto finanziamenti unicamente tramite la piattaforma, *Amici del lago*, i cui finanziatori sono collegabili al promotore del progetto Renzo Botta tramite una rete di contatti esterna alla piattaforma, mentre il progetto *Snowscoot per tutti* risulta essere il progetto che maggiormente ha sfruttato le potenzialità del crowdfunding in Ticino, raccogliendo la totalità della cifra richiesta tramite la piattaforma *progettiamo.ch* e riuscendo inoltre ad instaurare una collaborazione con uno sci club.

Unicamente due progetti hanno presentato elementi di crowdfunding attivo, instaurando collaborazioni con almeno un finanziatore del progetto, mentre gli altri progetti accetterebbero comunque una collaborazione dei finanziatori, accettando

quindi risorse non finanziarie. L'unico progetto a non considerare la collaborazione con i finanziatori un fattore di successo è il progetto *Restauro Cà Vegia*, va a tal proposito puntualizzato che esso, seppur presente su *progettiamo.ch*, deve la sua realizzazione grazie a finanziamenti provenienti da associazioni ed enti esterni alla piattaforma di crowdfunding, richiedendo una cifra abbastanza elevata ed inoltre prevede il restauro di un bene culturale ma di proprietà privata.

Tutti i progetti che hanno previsto dei benefit verso il finanziatore hanno legato la ricompensa al progetto promosso.

I progetti non prevedono una fonte di guadagno in quanto trattasi di beni di carattere pubblico, tuttavia nel caso dei progetti *Impacchettiamo la farina bona* e *Restauro Cà Vegia* è previsto un pagamento per il consumo del bene in modo tale da poter finanziare lo sviluppo del prodotto e permettere la copertura dei costi.

Tabella 3: Riassunto delle caratteristiche dei progetti analizzati

	Amici del lago	Un ponte per unire	Impacchettiamo la farina bona	Restauro Cà Vegia	Snowscoot per tutti
Cifra richiesta	CHF 15'000	CHF 1'656'528	CHF 10'000	CHF 216'436	CHF 7'200
Numero di finanziatori	49	14	19	1	12
Finanziamento ottenuto in CHF	CHF 49'400	CHF 1618695 *	CHF 10'000	CHF 216'436	CHF 7'200
Finanziamento ottenuto in %	329%	97,7%	100%	100%	100%
Visite al progetto	1'827	4'669	2'289	1'121	1'512
Natura del finanziamento (piattaforma/esterno/misto)	progettiamo.ch	Finanziamenti esterni	Finanziamenti esterni (ERS)	Finanziamenti esterni	progettiamo.ch
Elementi di crowdfunding attivo	Nessuno	Nessuno	Sì, collaborazione con un finanziatore	Nessuno	Sì, collaborazione con sci club
Accetterebbe collaborazioni con finanziatori	Sì	Sì	Sì, a patto che vi sia professionalità	No, il lavoro va eseguito da professionisti	Sì, ciò permetterebbe la diffusione di questa pratica
Tipologia di benefit	Benefit a sopresa legati al progetto	Non sono previsti Benefit ai finanziatori su progettiamo.ch	Farina bona e biscotti alla farina bona	Visita gratuita e sconti sul soggiorno	Ringraziamento particolare e lezioni gratuite
Il progetto prevede delle entrate (nella fase operativa)	Nessuna entrata prevista	Nessuna entrata prevista	Sì	Sì, a copertura dei costi	Prova gratuita, lezioni a pagamento

Fonte: Elaborazione dell'autore

* Sebbene la campagna di crowdfunding non sia ancora terminata, il progetto è stato realizzato

8 SONDAGGIO RIVOLTO AI FINANZIATORI

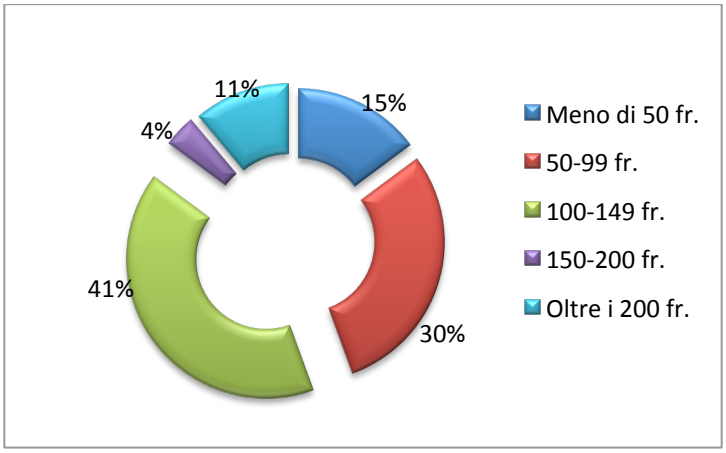
Allo scopo di indagare il fenomeno del crowdfunding in Ticino e le sue potenzialità a livello di innovazione è stato implementato un sondaggio elaborato tramite l'applicativo LimeSurvey e rivolto ai finanziatori della piattaforma *progettiamo.ch*.

Sondaggio rivolto ai finanziatori

Il sondaggio, rivolto ai finanziatori dei progetti promossi dalla piattaforma *progettiamo.ch*, presenta un numero di rispondenti pari a 27 su un totale di 236 finanziatori, di essi il 93% (ovvero 25 rispondenti) dichiara di aver conosciuto il fenomeno del crowdfunding prima di aver utilizzato la piattaforma *progettiamo.ch*. 11 persone hanno conosciuto la piattaforma di crowdfunding ticinese grazie al passaparola, 5 perché conoscevano il promotore, una persona grazie ad un volantino, 12 persone hanno appreso della piattaforma grazie ad Internet, mentre altre 7 persone non hanno specificato la fonte.

Dei 27 rispondenti 19 hanno finanziato un solo progetto, 7 ne hanno finanziati 2, mentre una persona ha finanziato 3 o più progetti. La categoria nella quale vengono finanziati maggiormente i progetti è *Sosteniamo*, infatti il 48% dei finanziatori ha finanziato progetti in questa categoria, mentre la percentuale sale al 62% se si tengono in considerazione i finanziatori che hanno finanziato più di un progetto. Undici dei finanziatori hanno indicato di aver finanziato un progetto con una cifra tra i 100 ed i 149 fr., unicamente 3 finanziatori hanno finanziato un progetto apportando cifre superiori ai 200 fr. mentre i restanti finanziatori hanno finanziato con cifre che spaziano da valori inferiori ai 100 fr.

Figura 6: Cifra promessa dai finanziatori di progettiamo.ch



Fonte: Elaborazione dell'autore

I finanziatori hanno indicato, quali fattori che hanno incentivato il finanziamento, la conoscenza del promotore del progetto molto importante, infatti il 37% di essi giudica questo fattore molto importante. 14 persone su 27 hanno giudicato importanti i benefici personali derivanti dal progetto, mentre 10 finanziatori non giudicano questo fattore importante, a dimostrazione di una motivazione intrinseca a spiegare il finanziamento. Sostanzialmente i finanziatori non giudicano importante il fatto che il progetto sia promosso da enti istituzionali, ciò potrebbe indicare che il progetto *Amici del lago* avrebbe ottenuto un successo analogo pur non avendo quale promotore l'Ente Regionale per lo Sviluppo del Locarnese e Vallemaggia.

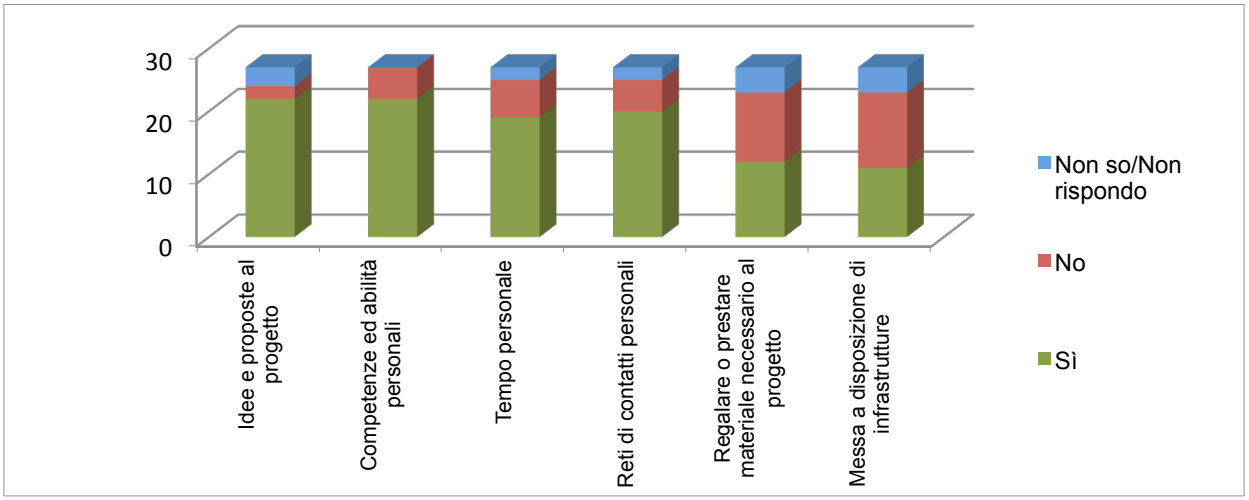
Dal sondaggio rivolto ai finanziatori emerge inoltre, quale fattore importante, la bassa cifra richiesta dalla campagna di crowdfunding, ciò non concorda con il risultato ottenuto mediante il sondaggio riguardante le potenzialità del crowdfunding in Ticino, i cui rispondenti non hanno giudicato questo fattore molto importante, i finanziatori hanno quindi avvalorato la teoria di Lambert Schwienbacher (2010). I finanziatori di progetti indicano inoltre quale fattore molto importante la promozione di progetti locali, ciò potrebbe indicare una preferenza per i progetti di promozione del territorio, concordando di fatto con il principio della piattaforma *progettiamo.ch* di promuovere progetti in grado di valorizzare il territorio.

Dei rispondenti al sondaggio, 20 persone (rappresentati il 74%) dichiarano che il benefit gioca un ruolo marginale nella decisione di finanziamento, infatti essi indicano di aver finanziato per solidarietà. Due finanziatori hanno inoltre indicato di preferire progetti nei quali, grazie al loro finanziamento, ottengono una partecipazione attiva al progetto, potendo quindi prendere delle decisioni.

Ben 22 finanziatori su 27 rispondenti al sondaggio dichiarano di essere intenzionati a finanziare un progetto di crowdfunding in futuro, mentre i restanti 5 non hanno fornito risposta, questo dato indica che nessun finanziatore ha deciso di non finanziare progetti di crowdfunding in futuro.

I finanziatori di progetti di crowdfunding che hanno risposto al sondaggio hanno mostrato il desiderio di fornire risorse non monetarie ai progetti nei quali credono, ben l'88% è infatti disposto a fornire idee e proposte al progetto, come pure competenze ed abilità personali. I finanziatori sono disposti a fornire tempo personale nella misura del 70%, in misura analoga i finanziatori sono pure disposti a fornire rete di contatti personali.

Figura 7: Risorse non finanziarie verso i progetti



Fonte: Elaborazione dell'autore

Analogamente alle informazioni raccolte mediante l'altro sondaggio, i finanziatori risultano, nella misura del 41% restii nel voler fornire sotto forma di regalo o prestito oggetti utili al progetto, il 44% invece indica una predisposizione nel voler cedere questi oggetti, il restante 15% non ha espresso una preferenza in merito. Cifre identiche si riscontrano nel caso di messa a disposizione di infrastrutture, ciò potrebbe indicare che le persone che metterebbero volentieri a disposizione infrastrutture, farebbero lo stesso con oggetti di utilità per il progetto.

Il Canton Ticino sembrerebbe essere un luogo nel quale è possibile coltivare e sviluppare l'innovazione in quanto 23 finanziatori hanno giudicato questo Cantone un luogo adatto. Sono emersi quali fattori molto importanti per l'innovazione le idee e le competenze personali, 12 persone giudicano la formazione di alto livello importante mentre altrettante giudicano le risorse finanziare più che importanti per generare innovazione, come pure un'ampia rete di contatti.

9 INNOVAZIONE TRAMITE IL CROWDFUNDING ATTIVO IN TICINO

In questa sezione sono presi in considerazione gli elementi necessari per rispondere alla domanda di ricerca, in modo tale da poter presentate alcune raccomandazioni, dedicate agli amministratori di *progettiamo.ch*, per implementare un sistema di crowdfunding attivo che possa generare innovazione.

Generare innovazione tramite il crowdfunding attivo in Ticino

Il ruolo della piattaforma *progettiamo.ch* è quello di raccogliere e presentare campagne di crowdfunding. Per dare risposta alla domanda di ricerca sono analizzate le relazioni tra gli attori presenti nel crowdfunding in Ticino (figura 5), sotto un'ottica di crowdfunding attivo.

Tabella 4: Relazioni fra gli attori del crowdfunding in Ticino

Ente Regionale per lo Sviluppo, *progettiamo.ch*	Concede ai promotori di progetti una piattaforma nella quale promuovere la propria campagna di crowdfunding, fornisce loro consulenza e controlla l'andamento del progetto
	Garantisce al finanziatore che il progetto sia svolto conformemente a quanto indicato nella campagna di crowdfunding
Finanziatori di progetti, popolazione ticinese	Finanziano progetti e, potenzialmente, forniscono idee, competenze e altri generi di risorse ai progetti
Promotori di progetti	Danno il via ad un progetto ed alla campagna di crowdfunding promossa sulla piattaforma *progettiamo.ch*
	Richiedono finanziamenti e contributi sotto forma di altre risorse ai finanziatori ed alla popolazione ticinese

Fonte: Elaborazione dell'autore

La tabella 4 riassume le relazioni fra gli attori del crowdfunding in Ticino emerse nel corso dell'indagine della presente tesi. Una forte relazione traspare tra i promotori di progetti ed i finanziatori che collaborano affinché il progetto venga eseguito con successo, una forte relazione si evince pure tra i promotori e gli Enti Regionali per lo Sviluppo in qualità di amministratori della piattaforma *progettiamo.ch*.

Una relazione meno evidente è quella tra finanziatori ed ERS. Ciò significa che, per generare innovazione secondo il modello interpretativo sottostante alla presente tesi, la relazione fra finanziatori di progetti e gli amministratori della piattaforma di

crowdfunding non è indispensabile. Tuttavia una relazione più stretta fra questi attori potrebbe semplificare il lavoro di consulenza degli Enti Regionali per lo Sviluppo in sede di consulenza con i promotori dei progetti di crowdfunding.

La situazione attuale presuppone che il promotore del progetto, mediante la sua proposta progettuale, dia il via ad un processo innovativo mentre l'Ente Regionale per lo Sviluppo ha il compito di seguire, tramite consulenza, la promozione della campagna di crowdfunding. Tuttavia, in un contesto di crowdfunding attivo gioca un ruolo importante la relazione fra il promotore del progetto ed il finanziatore, il quale può contribuire ad esso apportando proposte, idee ed altri generi di risorse oltre a quelle monetarie.

In sintesi una forma attiva di crowdfunding permette di generare innovazione per mezzo della relazione fra promotore del progetto e finanziatore, il quale gioca un ruolo attivo nel progetto, facendone parte a tutti gli effetti.

La presente tesi ha inoltre permesso il raggiungimento di altri obiettivi di ricerca tra i quali la comprensione delle motivazioni che spingono la ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding. I progetti indagati hanno approcciato il crowdfunding su consiglio dell'Ente Regionale per lo Sviluppo, che in sede di consulenza indica la piattaforma *progettiamo.ch* quale valido strumento a complemento di finanziamenti considerati "comuni". Dato che la piattaforma è relativamente nuova, in futuro, i promotori dei progetti raggiungeranno la piattaforma diversamente rispetto a quanto accaduto finora, ad esempio grazie al passaparola.
L'indagine ha mostrato una buona propensione da parte dei promotori di progetti in una collaborazione con i finanziatori, ciò a dimostrazione di un'attitudine favorevole all'implementazione di un modello di crowdfunding più attivo.

Il sondaggio rivolto ai finanziatori ha dimostrato la loro disponibilità a fornire idee e competenze ai progetti.

Un'intervista con Igor Franchini, in rappresentanza dell'Ente Regionale per lo Sviluppo del Locarnese e Valle Maggia ha dimostrato l'interesse da parte degli amministratori nell'implementare un modello di crowdfunding più attivo. In tal senso è stata instaurata una collaborazione con *TimeRepublik*, piattaforma che permette lo scambio di servizi utilizzando il tempo quale forma remunerativa.

10 CONCLUSIONI

I risultati emersi durante l'indagine concernente il crowdfunding attivo in Ticino hanno permesso di raggiungere l'obiettivo principale della ricerca, ovvero comprendere come può il crowdfunding attivo generare innovazione in Ticino.

Le interviste ai promotori di progetti, agli Enti Regionali per lo Sviluppo ed il sondaggio rivolto ai finanziatori hanno permesso di constatare l'attitudine favorevole dei tre soggetti coinvolti nel crowdfunding in Ticino, nell'implementare un modello di crowdfunding attivo. La folla risulta essere particolarmente propensa a fornire idee e competenze che possano essere d'aiuto per la realizzazione del progetto.

L'indagine ha inoltre permesso di individuare, sulla base del modello interpretativo (figura 5), la relazione tra promotore e finanziatore molto importante per generare innovazione tramite il crowdfunding attivo, permettendo lo scambio di idee e competenze.

La relazione tra Enti regionali per lo Sviluppo ed i finanziatori non è risultata particolarmente importante nel processo di generazione dell'innovazione, tuttavia questo argomento resta una possibile via di sviluppo per il processo innovativo tramite il crowdfunding.

I cinque progetti promossi da *progettiamo.ch* hanno raggiunto la cifra obiettivo prefissata e sono di conseguenza realizzati (o in fase di realizzazione). Tuttavia solo due progetti, che richiedevano una cifra relativamente bassa, hanno ottenuto finanziamenti unicamente tramite la piattaforma, ciò a dimostrazione che, per progetti di entità maggiore, il crowdfunding risulta uno strumento complementare di finanziamento mentre per progetti più piccoli il crowdfunding può rappresentare la soluzione di finanziamento.

La presente tesi non considera in maniera approfondita le opinioni della popolazione residente nel Canton Ticino, è pertanto consigliabile uno studio più approfondito allo scopo di verificare il potenziale di sviluppo futuro della piattaforma. Inoltre bisogna considerare il fatto che *progettiamo.ch* sia relativamente recente ed il fenomeno del crowdfunding in Ticino è nato con essa, quindi alcune dinamiche potranno subire cambiamenti in futuro, ad esempio i promotori di progetti potrebbero giungere a *progettiamo.ch* tramite altre vie, mentre sino ad ora vi sono giunti prevalentemente previo consiglio dell'Ente Regionale di Sviluppo.

10.1 Raccomandazioni

Il compito di implementare un modello di crowdfunding più attivo, permettendo quindi una maggior interazione fra finanziatori e promotori del progetto, spetta agli Enti Regionali per lo Sviluppo in qualità di amministratori della piattaforma *progettiamo.ch*.

Un possibile esempio di implementazione di un modello di crowdfunding attivo consiste nella creazione di un evento nel quale i promotori di progetti hanno la possibilità, a turno, di presentare i propri progetti ad un pubblico composto da finanziatori. In questo modo i promotori e finanziatori hanno la possibilità di incontrarsi fisicamente, instaurando di conseguenza un rapporto di fiducia. Sarà quindi una gradita occasione per i promotori di progetti per ricevere alcuni feedback ed idee in merito alla loro proposta progettuale. Inoltre l'evento darà la possibilità ai promotori di progetti di prendere conoscenza degli altri progetti, portando eventuali proposte e stringendo alleanze (interazione fra promotori di progetti).

Una seconda proposta è la modifica, come indicato nella figura 8, della sezione "News", nella pagina dedicata al progetto promosso su *progettiamo.ch*, che permetta l'interazione fra promotore e finanziatore. Con questa modalità la comunicazione tra promotore e finanziatore può essere reciproca e non unidirezionale come accade ora. La sezione aggiuntiva potrebbe permettere al promotore di raccogliere idee e pareri in merito al progetto sotto forma di commenti da parte dei finanziatori. La sezione potrebbe inoltre fungere da luogo nel quale il promotore avanza richieste di risorse non monetarie o richiedere specifiche opinioni in merito ad alcune particolarità del progetto alle quali il finanziatore può dare seguito.

Figura 8: Sezione dedicata all'interazione fra promotore e finanziatore

Fonte: www.progettiamo.ch

Il sondaggio, di natura esplorativa, aperto alla popolazione ticinese ha individuato la conoscenza con il promotore del progetto quale fattore molto importante affinché un progetto venga finanziato. Ciò dimostra che una sezione nella quale promotore e finanziatore possano interagire è un criterio di successo per le campagne di crowdfunding attivo.

Un modello di crowdfunding attivo in Ticino può rappresentare un vantaggio per diverse persone. Ad esempio gli studenti, i quali non dispongono di risorse finanziarie sufficienti per finanziare un progetto di crowdfunding, possono tuttavia partecipare ad esso apportando idee e competenze apprese durante il ciclo di studio. L'attività svolta può inoltre permette agli studenti di maturare esperienza professionale.

Il promotore del progetto deve dimostrarsi capace nell'instaurare rapporti di fiducia con i finanziatori, questa caratteristica è importante nella misura in cui il modello di crowdfunding attivo implica una collaborazione fra di essi. Da questa collaborazione la piattaforma *progettiamo.ch* ottiene maggior visibilità, incrementando il fenomeno del crowdfunding in Ticino.

Un suggerimento rivolto ai promotori di progetti è quello di incentivare le idee brillanti da parte dei finanziatori, applicando quindi il concetto *reward based* al modello di crowdfunding attivo. Ciò genera una maggiore motivazione nei finanziatori nell'apportare idee e competenze.

Alfine di promuovere l'innovazione tramite questo diverso approccio è opportuno sfruttare le potenzialità della comunità di finanziatori, a tal proposito una proposta consiste nel consigliare loro alcuni progetti sulla base delle loro preferenze. Il finanziatore, in questo caso, dovrebbe indicare le proprie preferenze rispondendo ad alcune domande poste su *progettiamo.ch*. Ciò potrebbe aiutare promotori e finanziatori a stringere collaborazioni, inoltre consente ai progetti di ottenere visibilità.

RINGRAZIAMENTI

La realizzazione della tesi di Bachelor è subordinata al fondamentale contributo dell'Ente Regionale per lo Sviluppo, in particolare si ringrazia Roberta Angotti per la disponibilità durante le fasi esplorative in merito al crowdfunding in Ticino e Igor Franchini per quanto concerne gli approfondimenti in merito alla piattaforma *progettiamo.ch* ed il progetto *Amici del lago*.

Si ringraziano inoltre i promotori dei progetti e coloro che hanno risposto ai sondaggi, i quali hanno fornito importanti spunti per la formulazione della risposta alla domanda di ricerca.

Un ringraziamento particolare è rivolto al relatore Andrea Huber, il quale ha dimostrato estrema disponibilità nel percorso, che dalla scheda di tesi ha portato alla realizzazione della presente tesi di Bachelor. Ringrazio il relatore per il suo operato, riuscendo a fornire importanti consigli, ma soprattutto indirizzandomi verso una crescita personale e professionale.

BIBLIOGRAFIA

Alberton, S., & Huber, A. (2013,). *L'imprenditoralità nel cantone Ticino: i risultati dell'indagine GEM 2011*. Centro competenze inno3 della Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana. Manno.

Alberton, S., Mini, V., Huber, A., Leon Lopez, Y., & Mantegazzi, D. (2011). *Valutazione ex-post della legge sull'innovazione economica del 25 giugno 1997*. Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana. Manno.

Allison, R., Izsak, K., & Griniece, E. (2002). *Catalysing Innovation in the knowledge triangle*. European institute of innovation and technology . Budapest.

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2013). *Crowdfunding: Tapping the right crowd. Journal of business venturing*.

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2012). *Individual Crowdfunding Practices*. Université Catholique de Louvain. Louvain.

Bergemann, D., & Hege, U. (1998). *Venture capital financing, moral hazard and learning*. Journal of banking and finance*,* (22), 703-735.

Berger, A., & Udell, G. (1998). *The eonomics of small business finance the roles of private equity and debt markets in the financial growht cycle*. Journal of banking an finance, (22), 613-673.

Bertinelli, C. (2015, luglio 7). Un ponte per unire. (A. Pedretti, Intervistatore)

Brabham, D. (2013). *Crowdsourcing.* Massachussets: The MIT Press.

Brabham, D. (2008). *Crwodsourcing as a model for problem solving*. Covergence *,* (14), 75-90.

Buddhadeb, H. (2014). *Evolution of crowdsourcing: potential data protection, privacy and security concerns under the new media age*. Democracia digital e governo eletronico , (10), 377-393.

Chesbrough, H. (2006). *Open Innovation: a new paradigm for understanding industrial innovation*. Oxfort University Press, 1-12.

Cosh, A., Cumming, D., & Hughes, A. (2009). *Outside entrepreneurial capital*. *The* Economic Journal*, 119*.

Cumming, D., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2015). *Crowdfunding models: keep-it-all vs. all-or-nothing*. Social Science Research Network .

Czarnitzki, D., & Kornelius, K. (2004). *Firm leadership and innovative performance evidence from seven EU countries*. Small business economics, 325-332.

Etzkowitz, H. (2002). *The triple helix of University-Industry-Government Implication for Policy Evalutation*. Science Policy Institute. Stoccolma.

Franchini, I. (2015, luglio 6). Amici del lago. (A. Pedretti, Intervistatore) Locarno.

Garbani, I. (2015, luglio 16). Impacchettiamo la farina bona. (A. Pedretti, Intervistatore) Cavigliano.

Glaser, E., & Shleifer, A. (2000*). Not-for-profit entrepreneurs*. Journal of Public Economics*,* (81), 99-115.

Howe, J. (2006). *The rise of crowdsourcing*. Wired Magazine.

Huber, A. (2015). *L'intervento dello Stato a favore dell'innovazione e dell'imprenditorialità*. Novità fiscali, (6), 5-8.

Kaeslin, P. (2015, luglio 17). Snowscoot per tutti. (A. Pedretti, Intervistatore)

Kappel, T. (2009). *Ex ante crowdfunding and the recording industry: a model for the U.S.?*. Digital Commons at Loyola Marmoung University and Loyola Law School. Loyola.

Kleemann, F., & Voss, G. (2008). *Un(der)paid Innovators: The commercial utilization of consumer work through crowdsourcing*. Science, Technology & Innovation Studies, IV (1), 5-26.

Larralde, B., & Schwienbacher, A. (2010). *Crowdfunding of small entrepreneurial ventures*. Oxford University Press.

Lee, S.-H., DeWester, D., & Park, S. (2008). *Web 2.0 and opportunities for small businesses*. In *Service Business*, II. 335-345).

Lerner, J., & Tirole, J. (2004). *The economics of technology sharing: open source and beyond*. Journal of Economic Perspectives*,* XIX (2), 99-120.

Macht, S., & Weatherston, J. (2014). *The benefits of online crowdfunding for fund seeking business ventures*. Briefings in entrepreneurial finance, 1-14.

Schenk, E., & Guittard, C. (2009). *Crowdsourcing: What can be outsourced to the crowd, and why?*. Université de Strasbourg. Strasburgo.

Short, H. (1994). *Ownership, control, financial structure and the performance of firms*. Journal of economics surveys, 203-249.

Stiglitz, J. (2004). *Economia del settore pubblico* (Vol. 1). Milano: Hoepli.

Torriani, D. (2015, luglio 16). Restauriamo Cà Vegia. (A. Pedretti, Intervistatore) Gordevio.

Wagner, A., Eberli , A., Hilber, S., Krummenacher, R., Rufer, R., & Zainhofer, F. (2014). *Analisi dei settori ticinesi: benchmarking internazionale e smart specialisation*. Bak Basel.

FONTI ELETTRONICHE

Bradley, T. (2008, dicembre 5). *Politics Final Fundraising Figure: Obama's $750M*. ABC News. Recuperato 5 maggio 2015, da http://abcnews.go.com/Politics/Vote2008/story?id=6397572

Business Dictionary. (s.d.). *Innovation*. Recuperato 18 agosto 2015, da http://www.businessdictionary.com/definition/innovation.html

Crowdsource. (2013, agosto 15). *History of crowdsourcing*. Recuperato 5 luglio 2015 da http://www.crowdsource.com/blog/2013/08/the-long-history-of-crowdsourcing-and-why-youre-just-now-hearing-about-it/

Ghose, A., & Wadhwa, V. (2014, ottobre 29). *The wall street journal*. Recuperato 8 luglio 2015, da http://www.wsj.com/articles/benefits-of-crowdsourcing-1414625224

Progettiamo.ch. (s.d.). *Amici del lago*. Recuperato 11 luglio 2015, da https://www.progettiamo.ch/?progetti/102/amici-del-lago

Progettiamo.ch. (2014). Recuperato 20 luglio 2015, da https://www.progettiamo.ch/?2224/in-sintesi

Stanford University. (2012, novembre 16). *The Triple Helix Concept*. Recuperato 5 maggio 2015, da http://triplehelix.stanford.edu/3helix_concept

Ufficio per lo sviluppo economico. (s.d.). Recuperato 25 agosto 2015, da http://www4.ti.ch/dfe/de/use/sostegno/enti-e-agenzie-regionali-di-sviluppo/

Allegato 1: Intervista con Igor Franchini

Da chi è nato il progetto?

Il Forum lago Maggiore è un gruppo di amici (privati) che si sono uniti per supportare le attività legate al lago di Locarno, da questo gruppo è nato il Centro competenza lago maggiore, l'ERS del locarnese ha istituzionalizzato quindi il Forum.

La persona che ha proposto l'idea del progetto è Renzo Botta, broker assicurativo della regione con una fitta rete di contatti e forte conoscitore del lago Maggiore.

Il progetto ha tre obiettivi specifici:

1. Creare tre forum sul lago Maggiore
2. Concorso di fotografia
3. Simposio al Monte Verità per le classi di IV elementare dei comuni rivieraschi

Il progetto potrebbe ancora ampliarsi (non si spinge più in quanto gli obiettivi sono stati raggiunti) ma si potrebbe in futuro creare il quarto forum dedicato agli sport acquatici, inoltre viene trattata l'attività degli argonauti che hanno percorso dalle Alpi ad Expo Milano con i canotti.

Quali sono state le difficoltà tecniche legate al progetto?

Renzo Botta è il consulente legato al centro di competenze lago Maggiore e aveva molti contatti con i finanziatori, vi sono quindi molti finanziatori, tuttavia molti di essi avevano difficoltà nel fare la promessa online su progettiamo.ch poiché persone anziane oppure non leggevano le e-mail in quanto abituati con le lettere cartacee.

Quante persone hanno lavorato al progetto? Quali erano le loro funzioni?

Renzo Botta, Igor Franchini, poi vi sono persone che organizzano i forum (1-2 persone), il concorso fotografico (3 persone) ed il simposio sul Monte Verità (2 persone ed i docenti coinvolti).

Il progetto dovrebbe iniziare con la stagione turistica 2015: quando avrà il via l'attività?

In principio il forum doveva iniziare prima dell'estate, poi è stato posticipato per poter presentare i risultati di uno studio dell'Università di San Gallo sullo stato della navigazione del bacino del lago Maggiore (gestito dall'Italia per convenzione

bilaterale) → Attualmente la navigazione nel lago Maggiore è il fanalino di coda della Svizzera.

È possibile immagine che questo progetto faccia da apripista per altri progetti connessi con l'ambiente del lago di Locarno? Saprebbe indicare alcuni motivi?

Parte del successo del progetto è dovuto all'atteggiamento del promotore (Renzo Botta) che si è dimostrato molto attivo "ha bussato le porte a molte persone".

È molto importante coinvolgere i finanziatori utilizzando social networks, video (condiviso su 200 bacheche all'inizio) e-mail, telefono a potenziali finanziatori e la presenza ad eventi pubblici.

Può essere di esempio ad altri nelle modalità ad esempio il fatto di tenere un'asticella (finanziamento) bassa per poi raccogliere molti fondi crea un effetto valanga, oppure il video è molto importante per la presentazione e la divulgazione del tema creando popolarità, il progetto deve creare coinvolgimento "il lago è dimenticato e bisogna creare emozioni attorno ad esso".

Come già so il progetto è seguito a livello istituzionale dall'ERS del locarnese, in concreto questo supporto come si è manifestato?

Il centro di competenza è parte dell'ERS ed il supporto tecnico è quindi dato da ERS, Renzo Botta ha sfruttato la propria rete di contatti.

Il centro di competenza è l'antenna lago dell'ERS del locarnese.

I sindaci della regione ed i presidenti degli Enti Regionali fanno da direzione, gli ERS fanno da braccio e poi ci sono le antenne (Valle Maggia, Cento Valli, Gambarogno e Antenna lago) che stanno sul territorio e fanno parte dell'ERS.

"Mandare una lettera come ERS ad un privato ha un effetto diverso e crea fiducia".

Come si comportano gli ERS a livello istituzionale per i progetti promossi sulla piattaforma (strategia)?

ERS del locarnese aiuta molto nell'impostazione del progetto, dice cosa funziona e cosa no, poi una volta che va online si nota che il promotore tende ad essere più attivo in quanto questo è un consiglio dato dall'ERS (lavaggio del cervello cit.), il numero di progetti è superiore nella regione del locarnese e l'80% dei finanziamenti è rivolto a tali progetti.

Quali metodi di finanziamento sono stati presi in considerazione all'inizio?

L'ERS ha dato un contributo di CHF 15.000 (mezzi propri) che sono però arrivato dopo un po' che il progetto ha avuto inizio, il resto è raccolto tramite la piattaforma.

I finanziatori sono persone private ma anche molti comuni rivieraschi, banche ed assicurazioni (quindi aziende – cantieri nautici) che hanno contribuito anche con 1000-3000 fr.

Il progetto ha riscosso molto successo su progettiamo.ch (329%): si aspettava un successo simile?

In principio non si poteva immaginare un successo simile, il progetto a rispettato la più ottimistica delle ipotesi (vi era comunque un'aspettativa di successo del progetto).

I soldi che eccedono la cifra obiettivo sono stati usati per un concorso fotografico, per coinvolgere scolaresche e per altre iniziative: questo è stato un aggravio di impegno o si accoglie questo ingrandimento del progetto con piacere?

"Ad averne di questi problemi (grassi)".

In partenza si diceva come impiegare i soldi che si raggiungevano man mano, quindi il tutto era definito in principio.

In aggiunta è stato trattato il tema del percorso in canotto dalle Alpi ad Expo e poi Venezia.

Avere maggiori fondi non è quindi un rischio, i promotori hanno la possibilità di aggiungere qualità, il vero problema è raggiungere il 100% della cifra obiettivo.

Spesso i progetti che funzionano e raggiungono cifre superiori sono promossi da promotori attivi e che di conseguenza sanno come impiegare i maggiori fondi.

Oltre ai finanziatori che fanno parte della rete di conoscenze del sig. Botta, conosce qualche finanziatore?

La conoscenza tra promotore e finanziatore è importante poiché il rapporto di fiducia rende i finanziamenti accessibili, quindi la conoscenza diretta permette di raggiungere maggiori finanziamenti.

Ad esempio il Ponte tibetano ha agito molto offline.

Vi è una strategia dietro il non voler indiare il benefit al finanziatore?

Il desiderio è quello di dare benefit legati al progetto, ad esempio si vorrebbe creare un calendario con le fotografie del concorso fotografico (2016).

In realtà devono ancora decidere a dipendenza di come va il progetto, i benefit devono comunque arrivare dal progetto.

In questo caso il benefit gioca un ruolo minore che in altri progetti (es. la birra artigianale).

Il progetto dispone di un Business Plan?

Il progetto non è un'attività imprenditoriale, hanno comunque il piano di finanziamento degli eventi (le cifre erano chiare fin dall'inizio), tuttavia non è propriamente un Business Plan.

Il Business Plan dipende dalla tipologia di progetto, più per la parte finanziamento, ma dipende dal caso.

Considera questo progetto innovativo? Perché?

Di per sé come progetto non presenta innovazioni, di forum e concorsi e pure lavori con le scuole se ne sono già fatti, questo progetto presentava un legame emozionale più forte rispetto all'innovazione.

La vera innovazione risiede nelle modalità di raccolta fondi (attraverso la piattaforma progettiamo.ch).

Accetterebbe di buon gusto risorse non monetarie provenienti dalla "folla"?

Il progetto ha attività nel biennio 2015-2016, nel 2016 scade la concessione per la navigazione all'Italia.

Questo progetto vuole parlare in positivo del lago, in questo biennio ci sono altri progetti ed in futuro ce ne saranno altri legati al lago (es. portare la navigazione con motori a propulsione ibrida e elettrica per tutte le tipologie di imbarcazioni).

Idee sono quindi ben accette, quello che non piace sono le idee che però non vengono portate avanti da chi le fornisce, se qualcuno da l'idea e partecipa è positivo.

Il co-working viene anche ben visto, si potrebbe mettersi d'accordo, il difficile è la parte tecnica, la sezione in più dopo le news all'interno del progetto potrebbe essere una valida soluzione.

Ci vorrebbe comunque un filtro che blocca le comunicazioni prima di essere pubblicate in modo tale che gli ERS possano agire da filtro (come già avviene tutt'ora).

Consiglierebbe la piattaforma a potenziali promotori di progetti? Perché?

Se un promotore è attivo la consiglierei, se invece si usa la piattaforma come un bancomat allora non è la soluzione adatta, inoltre il crowdfunding può diventare una modalità per capire l'accettazione del progetto, trovando al contempo dei finanziamenti.

Lo strumento c'è e funziona, il Ticino però è piccolo e non è facile trovare prodotti innovativi e promotori attivi, le belle idee hanno però uno strumento che le aiuta a portare avanti il progetto.

Non si è in concorrenza con le altre piattaforme, tuttavia progettiamo.ch da alcuni vantaggi esclusivi, ovvero non ci sono commissioni, tutto è gratuito e inoltre gli ERS seguono gratuitamente i progetto, inoltre vi è il radicamento sul territorio.

ERS lavora in una nicchia a differenza di *Kickstarter*, a livello locale vi è un effetto diverso.

Avete ricevuto alcuni feedback?

Abbiamo ricevuto delle manifestazioni di entusiasmo "bravi continuate così!".

In negativo qualcuno non ha saputo come fare la promessa e faceva fatica a conoscere le funzionalità della piattaforma (persone anziane).

Il modello di business del progetto prevede qualche entrata?

La campagna di crowdfunding copre tutte le spese, pure quelle del video, eventualmente altri finanziamenti andranno a coprire altre attività, ma le attività attuali sono tutte coperte.

Allegato 2: Intervista con Carlo Bertinelli

Come è nato il progetto del Ponte tibetano?

Il punto di partenza non è stato il ponte, ma la disponibilità di un territorio con delle risorse (paesaggistiche, storiche, architettoniche e produttive) e cercare di costruire dei contenuti in quanto era un luogo dimenticato, non aveva un'identità né una funzione, il luogo è il frutto di un cambiamento socio demografico (la migrazione della popolazione dalle valli ai centri urbani).

I luoghi prima integrati nell'economia agraria e poi a cavallo degli anni '50-'60 con l'avvento delle industrie e dei posti pubblici hanno spinto la popolazione a trasferirsi in basso, abbandonando le valli.

La ragione della fondazione è quella di rivitalizzare un territorio e togliere la regione da questo limbo, ridare valore ai monumenti ed al territorio.

Hanno fissato un paio di paletti: volevano creare valore aggiunto e hanno escluso l'attività di tipo museale (museo all'aperto) per paura che l'attività morisse, la scelta di fondo è stata quella di dare dei contributi contemporanei (reinventandosi, innovandosi) con due fattori:

1. Rivitalizzazione dell'attività agricola (intervento con una chiara visione)
2. Svago e turismo
3. Ev. attività rivolta ai giovani per diffondere la sensibilità verso il territorio

Nel fattore svago e turismo bisogna creare delle infrastrutture per cui le persone siano attratte dal posto (in modo dinamico) elementi nuovi (come l'ostello, il ristorante, i sentieri e le offerte) e qui nasce l'idea del Ponte tibetano.

Uno dei temi più in voga sono le escursioni, non solo quelle verticali ma anche quelle dove si attraversa la montagna trasversalmente, l'idea è quella di attraversare la valle e raggiungere Sementina (percorso impraticabile nel fondo valle).

Il ponte nasce dopo aver visto un servizio al Telegiornale sul Tris Brücke nell'Oberland Bernese, l'azienda che ha realizzato questo ponte è la stessa che ha realizzato il Ponte tibetano.

Il ponte è funzionale ma ha anche un elemento straordinario e attrattivo (primo in Ticino, uno dei più lunghi dell'arco alpino.

Il progetto nasce circa nel 2010.

Cosa pensa che possa portare questo progetto alla comunità?

Il ponte porta indubbiamente cifra d'affare alle attività vicine, alcuni dati dimostrano visite nell'ordine di migliaia e si misurano effetti in tre postazioni:

1. La cifra d'affari dell'ostello è esplosa (raddoppiata) → che compra prodotti locali
2. La teleferica ha, dall'apertura del ponte, un traffico ogni giorno paragonabile con il traffico che in precedenza era riscontrabile solo durante i weekend
3. Hanno dovuto utilizzare degli shuttle bus per il trasporto delle persone a Curzutt

Prima si misurava un traffico di 270 persone, ora le persone sono circa 350 più quasi 200 trasportate con i shuttle bus, senza contare le persone che raggiungono il ponte a piedi.

Inoltre dal 10 di giugno la chiesa di San Bernardo è aperta 4 giorni a settimana e dal 10 al 28 giugno si sono misurate oltre 1000 visite.

Ci vorrebbe un potenziamento della teleferica ed un piano di marketing per sostenere a lungo termine il ponte, questa è una sfida che ci vede confrontati in questo momento.

Inoltre da Gorduno a Gudo sta diventando un'offerta unica strutturalmente, quindi la forza contrattuale è maggiore per via dell'offerta articolata.

Quali sono state le difficoltà tecniche del progetto?

Le difficoltà erano di natura politica, bisognava creare l'accettazione del ponte, inoltre vi sono delle difficoltà procedurali, in fondo il progetto prevede la costruzione di un ponte in una valle (paura di deturpamento paesaggistico).

Si è dovuta mandare la domanda di costruzione presso i comuni di Monte Carasso e Sementina, vi era la commissione cantonale del paesaggio che voleva la tutela del paesaggio, bisognava coinvolgere ogni entità nel progetto.

Vi erano conflitti tra economicità (sostenibilità del progetto) e paesaggio, alla fine però tutti erano soddisfatti del progetto e non ci sono state troppe resistenze.

Il precedente ruolo di segretario comunale di Monte Carasso di Carlo Bertinelli ha permesso di sfruttare la propria rete di contatti per creare coinvolgimento attorno al progetto.

Come sono state risolte queste difficoltà?

Gli ostacoli sono stati superati perché il ponte ha arricchito il paesaggio, non lo ha quindi deturpato.

Vi è il progetto Carasc approvato quasi all'unanimità in consiglio comunale ed ha avuto un successo maggiore rispetto alla Fondazione Curzutt (all'epoca), questo anche dovuto al buon lavoro della fondazione negli anni.

Sementina era entusiasta e a quindi subito approvato il progetto dando 100.000 fr.

Il progetto ha un Business Plan?

Il progetto ha un Business Plan, tuttavia non è necessario per la costruzione di un ponte, i finanziatori lo richiedono per formalità (Svizzero tedeschi), in realtà sarebbe più opportuno misurarne gli effetti macroeconomici.

Il progetto prevede qualche entrata?

Non è previsto nella fase operativa del ponte poiché i costi di costruzione sono coperti e quelli di gestione sono irrisori.

In futuro i costi di mantenimento del ponte come saranno finanziati?

Il costo di gestione è bassissimo, si parla di 800 fr. all'anno e 4000 fr. ogni 4 anni, inoltre il ponte è garantito per 50 anni.

Quali metodi di finanziamento avete preso in considerazione?

Alcune risorse arrivano da privati che hanno comprato delle tavole nelle quali venisse inciso il loro nominativo quale ringraziamento per il contributo.

Quasi il 50% dei contributi arriva da fondazioni private quali ad esempio Vontobel.

Non è difficile trovare fondi per interventi territoriali, per il paesaggio poiché vi sono fondazioni dedicate (che per statuto finanziano questi progetti) ma per la realizzazione di un ponte è difficile trovare fondazioni.

All'inizio si è stabilito che nel progetto Carasc, nel quale è inserito il Ponte tibetano, il comune di Monte Carasso sarebbe intervenuto con il 30% dei finanziamenti, la condizione era che la Fondazione Curzutt si sarebbe impegnata a trovare fondi per ridurre questo finanziamento del comune (infatti alla fine il finanziamento era circa del 20-25%).

Inoltre altri finanziamenti sono arrivati dal Cantone e anche degli ERS che hanno versato 60.000 fr.

Quindi prima di iniziare il progetto disponeva già di oltre 1.000.000 fr.

Come vi siete avvicinati alla piattaforma progettiamo.ch?

Grazie all'ERS del bellinzonese che ci ha indicato questo strumento.

In quale misura il progetto ha raccolto finanziamenti tramite la piattaforma?

Non moltissimi finanziamenti grazie a progettiamo.ch, qualche migliaio di franchi, la piattaforma necessita di una maggiore visibilità secondo Carlo Bertinelli

Come sono stati raggiunti i finanziatori?

I finanziatori sono stati raggiunti grazie alla visibilità ereditata dalle operazioni della Fondazione Curzutt, quindi la buona reputazione ha permesso di avere una certa visibilità, le fondazioni hanno donato sulla fiducia anche importi di 50.000 fr. senza richiedere giustificativi, per questo progetto è stata molto sfruttata la rete offline di conoscenze legate alle attività della fondazione.

Conosce qualche finanziatore?

Sì, ci sono le fondazioni della Svizzera interna, le quali volevano il Business Plan, poi ovviamente grazie all'attività di segretario comunale ho conosciuto persone che sono poi diventate finanziatori del progetto.

Quali benefit avete proposto ai finanziatori?

Ai finanziatori (aziende) è stato offerta l'attività di sponsoring, ovvero mostrare il logo dell'azienda che ha finanziato, altre fondazioni come ad esempio Vontobel non voleva nemmeno essere nominata e ringraziata pubblicamente.

Vi sono poi le tavole con i nomi disposti a forma di totem per le persone che le hanno acquistate.

Lo Stato tiene molto ad apparire in quanto finanziatore, bisogna inoltre fare attenzione citando il dipartimento giusto.

È immaginabile permettere al finanziatore di prendere alcune decisioni in merito al progetto?

I finanziatori hanno lasciato carta bianca ai promotori (es. Vontobel), tuttavia idee e proposte sono ben accette (ovviamente non quelle assurde).

Secondo lei, quali fattori hanno spinto i finanziatori a finanziare questo progetto?

Le persone sono motivate in quanto vogliono essere riconosciute, avere un'identità grazie alle proprie azioni.

Le persone cercano visibilità, gratitudine, desiderano sentirsi qualcuno e questo desiderio le spinge a finanziare, sono poche le persone che finanziano per non ricevere nulla.

Accetterebbe con piacere aiuti non monetari da parte della "folla"?

La fondazione Curzutt è alla ricerca di interlocuzione per gli istituti scolastici di Monte Carasso e Sementina, cercando di fare qualcosa di attivo per creare delle attività creative.

Ad esempio è stato creato un racconto da un ex docente delle scuole medie che verrà utilizzato per integrare attività con i bambini.

La presenza della scuola è sempre stata (fin ora) passiva, ma si vorrebbe rendere questa presenza più attiva, la difficoltà nasce dal non conoscere il territorio, i risultati sono per ora scarsi e quindi aiuti non monetari sono più che ben voluti.

Considera il Ponte tibetano un progetto innovativo?

È un prodotto innovativo in quanto la posizione, la straordinarietà e la posizione ne fanno una novità, un'esclusività, quindi è innovativo (pur non avendo inventato il Ponte tibetano, questo in particolare è innovativo).

Ritiene il Canton Ticino un potenziale terreno fertile per l'innovazione?

Ovunque si può creare innovazione, dipende dal progetto, non ci devono essere ovviamente limiti insormontabili.

Il Canton Ticino non blocca le innovazioni, le generazioni di oggi sono più dinamiche, mentre quelle più vecchie meno innovative.

Siete mai stati contattati da qualche finanziatore?

Sì, un finanziatore che aveva comprato la tavola (amico) non avendo visto il proprio nome sulla tavola mi ha contattato per notificarmelo (gli era sfuggito ma il nome c'era).

Avete ricevuto qualche feedback?

Negativo non di rilevanza, il consenso è arrivato con fatica, ma questo progetto ne ha avuto molto.

In principio, si aspettava la realizzazione del progetto? Si aspettava un così forte interesse mediatico?

Ci si aspettava la realizzazione del progetto, ma un così forte interesse mediatico non era immaginabile, soprattutto la diffusione sui social network delle fotografie delle persone che hanno visitato il Ponte tibetano, specialmente i giovani.

Quale promotore in futuro intende promuovere altri progetti? Perché?

Di questa tipologia non ci sono progetti in previsione, vi sono altre opere di tipo territoriale, ad esempio il progetto sulla selva pascolata per creare unità pascolata, per offrire un'azienda innovativa.

Consiglia la piattaforma progettiamo.ch ad altri promotori di progetti?

In ogni caso consiglio la piattaforma, al di la della cifra, bisogna poi lavorare su questo strumento poiché, seppur valido, è poco conosciuto, bisognerebbe fare uno slogan o lavorare sul marketing, manca attenzione sulla piattaforma, c'è il buon prodotto, ora bisogna stimolare l'attenzione attorno ad esso.

Allegato 3: Intervista con Ilario Garbani

Come è nato il progetto? Chi ha lanciato l'idea? Quando?

L'idea è nata da una ricerca scolastica (docente scuola elementare), ricerca sulle tradizioni e la valle Onsernone annovera la farina, alcuni aspetti non erano valorizzati a sufficienza. (modo di farla).

Non c'era più bambini per lavorare e quindi è rimasto questo desiderio, Ilario con la ricetta giusta ha cercato alcuni agganci, nessuno era d'accordo, alla fine ha fatto da solo. (2006)

Quali sono state le difficoltà (tecniche) del progetto?

Tantissime, avendo scoperto l'essenziale (ricetta, quello che si sbagliava), il difficile era rendere il prodotto economico, trovare i macchinari, le collaborazioni.

Non è partito investendo denaro, ma cercando collaborazioni (aiuto Paolo Bassetti, coltiva mais nel piano di Magadino), ha messo a disposizione il mais e ha dato altri contatti per la tostatura e la macinatura fine del prodotto.

Altra importante collaborazione è slow food, all'inizio ha aiutato a rilanciare la farina a livello svizzero, già nel 2008 aveva un canale di distribuzione, che dopo essere crollato ne sono nati altri.

Ciò ha permesso di iniziare la produzione e anche di rilanciare il paesaggio della valle (restauro dei mulini) in modo da portare la produzione più vicina alla traduzione (mulini riattati nel 2013).

Progetto pilota del parco ha dato in totale 33'000 Fr. per Vergeletto mentre l'ERS ne ha dati 25'000 Fr.

Quante persone hanno lavorato al progetto? Quali erano le loro funzioni?

Per il progetto di rilancio Ilario Garbani ha fatto molto, mentre per i mulini vi sono state delle collaborazioni, mulini Vergeletto e museo

Quali sviluppi vede per questo progetto? Intende ingrandirlo? In che modo?

Sì, stiamo trattando una collaborazione con il museo e da agosto uscirà il nuovo prodotto che è la farina per polenta e a ottobre-novembre con Mövenpick uscirà un gelato in edizione limitata al popcorn.

ERS 50% macchinario tostatura che va bene per la segale, riportare anche la coltivazione del cereale in valle (non cresce bene in valle, ma la segale si, i campi ci sono), la segale era il cereale anticamente usato per la farina bona.

(farina per la polenta)
Grazie al ritorno di slow food coop vende la polenta per dare nome alla farina bona a livello svizzero.

È stato difficile creare l'accettazione del progetto nella comunità? E trovare finanziatori?

È stato difficile trovare collaborazioni all'inizio, quasi nessuno credeva nel prodotto, mentre per i finanziatori non è stato molto difficile, per i mulini hanno subito trovato la fondazione paesaggio (70000) e 20000 fondazione turismo, la mobiliare e diverse fondazioni in svizzera interna (Berg Hilfe).
Mentre per il progetto della farina l'unico fondo richiesto è quello legato al macchinario (CF) e quell'altro macchinario (tostatrice), tutto grazie a ERS.

È possibile immaginare che questo progetto faccia da apripista per altri progetti di che valorizzino prodotti indigeni?

È quello che spero, ad esempio l'idea di portare la coltivazione della segale in valle, altri progetti potrebbero nascere, ad esempio i biscotti. Il problema è lo spirito d'iniziativa e la professionalità, bisogna saper produrre biscotti e etichette per poterli vendere a grandi canali come Migros e Coop, inoltre ne potrebbe guadagnare il settore turistico (albergo dismesso da 60 anni) visite guidate ai mulini.
Mancano molte risorse (gli abitanti sono passati da 400 a 45)

Come si è avvicinato all'ERS Locarnese e Valle Maggia? E alla piattaforma?

ERS ha sempre aiutato e mostrato interesse, segnalando finanziatori per i Mulini.
ERS ha contattato Ilario attraverso Manfrina, ERS ha saputo dei progetti e ha cercato di aiutare finanziariamente.

Quali metodi di finanziamento sono stati presi in considerazione all'inizio? Perché si è optato anche per il crowdfunding?

Macchinario tramite il crowdfunding, mentre i mulini da fondazioni e aziende quali Ricola e La Mobiliare

In che misura i finanziamenti sono stati raccolti su *progettiamo.ch* e in quale misura in altri metodi?

2500 fr. su *progettiamo.ch* sui 10000, il rimanente ERS e Ilario Garbani (2000)

Ogni quanto comunicava con i finanziatori in merito al progetto? (piattaforma e offline)

Sporadicamente, ogni tanto controllava a che punto era il finanziamento, mancava l'interattività.

Ad esempio non puoi sapere chi ha finanziato durante, ma solo alla fine.

Conosce qualche finanziatore? Con quale cifra hanno finanziato il progetto?

Sì, qualche nuovo finanziatore Esmeralda Mattei, che ha pure aiutato al mercato di Lucerna, il contatto è nato tramite e-mail (ringraziamenti e mandare pacchetto farina).

Lei era disoccupata e quindi si è messa a disposizione.

Come sono stati decisi i benefit sulla piattaforma? E i finanziatori fuori dalla piattaforma che benefit hanno?

Non vi è stata una grande riflessione, si cerca di rendere il tutto sostenibile.

Il 10% non è stato ad esempio sfruttato.

La motivazione del finanziatore non deriva dal benefit, vorrebbe far parte della storia, conoscere i mulini e aiutando in altre forme.

Il progetto dispone di un business plan?

Il progetto dispone di un business plan (o meglio una ricerca di fondi)

Per Vergelletto ne sono stati fatti alcuni, ma non veri, uno vero non c'è ancora.

I bsuiness plan non risolvono problemi tecnici.

Considera questo progetto innovativo? Per quali motivi?

Si, assolutamente, l'innovazione è una delle basi, è fondamentale, la tradizione è innovazione, le cose diventano tradizione perché la gente le assume e le apprezza, la polenta è un piatto tradizionale, nel 1600 nemmeno c'era il grano turco.

Il progetto della farina bona non è nato guardando al passato, ma al potenziale.

Innovazione, ad esempio fare il gelato con la farina.

Ritiene che in Ticino ci siano i presupposti perché vi sia innovazione?

Il Ticino è un po' difficile, ma il vantaggio (e svantaggio) è che è piccolo.

Vantaggio: è più facile avere eco sulle proprie azioni, tutti sanno tutte le cose, in un attimo è facile far sapere cosa si fa.

L'innovazione in se è una cosa che in tutta la Svizzera fa fatica, il gelato al Mövenpick ha fatto fatica a farlo passare, si è molto prudenti.

Accetterebbe di buon gusto risorse non monetarie provenienti dalla "folla"? Oppure vede questo come un ostacolo alla buona realizzazione del progetto?
Si, l'unico "inghippo" è la professionalità della folla, ad esempio si cerca un giardiniere paesaggista, la persona che si propone non è qualificata a sufficienza, i volontari spesso fanno buoni lavori e altri invece creano problemi.
La risorsa umana ha pregi e difetti.

Secondo lei, quali fattori hanno spinto le persone a finanziare questo progetto?
Probabilmente non il benefit (non utilizzato), l'idea ha permesso ai finanziatori di finanziare, nel corso degli anni hanno seguito il progetto e ora hanno premiato il rilancio del prodotto.

Consiglierebbe la piattaforma a potenziali promotori di progetti? Perché?
Non l'ho mai fatto, in quanto la piattaforma è un po' limitata, potrebbe essere più interessante, la piattaforma andrebbe migliorata.
ERS si, molto importante.

Avete ricevuto feedback sul progetto? Di che tipo? Da chi?
No, nessun feedback a parte quella con cui è entrata nel progetto, nessuno è venuto a vederla, molti finanziamento erano sotto forma di donazione, il discorso nasce dalla fiducia.

Allegato 4: Intervista con Damiano Torriani

Come è nato il progetto? Chi ha lanciato l'idea? Quando?

APAV che si occupa della salvaguardia di beni culturali della regione (cappelle, edifici, mulini, acquedotti e vecchie cascine)

7-8 anni fa il proprietario della Cà Vegia a Cerentino (Adrian De Rogi) ha voluto vedere come fare per raccogliere finanziamenti per sistemare il tetto, è andato da APAV.

La proprietà non cambia, ma l'APAV raccoglie i soldi per sistemare il tetto.

Quali sono state le difficoltà (tecniche) del progetto?

Mancavano 2-300'000 fr. le nevicate hanno rovinato il tetto, allora si è ricominciato a raccogliere finanziamenti.

Grazie ad una conoscenza (offline), hanno mandato la domanda in cantone, hanno poi ricevuto il sostegno cantonale, che ha permesso di avere il sostegno di alcune fondazioni così hanno coperto il tetto, per gli ultimi 20'000 fr. sono andati presso l'ERS.

Quante persone hanno lavorato al progetto? Quali erano le loro funzioni?

Il vecchio presidente dell'APAV faceva tutto lui insieme al segretario, hanno coinvolto uno studio di ingegneria per fare dei piani preventivi, dopo Torriani ha ripreso in mano tutto, ora sono un comitato di 8 persone a lavorare. Ed il proprietario della Cà Vegia che è stato presente nel raccogliere accettazione e finanziamenti.

È stato difficile creare l'accettazione del progetto nella comunità?

Il progetto è nato quando ancora c'era Armando Donati (fondatore APAV) che ha molta influenza nella Valle Maggia, il suo appoggio ha permesso creare una forte accettazione del progetto.

APAV ha sostenuto alcuni progetti appartenenti a privati e questo non è piaciuto.

È possibile immaginare che questo progetto faccia da apripista per altri progetti di restauro per salvaguardare la storia? Saprebbe indicare qualche motivo?

Non in Valle Maggia, perché col senno di poi si sono resi difficile come è difficile sostenere questi progetti di valore storico-culturale appartenenti a privati (es. cantone), il valore locale è difficile da sostenere.

In altre regioni magari avrebbe più facilità, in Valle Maggia ci sono molte associazioni per sostenere la valle (valle più dinamica e con maggiore identità).

Come si è avvicinato all'ERS Locarnese e Valle Maggia? E alla piattaforma?
ERS è uno dei finanziatori del progetto e allora ha proposto la piattaforma.

Come si è comportato l'ERS nei confronti del progetto?
ERS ha proposto la piattaforma, il progetto è stato online 8 mesi, nessun finanziamento è arrivato, il 100% è arrivato il finanziamento con accordi bilaterali.

Quali metodi di finanziamento sono stati presi in considerazione all'inizio? Perché si è optato per il crowdfunding?
Associazioni della Svizzera interna, il Cantone e l'ERS.

In che misura i finanziamenti sono stati raccolti su progettiamo.ch e in quale misura in altri metodi?
20 fr. ma non raccolti il resto dal promotore.

Ogni quanto comunicava con i finanziatori in merito al progetto? (piattaforma e offline)
Piattaforma non molto, era un pro forma.
I finanziatori richiedono piani finanziari ex ante e post e formulari e tassazione privata e fatture e andamento lavori (inizio, processo e fine).

Come sono stati decisi i benefit sulla piattaforma? E i finanziatori fuori dalla piattaforma che benefit hanno?
È difficile trovare dei benefit legati al prodotto, anche in questo caso lo era, hanno scelto pernottamenti, però non stuzzicano la voglia di dare fondi.

Il progetto dispone di un business plan? Perché?
Il progetto non dispone di un business plan, è stato fatto un piano finanziario dai proprietario all'inizio, che hanno stimato il costo per il ripristino ed il costo per il mantenimento e le entrate.
APAV ha fatto un preventivo per i costi di costruzione in concordanza con il primo piano finanziario fatto.
Adesso il proprietario sta redigendo un Business Plan, che vengono richiesti per casi maggiormente turistici, qua una volta finito il restauro la cosa finisce, l'utilizzo non rientra nell'interesse delle associazioni che hanno dato i soldi.

Considera questo progetto innovativo? Per quali motivi?

L'innovazione deriva dal fatto che è il primo oggetto della Valle Maggia con un valore per tutta la comunità che viene reso disponibile per viverlo (viverci dentro, esperienza, no acqua calda, no corrente,…), gli altri sono solo da vedere.

Ritiene che in Ticino ci siano i presupposti perché vi sia innovazione?

Al tedesco interessa maggiormente la realtà ticinese, al ticinese non interessa particolarmente.

I finanziatori da attivare non sono quindi i ticinesi.

Accetterebbe di buon gusto risorse non monetarie provenienti dalla "folla"? Oppure vede questo come un ostacolo alla buona realizzazione del progetto?

Trovare cosa far fare ai finanziatori è difficile, quello che manca sono i soldi per finanziare.

Gli aiuti dalle aziende arrivano già con contatti bilaterali.

Consiglierebbe la piattaforma a potenziali promotori di progetti? Perché?

Progettiamo.ch è migliorabile, la realtà ticinese è ancora migliorabile, va bene in una realtà svizzera o americana, ci vorrebbero le traduzioni nelle lingue nazionali.

Portare progettiamo.ch nelle banche e fare pubblicità, non solo giornale, non li legge nessuno (solo i pensionati), renderlo a livello nazionale.

ERS non è l'ente giusto, non dovrebbe essere legato allo Stato, entrano progetti più privati e più interessanti anche dal punto di vista dell'attrattività.

72 ore è un'attività promossa dal Cantone su tutto il territorio e viene divulgato tramite la radio, chiunque può lanciare un progetto e in 3 giorni comunica cosa ha bisogno (di solito partecipano le scuole, ma sta perdendo attrattività).

Avete ricevuto feedback sul progetto? Di che tipo? Da chi?

Quando i finanziatori decidono di finanziare il progetto è valido, se non finanziano il progetto non rientra nei loro standard, il progetto a carico dell'APAV è sempre valido.

Non toglie turisti a Bosco Gurin, possono dormire due famiglie per notte.

Il modello di business del progetto prevede qualche entrata (es. pagamento biglietto)?

Il modello di business segue il concetto di "dormire in edifici storici", la casa sarà come 200 anni fa, tutto il mobilio. Il turista vive l'esperienza del soggiorno in una casa senza corrente elettrica e senza acqua calda, pagando un compenso si ricevono le chiavi e

si andrà a dormire, il sito prende a carico sotto il proprio cappello la Cà Vegia, ad agosto un paio di camere saranno già disponibili.
I proventi saranno utilizzati per il mantenimento della casa e per lo stipendio della moglie del proprietario che lavorerà al 50% per gestire la casa di vacanza, fai il lavoro per dare continuità all'edificio e non per lucrarci.

Allegato 5: Intervista a Patric Kaeslin

Come è nato il progetto? Da chi? Quando? Perché?

Lo scorso inverno (2014-2015), nel 2008 Patric ha visto lo snowscoot a Crans Montana, nel 2009 ha un'azienda di free bike (ma è estivo), per riempire l'inverno ha pensato allo snowscoot in Ticino.

Comprati con la ditta, il noleggio è alto (50 fr. al giorno) l'idea è quella di abbassare il costo → Accessibilità allo sport.

Con l'associazione e la campagna di crowdfunding hanno raccolto 7500 fr. per comprare 8 snowscoot, alcune uscite sono già fatte, l'idea è quella di fare le lezioni/prove gratuite. Creare interesse attorno a questa disciplina.

Cosa pensa che possa portare questo progetto alla comunità? (Es. turismo)

Innovazione, per le stazioni sciistiche è un nuovo fattore attrattivo, non è una cosa difficile (anche i disabili) possono praticarlo.

Quali sono state le difficoltà (tecniche) del progetto?

I fondi non è stato difficile in quanto sono anni che Patric è nell'ambito, non è stato difficile convincere gli altri.

Man mano le persone più esterne hanno finanziato.

Le difficoltà tecniche erano la diffusione della conoscenza, ha usato Tio, corriere e 20 minuti, che hanno fornito il contatto del presidente sci club Pregassona.

La difficoltà è stata farlo conoscere e apprezzare.

Il progetto dispone di un Business Plan?

No, un piano dei costi, giustificare i 7500 fr. e poi dimostrare come sono stati spesi.

Il progetto prevede qualche entrata?

L'associazione ha lo scopo di divulgazione della disciplina, se vi è interesse poi la ditta Ticino free ride offre noleggio e lezioni.

L'associazione compra e divulga il prodotto, le destinazioni prendono delle commissioni sul noleggio e lezioni, l'associazione forma i maestri (mostra come funziona).

Quali metodi di finanziamento avete preso in considerazione all'inizio?

Solo *progettiamo.ch*

Come vi siete avvicinati alla piattaforma progettiamo.ch?

Nella ricerca di finanziamenti si è ricordato di Marcello Tonini (RFT) che aveva parlato di *progettiamo.ch*, si è informato e ha avuto un contatto con Igor Franchini.

Come sono stati raggiunti i finanziatori? Rete offline di contatti oppure molto online?

Facebook, youtube, video, tanto sulle piste, presentare il prodotto in pista e parlano del prodotto.

Ha preso spunto da una piattaforma di crowdfunding in CH interna

Conosce qualche finanziatore?

Si, ad esempio il presidente dello sci club Pregassona, hanno avuto un incontro e ha creduto nel prodotto e ha aiutato.

Tre persone che non sconosce e gli altri bene o male li conosce direttamente o indirettamente.

Quali benefit avete proposto ai finanziatori (strategia)?

Molto improntato sulle ore di lezione, sempre per divulgare il prodotto (lezioni al di fuori della giornata promozionale gratuita).

È immaginabile permettere al finanziatore di prendere alcune decisioni in merito al progetto?

Sì, ciò è già capitato nel corso del progetto *Snowscoot per tutti* con il presidente dello Sci Club Pregassona.

Secondo lei, quali fattori hanno spinto i finanziatori a finanziare questo progetto?

Molti finanziatori lo hanno fatto perché conoscono Patric, pensa che è una forma di gratitudine verso il lavoro fatto.

Il presidente dello Sci Club Pregassona ha voluto conoscerli e dopo averli visti si è convinto (fidato).

Accetterebbe con piacere aiuti non monetari da parte della "folla"? (ad esempio tempo, prestito di oggetti, idee,…)

Si, senz'altro. Una collaborazione con la folla permetterebbe l'ulteriore sviluppo e conoscenza di questa disciplina.

Nell'associazione sono in 3, lo scopo è quello di ingrandirsi, l'idea è quella di creare un campionato a livello svizzero, ci sono già i contatti e vorrebbero fare una federazione.

Dopo anni di contatti la risposta della commissione per le piste da scii è quella di voler provare lo snowscoot e che al momento scelgono le piste.

Considera lo snowscoot un prodotto innovativo? Se sì, per quali motivi?

Sì, tutti possono provarlo, in quanto non rovina le articolazioni, infatti una signora che presenta disabilità motorie è riuscita a praticare questa disciplina.

Ritiene il Canton Ticino un potenziale terreno fertile per l'innovazione? Perché?

Come noto si fa sempre più fatica, in altri posti (Canton Grigioni) è molto più aperta alle novità (es. anni '90 Laax ha introdotto lo snowboard).

Qua è difficile anche perché finanziariamente e organizzativamente è più difficile, se va in Ticino va bene dappertutto.

Il rischio se lo sobbarca Patric Kaeslin (comprando gli snowscoot).

Avete ricevuto qualche feedback sul progetto?

Molti finanziatori hanno chiesto informazioni e si sono interessati al progetto, ha quindi avuto modo di parlare del progetto.

Un giovane sciatore freestyler ha provato e ha preferito gli sci (non gli è piaciuto), ma in generale ha suscitato interesse e curiosità.

Alcuni workshop di snowboard ad Airolo, nei quali è stato presentato lo snowscoot hanno creato interesse tra il pubblico.

In principio, si aspettava la realizzazione del progetto?

Si, altrimenti non l'avrei fatto, il termine infatti era molto corto, partiti prima di Natale alla fine del periodo invernale era già la scadenza e ha avuto il totale dei finanziamenti.

Consiglia la piattaforma *progettiamo.ch* a altri promotori di progetti?

Si, infatti è previsto un nuovo progetto (che in futuro sarà pubblicato su *perogettiamo.ch*) che prevede l'installazione di una rampa per praticare freestyle con bicicletta.

Allegato 6: Scheda di tesi

Modulo “Tesi di Bachelor” (Responsabile: D. Lunati),
Semestre primaverile 2015/2016

SCHEDA – PROGETTO TESI DI BACHELOR

Generalità e contatti studente e relatore				
	Nome	Cognome	E-mail	indirizzo
Studente	Adrian	Pedretti	adrian.pedretti@student.supsi.ch	
Relatore	Andrea	Huber	andrea.huber@supsi.ch	- - -

La scelta del tema di tesi

Breve descrizione della genesi dell’idea e delle motivazioni che l’hanno sostenuta (es. interessi professionali, problemi da risolvere, motivo per cui si svolge il lavoro, …).

Hanno motivato la mia scelta verso il tema del crowdfunding un interesse personale per l’innovazione e le forme alternative di finanziamento, soprattutto in fase di start-up.

Nutro inoltre interesse verso svariate tematiche che si possono collegare al crowdfunding quale l’utilizzo dei social media in un contesto aziendale, riconducibile al crowdsourcing.

Intendo pertanto sviluppare il concetto del crowdfunding, distinguendone le varie tipologie, identificandone i vantaggi (accesso al finanziamento informale, feedback, visibilità), così come le principali problematiche (legislazione, truffe, copyright), e presentare una panoramica delle varie modalità di finanziamento possibili per un progetto in Ticino.

Inoltre trovo interessante comprendere come migliorare la qualità dei prodotti (progetti) grazie alla combinazione tra crowdfunding e crowdsourcing, integrando la possibilità ai finanziatori di fornire feedback o scegliendo alcune caratteristiche del prodotto.

La Consulenza

Indicare il/i docenti con il/i quale/i avete discusso la vostra scheda e i suggerimenti/problemi principali emersi dal colloquio. Se lo studente ha discusso solamente con il proprio relatore, lasciare in bianco.

Particolarità

Spazio per esprimere eventuali aspetti da conoscere e da considerare per meglio comprendere il progetto di tesi e la sua fattibilità. Se non ci sono particolari degni di nota, lasciare in bianco.

Per meglio comprendere il tema di tesi è bene conoscere le motivazioni alla base di questo fenomeno, facendo riferimento alla bibliografia in merito al crowdfunding.

In Ticino è stata recentemente lanciata la piattaforma di crowdfunding *progettiamo.ch*. Nonostante questa piattaforma non presenti un numero ampio di progetti da analizzare, sarà oggetto di studio della mia tesi di Bachelor in quanto permetterà di individuare alcuni progetti di crowdfunding in Ticino. Inoltre, sempre attraverso la piattaforma, sarà possibile individuare promotori di progetti imprenditoriali e possibili finanziatori al fine di effettuare interviste semi-strutturate per meglio esplorare e approfondire il tema oggetto di studio.

Titolo provvisorio (ma anche no…)

La formulazione del titolo, anche se suscettibile di continue modifiche, richiede uno sforzo di chiarezza, di sintesi e di capacità di generare interesse.

Dal Crowdfunding passivo a quello attivo: analisi della situazione in Ticino

La focalizzazione del tema

Prima di giungere alla formulazione della domanda di ricerca (obiettivi) è necessario inquadrare bene la situazione iniziale dalla quale nasce il lavoro. In questa sezione deve trasparire una chiara visione del contesto generale e delle problematiche che si vogliono affrontare. A prescindere dal tema di tesi è molto importante fare riferimento alla letteratura esistente in materia o ai concetti teorici rilevanti per la tesi.

Come citato dagli studi di Belleflamme, Lambert e Schwienbacher (2010) il crowdfunding è un'attività che può essere vista come parte del più ampio concetto di crowdsourcing. Il crowdsourcing prevede l'uso di un ampio numero di individui[9] per ottenere idee, feedback e soluzioni in grado di sviluppare attività aziendali.

Raccogliere dei finanziamenti provenienti dalla "folla" è l'elemento che costituisce il crowdfunding. I potenziali consumatori, ma non solo, possono volontariamente intervenire apportando degli input di tipo finanziario[10]. (Kleemann, 2008). Da questo punto di vista il crowdfunding è uno strumento sottostante al crowdsourcing poiché prevede un aiuto di tipo finanziario.

Investitori in grado di elargire capitali maggiori esistono nella forma di venture capital o banche. Per attività che richiedono somme inferiori, soprattutto in fase di early-stage, gli imprenditori fanno affidamento ai propri risparmi, agli amici ed ai famigliari (concetto delle "3F", segnatamente Family, Friends and Fools) (Larralde & Schwienbacher, 2010). Negli ultimi anni alcuni imprenditori hanno iniziato, grazie alla diffusione di Internet, a cercare finanziamenti dal pubblico (folla), invece di approcciare investitori finanziari come business angels, banche o fondi di venture capital (Lambert & Schwienbacher, 2010).

Il crowdfunding è un metodo di finanziamento alternativo al quale fanno soprattutto ricorso start-up ed associazioni non-profit. Infatti un problema che molti imprenditori incontrano nelle fasi iniziali della loro attività, è quello di attrarre capitale esterno, dovuto in particolare ad un'insufficiente presenza di garanzie, liquidità, così come all'esistenza di una significante asimmetria informativa con gli investitori (Cosh, Cumming & Hughes, 2009).

Secondo Kleemann (2008) i finanziatori di un progetto di crowdfunding sono spinti da motivazioni che possono essere intrinseche, quali il piacere ed il divertimento nel compiere una determinata azione, e da motivazioni estrinseche, che prevedono una ricompensa[11] (dall'inglese: reward) sotto forma di denaro, beni oppure altri benefici.

Molti sono i fattori che incorrono nel successo di una campagna di crowdfunding (Larralde e Schwienbacher, 2010):

- Assenza di risorse preesistenti
- Rischio sotto forma di azzardo morale e asimmetria informativa
- Forma dell'organizzazione
- Cifra necessaria dall'imprenditore
- Problemi legali riguardanti il capitale ed investitori multipli

Il crowdfunding, il quale viene attuato grazie a piattaforme che permettono di raggruppare i progetti, esiste in diverse modalità.

1. Donazione:

   Iniziative di crowdfunding che cercano di ottenere finanziamenti senza per contro dare un incentivo finanziario (rewards). I progetti ottengono maggior successo se attuati da organizzazione no-profit. (Glaser & Shleifer, 2001).

2. Investimento passivo:

[9] Il termine inglese «crowd» è tradotto in italiano in «folla», ad indicare il gran numero di individui che concorrono nell'attività di crowdsourcing.

[10] Gli input finanziari possono assumere anche la forma di donazioni (senza necessariamente ottenere una ricompensa per l'investimento)

[11] La forma di crowdfunding che prevede una ricompensa ai finanziatori è chiamata «reward based»

Offrono una forma di ricompensa ai propri investitori (reward); la ricompensa può assumere diverse forme ma senza permettere agli investitori di concorrere attivamente all'iniziativa dando loro diritti di voto, possibilità di scegliere alcune caratteristiche del prodotto o lavorando all'interno del progetto. In questo caso i progetti sono promossi da coloro che ricercano un finanziamento senza l'intenzione di utilizzare altri tipi di risorse provenienti dai finanziatori. (Lambert & Schwienbacher, 2010)

3. Investimento attivo:

   In questa variante del crowdfunding, gli imprenditori offrono a coloro che investono la possibilità di essere attivi all'interno dell'iniziativa oltre ad offrire loro una forma di ricompensa. Ciò permette all'imprenditore di ottenere feedback relativi al prodotto e comprendere le potenzialità che la domanda di mercato offre. (Lambert & Schwienbacher, 2010)

   La forma di risorsa che il finanziatore apporta, permette lo sviluppo del progetto, consentendo a coloro che ricercano un finanziamento di ottenere anche attività aziendali, che possono essere di tipo strategico o operativo. Ad esempio ricorrere alla conoscenza dei finanziatori permette di sviluppare un progetto più performante.

   La tesi di Bachelor indagherà ed esplorerà soprattutto quest'ultima variante di crowdfunding.

Relativamente al Canton Ticino è stata attivata, promossa dai quattro Enti Regionali di Sviluppo (ERS), la piattaforma di crowdfunding online *progettiamo.ch*.

La piattaforma ha il compito di promuovere e valorizzare il potenziale economico e territoriale ticinese attraverso tre diverse modalità di crowdfunding (*www.progettiamo.ch*):

1. Sosteniamo

   Progetti di sviluppo sul territorio del Canton Ticino senza fini lucrativi

2. Doniamo

   Iniziative solidali, in particolare a scopo benefico

3. Finanziamo

   Idee imprenditoriali ticinesi, con attenzione per le produzioni locali ed artigianali

Attualmente la piattaforma presenta un tasso di successo del 73% ed ha permesso di realizzare 8 progetti. Attraverso la mia tesi di Bachelor vorrei descrivere come viene utilizzato e percepito il crowdfunding in Ticino allo scopo di comprendere ed esplicitare le potenzialità che questo fenomeno racchiude.

Intendo inoltre porre particolare attenzione alla possibilità dei promotori di iniziative di crowdfunding in Ticino di poter beneficiare, da parte dei finanziatori, di feedback e risorse aziendali in modo da poter sviluppare un progetto più performante. La possibilità di poter apportare altri tipi di risorse permette ai finanziatori di sentirsi maggiormente coinvolti nel progetto, aumentando nondimeno la qualità del prodotto.

Obiettivi (la domanda di ricerca)

Formulare in modo chiaro la domanda di ricerca che si vuole indagare.
Indicare quindi l'obiettivo generale del lavoro seguito da una serie di obiettivi specifici (e verificabili) che il lavoro intende raggiungere

Domanda di ricerca:

Come può il crowdfunding attivo generare innovazione in Ticino?

Obiettivi:

- Illustrare i vari metodi di finanziamento per startup e progetti
- Descrivere il funzionamento della piattaforma *progettiamo.ch*
- Comprendere le motivazioni che spingono la ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding, nello specifico quello attivo
- Verificare la propensione ad ottenere altre risorse, oltre a quelle finanziarie, dai finanziatori
- Indagare la possibilità di integrare un modello di crowdfunding attivo in Ticino

Metodologia

In questa sezione lo studente deve sforzarsi di spiegare COME intende raggiungere il proprio scopo. Occorre quindi descrivere quali strumenti si utilizzeranno e perché si ritiene siano adeguati per raggiungere gli obiettivi prefissati.

Le semplici dichiarazioni di seguire un approccio quantitativo o qualitativo non sono sufficienti, perché non aiutano a comprendere attraverso quali fasi e passaggi si riuscirà ad indagare la domanda di ricerca.

Allo scopo di risolvere il quesito posto dalla domanda di ricerca e rispondere agli obiettivi ho deciso di circoscrivere il fenomeno da analizzare al Canton Ticino, comprendendo quali sono le motivazioni che spingono la ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding ed indagando la necessità di ottenere altri generi di risorse oltre a quelle monetarie.

In una prima fase teorica, nella quale definirò l'argomento trattato farò riferimento ai vari metodi esistenti di crowdfunding sviluppati dal modello anglosassone[12] (prendendo dati dalle piattaforme Kickstarter e Indiegogo), successivamente, con l'ausilio di interviste semi strutturate presso gli Enti Regionali per lo Sviluppo andrò ad esplicitare le motivazioni che hanno spinto alla creazione della piattaforma *progettiamo.ch*.

Sempre grazie all'ausilio di interviste semi strutturate ai promotori di progetti di crowdfunding in Ticino, potrò raccogliere esperienze in modo da comprendere quali motivazioni hanno spinto alla ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding e comprendere inoltre l'interesse nel ricevere, oltre a quelle finanziarie, altri generi di risorse quali idee e proposte.

Vi sarà inoltre la possibilità di contattare, mediate un questionario elaborato con l'applicativo LimeSurvey, persone che hanno finanziato un progetto di crowdfunding in Ticino e persone che non hanno mai avuto modo di finanziare attraverso *progettiamo.ch*, questa via è però, al momento attuale, ancora in fasi di valutazione da parte mia.

Sarà fondamentale, al fine di ottenere una risposta alla domanda di ricerca quanto più affidabile e pertinente possibile, andare in profondità nell'analisi dei dati e comprendere quali sono i fattori che spingono la ricerca di finanziamenti tramite il crowdfunding in Ticino.

[12] Il crowdfunding dei paesi anglosassoni risulta quello maggiormente sviluppato, per alcuni dati statistici rimando al sito internet di kickstarter (https://www.kickstarter.com/year/2014/data?ref=yir2014)

Analisi delle risorse bibliografiche iniziali

In questa sezione occorre riportare un elenco ragionato di fonti, debitamente commentate in funzione del contributo atteso rispetto alla propria tesi.

Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher, A. (2010). *Crowdfunding: An Industrial Organization Perspective*. Univerité catholique de Louvain, Belgio

Questo articolo fornisce una panoramica del crowdfunding ponendo l'accento sugli aspetti industriali legati ad esso.

Brabham, D. (2008). *Crowdsourcing as a Model for problem solving: An Introduction and Cases*. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies (14), 75-90

Buona definizione di crowdsurcing, introduzione al concetto di attività aziendali ottenute grazie al crowdsurcing, permette inoltre di capire che il crowdfunding è un argomento affine (inserito nel concetto di crowdsurcing)

Glaser, E. & Shleifer, A. (2001). *Not-for-profit Entrepreneurs*. Journal of Public Economics (81), 99-115

Questa fonte spiega il maggior successo dei progetti non-profit finanziati grazie al crowdfunding in quanto i finanziatori sono alla ricerca della qualità e non di un premio.

Kleemann, F., G. Gunter Voss & Rieder, K. (2008). *Un(der)paid Innovators: The commercial utilization of consumer work through crowdsourcing*. Science, Technology & Innovation Studies, IV (1) 5-26

In questo articolo sono spiegate le motivazioni intrinseche (da sviluppare nella tesi) e le motivazioni estrinseche (premio/incentivo) che spingono le persone a voler finanziare una campagna di crowdfunding.

Lambert, T. & Schwienbacher, A. (2010). *An Empirical Analysis of Crowdfunding*. Université catholique de Louvain & University of Amsterdam Business School

Spiegazione del concetto di crowdfunding. Armin Schwienbacher è un ricercatore citato in molti articoli riguardanti il crowdfunding.

Larralde, B. & Schwienbacher, A. (2010). *Crowdfunding of enterpreneurial finance*. Oxford University Press

In questo articolo gli autori citano le motivazioni che spingono gli imprenditori a ricercare finanziamenti tramite il crowdfunding.

Piattaforma crowdfunding progettiamo.ch. (s.d.). Recuperato il 22 febbraio 2015, da www.progettiamo.ch

Il sito Internet della piattaforma di crowdfunding in Ticino è in grado di fornirmi dati e casi di crowdfunding locale.

Fattibilità

In questa sezione si deve discutere la disponibilità delle risorse necessarie alla buona riuscita (ex-ante) della tesi. In particolare bisogna riflettere: sulla disponibilità di dati e/o informazioni sufficiente e sulla concreta possibilità di accesso alla documentazione, sul livello di complessità e/o di ampiezza del tema in rapporto al tempo a disposizione. Individuare gli ostacoli è il primo passo, necessario, ma non sufficiente.

Discutere la fattibilità significa infatti individuare anche le strategie per affrontare gli ostacoli in modo da potersi ragionevolmente attendere il raggiungimento di tutti gli obiettivi prefissati.

Una difficoltà che potrò incontrare nell'elaborazione della mia tesi di Bachelor è la raccolta dei dati. In questo senso sarà di fondamentale importanza la collaborazione con gli Enti Regionali per lo Sviluppo ticinesi.

In questa fase preliminare alla stesura della tesi di Bachelor ho preso contatto con la signora Roberta Angotti, responsabile per la politica economica regionale presso l'Ente Regionale per lo Sviluppo del luganese, la quale mi ha fornito importanti dati statistici riguardanti la piattaforma *progettiamo.ch* che potrò interpretare in una fase successiva della mia tesi di Bachelor.

Un recente incontro preliminare con la signora Roberta Angotti ha permesso di verificare la disponibilità degli Enti Regionali di Sviluppo nel voler concedere interviste con lo scopo di raccogliere dati importanti per la compilazione della mia tesi di Bachelor.

Inoltre la fattibilità della tesi dipende dalla disponibilità dei promotori dei progetti nel voler rispondere alle interviste.

La difficoltà maggiore consiste, qualora intendessi intervistare finanziatori di progetti, nel raggiungere i finanziatori di progetti di crowdfunding in Ticino, tuttavia l'ERS del luganese ha confermato la possibilità di contattare i finanziatori indicando loro il mio progetto di tesi, in modo tale da poter individuare eventuali finanziatori disposti a voler rispondere ad un questionario o eventuale intervista.

Pianificazione delle attività

Si richiede una breve descrizione del piano di lavoro. Si tratta di spiegare a grandi linee le fasi che caratterizzeranno lo svolgimento della tesi: quali attività, in quale ordine e con quale metodo.

In aggiunta alla pianificazione "concettuale" delle attività è necessario definire una linea del tempo e riflettere accuratamente sulla tempistica e le interconnessioni delle singole attività (es. diagramma di Gantt).

Tesi di Bachelor: diagramma di Gantt

Struttura della tesi

Prima ancora che nasca la tesi, deve esserci un'idea preliminare di come organizzare gli argomenti e i contenuti per raggiungere gli obiettivi, secondo un piano di comunicazione efficace. Concretamente si tratta di pensare ad un indice, NECESSARIAMENTE provvisorio, che permetta di capire la sequenza logica degli argomenti (capitoli) e dei contenuti (paragrafi).

L'indice è uno strumento dinamico (lavorare continuamente sull'indice mentre la tesi avanza) che ci permette di riflettere, PRIMA di scrivere, su quali contenuti inserire nella tesi e su come organizzarli.

Abstract

Introduzione

Metodologia e struttura della tesi

Modelli teorici di riferimento
Open Innovation
Triplice elica
Open Source
Approccio teorico adottato

Crowdsourcing
Definizione
Storia
Benefici

Crowdfunding
Definizione
Benefici
Problematiche da tenere in considerazione
Tipologie di finanziamento
- All or nothing
- Keep it all

Tipologie di crowdfunding
- Crowdfunding passivo
- Crowdfunding attivo

Crowdfunding in Ticino
Caratteristiche del Ticino (imprenditorialità, innovazione, settori)
Metodi di finanziamento per i progetti

Progettiamo.ch
Enti Regionali per lo Sviluppo
Mandato
Come funziona (tipologia)
Come è nata questa piattaforma (motivazioni)

Case study (presentare alcuni progetti finanziati grazie al crowdfunding in Ticino)
Potenzialità nell'integrare il crowdsourcing per migliorare la qualità dei prodotti
I finanziatori sono disposti a partecipare attivamente ai progetti?

Risposta alla domanda di ricerca
Raccomandazioni

Conclusioni