

LA RACCOLTA FONDI INCONTRA I SOCIAL NETWORK

**Intervista a Chiara Spinelli di Eppela, portale di crowdfunding.
Un'opportunità per raccogliere donazioni sul web,
che però implica saper animare le reti**

di **Massimiliano Trulli**

Il crowdfunding è una delle più recenti ed interessanti evoluzioni del fund raising. Si basa sulle opportunità comunicative offerte dai social network e sul coinvolgimento di un largo numero di sostenitori disposti a donare anche piccole cifre.

Negli USA piattaforme come Indiegogo e Kickstarter sono realtà consolidate, che hanno permesso a organizzazioni e singoli cittadini di ottenere finanziamenti consistenti per il proprio progetto. Daltronde il meccanismo di finanziamento della campagna elettorale che ha portato il presidente Obama all'elezione è molto prossimo a questa logica.

Da poco più di un anno è attivo in Italia Eppela, portale che permette anche alle associazioni di volontariato di chiedere sostegno per il proprio progetto.

Ne parliamo con **Chiara Spinelli**, manager di Eppela.



**Chiara Spinelli,
manager di Eppela**

Come funziona il meccanismo del crowdfunding?

«Il crowdfunding ha un funzionamento piuttosto semplice. Si tratta sostanzialmente di una raccolta fondi on line, condotta attraverso una piattaforma che ospita un vasto numero

di progetti e convoglia un gran numero di utenti. Questi navigano tra i progetti e deci-

dono quale vogliono sostenere, lasciando un'offerta molto piccola - anche solo 1 euro - o più sostanziosa».

Quali sono i risultati ottenuti da Eppela in questi mesi?

«Da maggio 2011 abbiamo raccolto 1.097 proposte di progetto, di cui 250 pubblicate, e 20 portati al successo con circa 1.618 donazioni e 65.000 euro raccolti».

Che deve fare un'associazione che voglia pubblicare un progetto?

«Chiunque abbia un progetto da finanziare può presentarlo al nostro team, tramite una descrizione concisa ed essenziale. Bisogna proporre un importo, una data di scadenza entro cui raccoglierlo, e una serie di ricompense per i sostenitori - di crescente importanza a secondo dell'importo che vorranno donare.

Noi rispondiamo dando una serie di "buoni consigli", per strutturare al meglio la presentazione del progetto, e poi lo carichiamo sulla piattaforma. Bisognerà anche inserire un piccolo video - non c'è bisogno che sia professionale - in cui raccontare l'idea e fare appello ai sostenitori».

Che ruolo hanno le ricompense? Ci fai degli esempi pratici?

«Le ricompense spingono il sostenitore a donare. È importante che facciano sentire coinvolti i sostenitori. Possono essere sia emotive (ad esempio passare una giornata con l'associazione a vedere come viene rea-

lizzato il progetto, o la visione delle prove generali per uno spettacolo), che "fisiche", magari un prodotto che si è contribuito a far realizzare (una copia di un cd musicale o il dvd di un cortometraggio)».

Quale è il ruolo delle associazioni nella fase della raccolta?

«Le associazioni devono crearsi una buona rete sui social network, lavorare sulle proprie reti sociali. Nessuno conosce il bacino di interesse di un progetto meglio di chi ci lavora da anni.

Bisogna quindi pubblicizzare il più possibile il progetto tra i propri contatti, i contatti dei propri contatti, e quelli di Eppela. Promuovere un progetto di crowdfunding vuol dire imbarcarsi in una piccola impresa comunicativa».

Cosa è il sistema "tutto o niente"? E perché si è deciso di adottarlo?

«È il sistema che sta alla base del nostro crowdfunding. Nel caso in cui il progetto non raggiunga la cifra stabilita, verrà semplicemente chiuso e nessuno perderà o guadagnerà nulla. I sostenitori, a cui nessuna cifra era stata trattenuta preventivamente, potranno decidere se cercare una nuova idea da finanziare o meno. Eppela non tratterrà nulla, e l'autore potrà riproporre il progetto quando vorrà, ripensandolo e migliorandolo.

È un buon sistema, perché è fortemente motivante: è come una corsa con un traguardo. Chi propone il progetto si sentirà

**Eppela è un portale
che permette
alle associazioni
di volontariato
di chiedere
sostegno
per i propri
progetti**



L'homepage del sito eppela.com

molto motivato a coinvolgere fino all'ultimo dei propri contatti. E ogni sostenitore sarà pronto a promuovere il progetto, perché saprà che altrimenti non lo vedrà concretizzarsi».

Quali sono i costi per il servizio svolto da Eppela?

«Pubblicare un progetto sul portale è completamente gratuito. Solo in caso di successo Eppela trattiene il 5% della cifra raccolta.»

Che caratteristiche deve avere un buon progetto?

«Semplice, diretto, di cuore. Chi lo propone deve metterci la faccia, perché la sua passione e il suo impegno sono la prima credenziale del progetto. E deve avere ricompense interessanti. Non importa che siano di valore, ma che coinvolgano chi dona».

Quale opportunità dà il crowdfunding alle associazioni di volontariato? E quali sono gli ostacoli specifici per una piccola o media associazione?

«È un ottimo mezzo per uscire dal piccolo "recinto" della raccolta fondi presso amici e affezionati e per mettersi in gioco di fronte a un palcoscenico più grande.

Il problema principale è forse che nel Terzo settore spesso c'è ancora un po' di difficoltà di approccio agli strumenti web. Raccogliere fondi on line può essere molto produttivo, ma bisogna saper usare lo strumento».

Più in generale, quali sono i principali problemi per la diffusione del crowdfunding?

«L'idea alla base del crowdfunding è che per giudicare la qualità e la necessità di un

C'è anche scetticismo nel capire che in tempi di crisi la chiave “solidale” è la migliore per uscire tutti insieme da questo pantano. Poi esiste un problema di *digital divide* e di scarsa fiducia nell'usare i pagamenti via web. Insomma, il quadro è complesso, ma noi crediamo molto nel valore di questa idea».

«Certo. Un progetto che si realizza con il

Ci fai un esempio di un progetto di successo?

«Mi fa piacere citare “La musica che cura”, progetto dell’Hospice “Il Tulipano” del Niguarda di Milano, una struttura che ospita i malati cronici e i loro familiari. Volevano raccogliere 2.500 € per portare avanti i loro pomeriggi musicali dedicati ai malati e alla fine del progetto ne hanno raccolti 3.235. Hanno saputo raccontare l’intervento in modo sincero e toccante, e molte persone hanno scelto di donare anche solo cifre molto piccole». ■



14 *Il volontariato va*