

## IL CROWDFUNDING

Anno Accademico 2019/2020

### **Titolo Workshop:**

### **IL CROWDFUNDING**

Il crowdfunding per le produzioni artistiche e creative. Il crowdfunding civico a sostegno della progettualità a impatto sociale.

### **A cura di:**

Docente che propone il workshop: Enrico Parisio

Docente che tiene il workshop: Alfredo Valeri

### **Indirizzato a:**

tutti gli studenti e particolarmente consigliato a coloro che sono coinvolti nel progetto di place branding di San Lorenzo

### **Numero partecipanti:**

min 12 / max 35

### **Requisiti/supporti richiesti:**

laptop personale.

### **Durata e Crediti:**

30 ore – 2 crediti

### **Periodo di svolgimento:**

lunedì 2 marzo a venerdì 6 marzo 2020

**Giorni, orari, aule di svolgimento, supporti:**

SEDE RUFA VIA DEGLI AUSONI 7 – AULA A10

Lunedì 2 marzo: 9.30 - 16.30 (1 ora pausa pranzo)

Martedì 3 marzo: 9.30 - 16.30 (1 ora pausa pranzo)

Mercoledì 4 marzo: 9.30 - 16.30 (1 ora pausa pranzo)

Giovedì 5 marzo: 9.30 - 16.30 (1 ora pausa pranzo)

Venerdì 6 marzo: 12.30 - 18:30

**Breve descrizione:**

Il workshop è pensato per essere strutturato in due moduli complementari. Il primo, della durata di 10 ore, dopo un'introduzione teorica sulle caratteristiche distintive del "fenomeno crowdfunding" all'interno del quadro della sharing economy, si focalizza sulle opportunità di impiego di questo strumento in ambito artistico e creativo, evidenziandone i punti di forza non solo in termini finanziari ma anche e soprattutto di marketing e comunicazione a beneficio delle iniziative oggetto delle campagne di finanziamento collettivo.

Il secondo modulo, della durata di 20 ore, è incentrato sul segmento del cosiddetto civic crowdfunding e prevede una parte teorica di inquadramento con analisi di casi di campagne ad impatto sociale e territoriale, cui si affianca una sezione pratica di esercitazione sul campo connessa al progetto integrato di "Place branding di San Lorenzo", nell'ambito del quale gli studenti potranno mettere alla prova le competenze acquisite predisponendo una o più micro-campagne di crowdfunding civico.

In termini metodologici, il workshop metterà in luce come l'esito di una campagna di crowdfunding non sia facilmente prevedibile, essendo condizionato da una serie di variabili-chiave solo in parte controllabili dal promotore. A fronte di un rischio di fallimento molto concreto, sarà importante conoscere le caratteristiche del fenomeno, riducendo i rischi di errore sia in fase di pianificazione che di gestione della campagna. Quindi, dopo l'analisi delle caratteristiche proprie di questa forma di finanziamento collettivo, verranno approfonditi gli elementi che maggiormente ne determinano il successo, concentrandosi in particolare sull'analisi preventiva dei target di sostenitori, sulla scelta della piattaforma online, sull'attenta costruzione di una strategia di comunicazione della campagna e sull'individuazione di ricompense incentivanti.

**Alfredo Valeri.** Ha curato il volume "Il crowdfunding nel settore culturale e creativo", Marsilio Editori 2017. Dottore di Ricerca in Pianificazione Territoriale e Politiche pubbliche del territorio presso lo IUAV di Venezia. Come responsabile dell'Area Ricerca di Civita svolge analisi socio-economiche e valutazioni d'impatto legate principalmente all'innovazione nelle Industrie culturali e creative ed è autore di oltre 20 pubblicazioni sul tema. Consulente di marketing strategico ed esperto di fundraising. Project manager per interventi di sviluppo locale e di valorizzazione degli asset turistico-culturali. Professore a contratto presso corsi universitari e post lauream su ecosistema dell'innovazione nelle Industrie culturali e creative e nel turismo, marketing dell'arte e della cultura, Corporate social responsibility e strategie di crowdfunding.