



# BiUniCrowd

 L'università del crowdfunding

## Guida all'uso

in collaborazione con



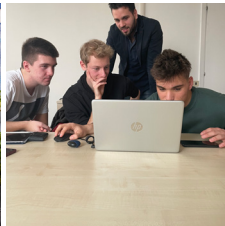
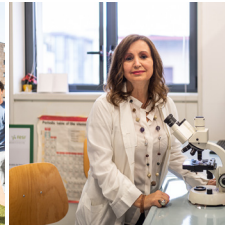
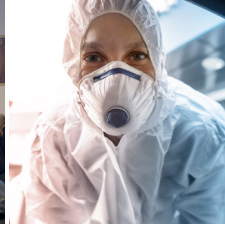
 **VI call**



# Indice

01.	Ti presentiamo BiUniCrowd	05
	Ma che cos'è il crowdfunding?	07
	Crowdfunding e università	07
	Ginger Crowdfunding	08
	Il contesto della sharing economy e il mercato del crowdfunding	09
02.	Gli elementi essenziali del reward based crowdfunding	10
	Le opportunità formative di BiUniCrowd	13
	Chi può partecipare a BiUniCrowd	19
	Modalità di partecipazione e di presentazione della domanda	20
	Obblighi dei proponenti	21
03.	Criteri di valutazione	22
	Le tematiche del bando I partner di BiUniCrowd	24
	La piattaforma Ideaginger.it	29
	I risultati di BiUniCrowd	30
	Contatti	35







# Ti presentiamo **BiUniCrowd**

*BiUniCrowd* è l'esperienza di applicazione del reward based crowdfunding nell'ambito universitario e della ricerca più ambiziosa in Italia. Il bando è ideato dall'Università degli Studi di Milano Bicocca per dare all'intera comunità universitaria l'opportunità di utilizzare il crowdfunding per finanziare progetti innovativi.

*BiUniCrowd* valorizza la ricerca scientifica con un percorso di avvicinamento alla società civile, alle istituzioni e alle imprese, con un modello basato sulla formazione al crowdfunding, il supporto professionale dei team selezionati e il cofinanziamento dei progetti al 50% su un obiettivo massimo di 10.000 euro.

Sono già 21 i progetti finanziati nelle scorse 5 edizioni da *BiUniCrowd*, che quest'anno riparte offrendo ancora più opportunità ai partecipanti.





# Ma che cos'è il crowdfunding?

Il crowdfunding è uno strumento di raccolta fondi online, che permette di sfruttare le potenzialità degli strumenti di comunicazione digitale per raccogliere le risorse necessarie a realizzare progetti concreti e definiti grazie al supporto di altre persone e partner che ne condividono l'obiettivo.

Si tratta di una modalità di raccolta fondi utilizzata in settori molto eterogenei tra loro: sociale, cultura, business e ricerca.

## Crowdfunding e università

Per un progetto di ricerca o una nuova idea d'impresa l'accesso a nuove risorse finanziarie è uno degli obiettivi di una campagna di crowdfunding, ma non è detto che sia l'unico. Promuovere una campagna di raccolta fondi online è infatti anche l'opportunità per testare la validità di un'idea, entrare in contatto con nuovi partner privati e pubblici, sensibilizzare la comunità, migliorare le proprie competenze nell'ambito del project management e della comunicazione digitale.

Tutte queste sfaccettature rendono il crowdfunding uno strumento straordinario per vincere molte delle sfide con cui si deve confrontare quotidianamente chi è impegnato nella ricerca scientifica o chi vuole confrontare la propria idea di impresa con il mercato. Aiutarti a raggiungere questi obiettivi contemporaneamente è la missione di *BiUniCrowd*.



# Ginger Crowdfunding

*BiUniCrowd* è sviluppato in collaborazione con Ginger Crowdfunding che gestisce [Ideaginger.it](http://Ideaginger.it), la piattaforma di crowdfunding con un tasso di successo del 95%, il più alto a livello nazionale.

I Campaign Manager di Ginger cureranno tutta le attività formative al crowdfunding, nonché i percorsi di accompagnamento individuali di cui beneficeranno i progetti selezionati, mettendo a disposizione una professionalità ed esperienza maturata come consulenti di oltre 1.000 campagne di crowdfunding.

All'interno della piattaforma [Ideaginger.it](http://Ideaginger.it) è attiva l'area partner ([www.unimib.it/biunicrowd](http://www.unimib.it/biunicrowd)) dedicata a *BiUniCrowd*, che raccoglie tutte le informazioni utili per partecipare al bando nonché i progetti di raccolta fondi selezionati nelle precedenti edizioni.







# Il contesto della sharing economy e il mercato del crowdfunding

Nel 1978, Marcus Felson e Joe L. Spaeth coniarono l'espressione "sharing economy" per rappresentare il nuovo modello economico e culturale che promuove forme di consumo consapevole basate sull'utilizzo, lo scambio e la condivisione di beni, servizi e conoscenze anziché sull'acquisto.

La diffusione delle nuove piattaforme tecnologiche ha contribuito allo sviluppo di nuove strutture economiche basate sulla condivisione, creando legami virtuosi e promuovendo un cambiamento sociale, economico e ambientale. In questo contesto si inserisce il crowdfunding, che permette alle persone di sostenere e finanziare progetti di vario genere, favorendo la collaborazione e l'impatto sociale.

Negli ultimi anni il mercato del reward-based crowdfunding è in forte espansione, dal punto di vista delle campagne lanciate, dei fondi raccolti e dei sostenitori coinvolti. Questo non significa però che realizzare una campagna di successo sia scontato, e proprio per aiutare tutti i membri della comunità dell'Università Bicocca a utilizzare il crowdfunding nasce *BiUniCrowd*.

# Gli elementi essenziali del reward based crowdfunding

- ◆ **Progetto concreto** - Una campagna di crowdfunding si costruisce attorno a un progetto definito e concreto da realizzare grazie al denaro raccolto. Individua un obiettivo condiviso dalla comunità di sostenitori a cui ti rivolgi, spiega in dettaglio come intendi raggiungerlo e i risultati che otterrai.
- >> Vai alla presentazione dei temi di *BiUniCrowd* (p. 24) per scoprire gli ambiti di ricerca entro cui proporre il tuo progetto.
- ◆ **Obiettivo economico** - L'obiettivo economico della campagna è collegato a un obiettivo progettuale specifico. Raccontare come verrà speso il denaro che raccogli ti permette di conquistare la fiducia dei tuoi potenziali sostenitori.
  - ◆ **Modalità Tutto o niente** - Ogni campagna si sviluppa in un lasso di tempo limitato, al termine del quale se hai raggiunto o superato il tuo obiettivo economico la piattaforma ti trasferirà i fondi raccolti. E se non dovessi raggiungerlo? Tutti i fondi saranno restituiti ai sostenitori. Di primo impatto può sembrare un rischio, ma la regola del Tutto o niente è in realtà una delle leve di coinvolgimento più efficaci del crowdfunding, perché ti aiuta a far percepire ai tuoi sostenitori quanto il loro aiuto sia essenziale, aumentando così la loro propensione al dono.
  - ◆ **Ricompense** - Ad ogni contributo economico raccolto corrisponde una ricompensa per i sostenitori. Le ricompense sono una leva straordinaria per sensibilizzare sul tuo obiettivo, coinvolgere le persone e aumentare l'importo medio donato; possono includere prodotti e servizi ma in molte occasioni le ricompense intangibili, come esperienze o forme speciali di ringraziamento, sono ancora più efficaci.





- ◆ **Una comunità di sostenitori** - Una delle opportunità più interessanti del crowdfunding è quella di utilizzare la raccolta fondi per costruire una comunità di persone che si identificano in un obiettivo comune e che decidono di attivarsi concretamente per raggiungerlo. La comunità che riuscirai a costruire attorno al tuo progetto rappresenta uno degli elementi di maggior valore che ti lascerà un crowdfunding di successo.
- ◆ **Comunicazione e marketing** - Non c'è crowdfunding senza una strategia di marketing, volta a individuare i tuoi potenziali sostenitori e raggiungerli grazie alle potenzialità del digitale, dei social network e dei canali di comunicazione che deciderai di utilizzare.
- ◆ **Una squadra di lavoro** - Una campagna di crowdfunding è un'opportunità di crescita per il team di lavoro, aiutandolo ad acquisire competenze in project management, fundraising, marketing digitale e comunicazione.
- ◆ **La cultura della trasparenza** - Fiducia e rendicontazione sono due valori chiave su cui costruire il rapporto con i tuoi sostenitori, mantenendoli aggiornati sui risultati che raggiungerai grazie anche al loro contributo.





# Le opportunità formative di BiUniCrowd

Alle fondamenta di una campagna di crowdfunding di successo c'è anzitutto la conoscenza dello strumento e di come progettare e promuovere una raccolta fondi. Per questo motivo *BiUniCrowd* offre numerose opportunità per scoprire le potenzialità del crowdfunding e acquisire tutte le competenze utili per raccogliere fondi online e candidare un progetto con le migliori possibilità di successo.

## Evento di presentazione

Vuoi approfondire cosa è il crowdfunding e come candidare il tuo progetto al bando? Partecipa all'evento di presentazione della nuova edizione di *BiUniCrowd* che si terrà **martedì 21 novembre alle 11:00 presso l'Auditorium Bicocca**, in via Vizzola n. 5.

Durante l'evento ti presenteremo le opportunità del bando, in che modo i progettisti selezionati saranno aiutati a realizzare una campagna di crowdfunding di successo e come ottenere il cofinanziamento di *BiUniCrowd*. Inoltre, alcuni progettisti che hanno già partecipato con successo al bando condivideranno la loro esperienza, raccontando come le potenzialità del crowdfunding applicato alla ricerca scientifica vadano molto oltre la raccolta fondi.

**Iscriviti subito!**

**scannerizzando il Qr Code**



LINK Evento di presentazione: <https://bit.ly/presentazioneBiUniCrowd2023>



# Corsi di formazione

Cosa rende *BiUniCrowd* l'Università del Crowdfunding? L'obiettivo di condividere il più possibile nuove competenze, rivolgendosi non solo ai vincitori del bando, ma rendendole accessibili a chiunque all'interno della comunità universitaria sia interessato al crowdfunding. In che modo?

## Webinar di formazione per tutti

Prima di candidare il tuo progetto, a dicembre partecipa al corso e impara come progettare la tua campagna di crowdfunding e raccontarla con contenuti testi e video, come coinvolgere i tuoi sostenitori con ricompense uniche e ideare una strategia di comunicazione utile a raggiungere tante persone e potenziali partner.

Sei ore di formazione online, organizzate in tre lezioni di due ore ciascuna e caratterizzate da una didattica pratica, interattiva e ricca di esempi operativi. Partecipando alla formazione non solo riempirai la tua cassetta degli attrezzi con tutto quello che ti occorre per un crowdfunding di successo, ma acquisirai tanti elementi utili per candidare al bando un progetto potenzialmente più adatto al crowdfunding e quindi con migliori possibilità di superare la selezione.



## Piano didattico


- ◆ Progettazione di una campagna di crowdfunding: le condizioni per una campagna efficace, il team, il business plan, budget e tempistiche.
- ◆ I contenuti di un progetto di crowdfunding: testi, video, visual e ricompense.
- ◆ Strategia di promozione di una campagna di crowdfunding.

**Scopri il calendario del corso  
e iscriviti subito**



LINK Webinar di formazione: <https://bit.ly/formazioneBiUniCrowd2023>





# Sportello informativo online

Per un primo confronto sulla tua idea o per qualsiasi approfondimento sul crowdfunding o sul bando non esitare a contattare lo Sportello Informativo *BiUniCrowd*. In che modo?

- ◆ Prenota gratuitamente una call di mezz'ora, un consulente di Ginger Crowdfunding risponderà a tutte le tue domande. Scegli lo slot più comodo per te su: <https://biunicrowd.youcanbook.me>
- ◆ Scrivi una mail a [info@gingercrowdfunding.it](mailto:info@gingercrowdfunding.it)
- ◆ Telefona al numero 3917064691.

**Prenota un appuntamento  
con lo sportello informativo**



# Formazione avanzata per i progetti selezionati

Le opportunità formative di *BiUniCrowd* proseguono anche dopo la fase di candidatura. Se il tuo progetto sarà selezionato beneficerai anche di un corso di formazione al crowdfunding avanzato, della durata complessiva di 10 ore.

Il corso sarà l'occasione per trasformare il tuo progetto in una campagna di crowdfunding di successo, nonché per acquisire nuove pratiche nell'utilizzo dei principali strumenti di comunicazione e marketing digitale.

## Piano didattico

- ◆ Business plan e progettazione di una campagna;
- ◆ fundraising;
- ◆ copywriting per il crowdfunding;
- ◆ le ricompense;
- ◆ come produrre un video per il crowdfunding;
- ◆ marketing e community engagement;
- ◆ comunicazione web.



## Accompagnamento individuale

Terminata la formazione sarai affiancato da un Campaign Manager di Ginger Crowdfunding che ti guiderà passo dopo passo con un percorso di consulenza personalizzato nelle tre fasi chiave di ogni campagna di crowdfunding.

- ◆ Prima dell'avvio della raccolta fondi il tuo Campaign Manager ti aiuterà a sviluppare il business plan della campagna, a preparare i contenuti da pubblicare in piattaforma e a idearne la strategia di comunicazione.
- ◆ Una volta che la tua campagna sarà online, il tuo Campaign Manager ne monitorerà attentamente l'andamento, verificando l'impatto della strategia di comunicazione e fornendoti un costante supporto per aiutarti a raggiungere rapidamente il tuo obiettivo e massimizzare i fondi raccolti.
- ◆ Terminato il crowdfunding insieme al Campaign Manager imposterai un efficace piano di donor care per ringraziare e aggiornare i tuoi sostenitori e consegnare le ricompense.

Il percorso di consulenza si svolgerà principalmente online, ma per ciascun team selezionato sarà organizzato anche un incontro in presenza presso i locali dell'Università Bicocca.

## Il cofinanziamento della tua campagna di crowdfunding

Grazie al supporto dei partner di *BiUniCrowd* i contributi che raccoglierai con il crowdfunding valgono il doppio! Quando un progetto raggiungerà il 50% del suo obiettivo si attiverà un match-funding pari al restante 50% su un obiettivo massimo di 10.000 euro.

E se raccogli più fondi del tuo obiettivo iniziale, andando quindi in overfunding? Il cofinanziamento del partner è comunque garantito e non si ridurrà!



# Chi può partecipare a BiUniCrowd

1. Docenti di ruolo, Ricercatori, Assegnisti di ricerca, Specializzandi, Dottorandi, Borsisti, Personale Tecnico-Amministrativo afferenti all'Università di Milano-Bicocca che abbiano un rapporto di lavoro in essere fino alla conclusione del progetto presentato.
  - a. Se il team leader è un Dottorando è necessario che nel team sia presente un docente/ricercatore o altro strutturato dell'Ateneo che possa assumere la titolarità del progetto contabile per la gestione dei fondi.
2. Studenti iscritti a un corso di Laurea, Laurea Magistrale o Ciclo Unico, Master di primo e secondo livello, studenti e dottori di ricerca che hanno già conseguito Laurea, Master o Dottorato presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca.
3. Oppure potranno partecipare sotto forma di Impresa già costituita con i seguenti requisiti:
  - a. essere micro, piccola o media impresa così come definita dal Regolamento (CE) n.800/2008 della Commissione Europea o Enti del Terzo settore (Associazioni di promozione sociale, Organizzazione di Volontariato e Onlus);
  - b. essere iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio;
  - c. essere in stato di regolare attività e non trovarsi in stato di difficoltà ai sensi degli orientamenti comunitari sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese in difficoltà (GUUE C 244 del 1° ottobre 2004) e, in particolare, non trovarsi in stato di fallimento, di liquidazione (anche volontaria), di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente;
  - d. avere assolto gli obblighi contributivi ed essere in regola con le normative sulla salute e sicurezza sul lavoro di cui al D.lgs. n. 81/2008 e successive modificazioni e integrazioni;
  - e. non trovarsi in nessuna delle situazioni ostative relative agli aiuti di stato dichiarati incompatibili dalla Commissione europea (Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 - relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea agli aiuti "de minimis"). L'Università si riserva la facoltà di acquisire eventuali dichiarazioni relative agli aiuti "de minimis" in base agli articoli citati al presente punto;
  - f. avere legali rappresentanti, amministratori (con o senza poteri di rappresentanza) e soci per i quali non sussistano cause di divieto, di decadenza, di sospensione previste dall'art. 10 L. 575/1965 (c.d. Disposizioni contro la mafia);
  - g. avere tra i propri soci i soggetti indicati ai punti 1 e 2.



# Modalità di partecipazione e di presentazione della domanda

I progetti possono essere presentati da un singolo proponente oppure in modo congiunto da più proponenti riuniti in team. In questo caso il team deve individuare al proprio interno un singolo soggetto che presenterà la domanda e ne sarà unico referente.

Ogni soggetto proponente può presentare un solo progetto, singolarmente o congiuntamente ad altri soggetti.

Gli elementi richiesti per candidarsi sono:

1. dati del responsabile di progetto;
2. copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità del solo proponente della proposta progettuale;
3. curriculum vitae del proponente;
4. in caso di team di lavoro, curriculum vitae di tutti i membri della squadra;
5. titolo del progetto;
6. descrizione sintetica del progetto di massimo;
7. scheda progetto (reperibile sul sito di *BiUniCrowd*);
8. lettera rivolta al potenziale partner co-finanziatore e ai sostenitori della campagna che presenti il progetto e li inviti a sostenerlo;
9. descrizione dettagliata dei costi del progetto;
10. presentazione dei propri canali di comunicazione digitale e dei dati della propria community;
11. spunti per la promozione della raccolta fondi e le attività di community engagement;
12. descrizione di eventuali pregresse esperienze in fundraising e in comunicazione digitale.

Le candidature devono essere presentate mediante il tab Partecipa (<https://bit.ly/partecipaBiUniCrowd>) dell'area dedicata a *BiUniCrowd* sulla piattaforma [ideaginger.it](https://ideaginger.it) rispettando le tempistiche indicate nel bando.



# Obblighi dei proponenti

## Conto corrente

Tutti i candidati individuati al punto n. 2 del paragrafo Chi può partecipare a *BiUniCrowd*, devono avere o aprire un conto corrente personale su cui, terminata con successo la campagna di crowdfunding, saranno versati i fondi raccolti e il cofinanziamento.

## Esposizione del logo/brand

Per tutta la durata dell'iniziativa i progettisti selezionati si impegnano a dare visibilità ai loghi Bicocca-L'università del Crowdfunding e Università di Milano-Bicocca in occasione di tutte le circostanze di visibilità pubblica e comunicazione d'immagine (giornali, convegni, etc.), comprese tutte le forme di comunicazione digitale (es. sito web d'impresa o di progetto, social network, blog, forum etc.). Inoltre, su richiesta dello staff dell'Università Bicocca, devono apporre sugli stessi materiali anche la dicitura "con il contributo di \_nome azienda\_".

Nel caso in cui gli obblighi di esposizione di logo e brand non vengano rispettati, l'Università di Milano-Bicocca applicherà una penale fino al 10% del finanziamento totale raccolto.

## Rendicontazione

Tutti i progettisti selezionati sono tenuti a rendicontare le spese sostenute per la realizzazione del progetto finanziato. Si precisa che i fondi raccolti col crowdfunding e/o il cofinanziamento del partner non possono essere utilizzati per il pagamento di prestazioni e servizi erogati dai soggetti proponenti il progetto.

Le modalità di rendicontazione sono definite nell'Atto di impegno che sarà sottoscritto dai progettisti a conclusione della campagna di raccolta fondi e disciplinerà anche tempi e modalità di utilizzo dell'eventuale cofinanziamento.

Tali dati saranno trattati con le sole finalità di monitorare l'effettivo utilizzo delle risorse per le finalità dichiarate e l'impatto economico e sociale dell'iniziativa e saranno gestiti nel rispetto della normativa vigente in tema di privacy.



# Criteri di valutazione

Le domande presentate verranno selezionate da una commissione di valutazione appositamente costituita e nominata con decreto Rettorale. Tutte le domande ammissibili saranno valutate attribuendo un punteggio compreso tra 0 e 100 sulla base dei seguenti criteri riportati in tabella.

## CRITERI DI VALUTAZIONE

### **Chiarezza degli obiettivi e fattibilità della proposta di valore**

Utilità o importanza dell'idea che caratterizza e contraddistingue il progetto per gli utenti (clienti) a cui si rivolge – es. quali problemi intende risolvere? A quali bisogni degli utenti/clienti si rivolge? Quali prodotti/servizi offre? Inoltre, valuta la realizzabilità tecnica del progetto e il suo livello di maturità.

20

### **Scalabilità**

Capacità del progetto di crescere in dimensioni (ad es. clienti, volume d'affari, attività svolte) con un incremento limitato delle risorse necessarie a sostenere tale crescita.

5

### **Adeguatezza del budget**

Questo criterio valuta le fonti dei ricavi e dei costi e la corretta allocazione delle risorse finanziarie tra le attività necessarie per l'esecuzione del progetto.

15

### **Adeguatezza del team**

Completezza e trasversalità delle competenze/capacità possedute dai membri del team e necessarie a sostenere sia l'esecuzione del progetto sia la realizzazione della campagna di crowdfunding. La multidisciplinarietà dei team e la provenienza dei componenti da diversi corsi, dipartimenti o atenei è considerata un plus.

15

### **Precedenti esperienze di fundraising, competenze di comunicazione e gestione social media**

Questo criterio si riferisce alla strategia di comunicazione del progetto/idea e, in modo particolare, alla capacità di sviluppare un'adeguata potenza di fuoco a sostegno della campagna di crowdfunding.

10

### **Sostenibilità della campagna di crowdfunding**

Accessibilità del budget da raccogliere in proporzione al profilo del progettista e alle risorse a disposizione del progettista. Definizione degli aspetti chiave della campagna di raccolta fondi prima della sua partenza.

20

### **Coinvolgimento della comunità e propensione al fundraising**

Qualità, creatività ed efficacia in termini di crowdfunding e fundraising delle attività di promozione della campagna.

15

Potenzialità progettuale

Potenzialità crowdfunding





Durante la fase di valutazione la Commissione potrà richiedere un colloquio di approfondimento con i proponenti dei progetti utilmente classificati, in caso di parità di punteggio, per approfondire eventuali elementi della proposta, al fine di una più corretta e completa valutazione.

Entro 30 giorni dalla data di chiusura del bando la Commissione a proprio insindacabile giudizio definirà i vincitori e stilerà la graduatoria, che indicherà i 5 progetti vincitori tra quelli ammessi, nonché quelli non ammessi. In caso di parità di punteggio sarà data priorità alle domande presentate cronologicamente per prime.

A seguito dell'approvazione della graduatoria, l'Università di Milano-Bicocca procederà alla pubblicazione all'Albo. Tale graduatoria ha valore di notifica a tutti gli effetti di Legge.

I progettisti selezionati riceveranno comunicazione dell'esito all'indirizzo mail indicato in fase di candidatura e avranno un termine massimo di 10 giorni da quel momento per confermare la loro accettazione inviando una mail all'indirizzo [biunicrowd@unimib.it](mailto:biunicrowd@unimib.it).





# Le tematiche del bando I partner di BiUniCrowd

Le aziende partner di *BiUniCrowd* selezioneranno un progetto a testa capace di offrire una soluzione efficace per una differente area tematica e lo cofinanzieranno con il 50% dell'obiettivo economico definito (fino a 10.000 euro) fino ad un massimo di 5.000 euro a progetto.





## Mobilità sostenibile ed economia circolare

- ◆ Progetti di ricerca che migliorino la mobilità urbana, con particolare riguardo alla integrazione tra mobilità elettrica e micromobilità e l'esperienza delle infrastrutture di ricarica delle auto elettriche.
- ◆ Progetti in merito al tema dell'economia circolare per rendere più efficace la raccolta differenziata e la gestione degli imballaggi. Le soluzioni proposte possono rivolgersi sia al consumatore sia agli attori commerciali, i cui comportamenti dovrebbero essere accompagnati verso l'adozione di alternative più sostenibili, separabili e riciclabili.



## Inclusione e terza età

- ◆ Progetti di innovazione sociale nell'area metropolitana di Milano che favoriscano l'inclusione delle persone anziane tramite l'uso di tecnologie e del digitale. Le proposte potranno anche focalizzarsi sull'integrazione e messa a sistema di soluzioni già esistenti sul territorio in grado di andare incontro ai bisogni quotidiani degli anziani riguardo alla salute, alla vita sociale e culturale.



## Innovazione per il riciclo della plastica

- ◆ Progetti innovativi dedicati alla valorizzazione dei materiali plastici recuperati dagli imballaggi. L'elemento innovativo della proposta può riguardare le modalità o gli ambiti di applicazione dei materiali riciclati oppure le tecnologie utilizzate per la selezione e/o l'analisi e/o il riciclo, tra cui per esempio l'AI o la robotica.
- ◆ Progetti dedicati alla gestione innovativa efficiente ed efficace anche a livello ambientale del network raccolta-trasporto-stoccaggio per i rifiuti plastici recuperati attraverso raccolte selettive, come per esempio bottiglie, flaconi oppure bicchieri e palette del caffè utilizzati dai distributori automatici. Le soluzioni possono riguardare lo sviluppo di nuove logiche per il trasporto, l'utilizzo di nuovi mezzi adatti alle diverse condizioni/aree di utilizzo (per il centro città, per le aree industriali, per le aree rurali, ecc...), ad esempio mezzi elettrici e di piccole dimensioni, lo sviluppo di APP o di soluzioni che permettano di raggiungere gli obiettivi prefissati (network efficiente, efficace e a ridotto impatto ambientale). Il network può prevedere anche il coinvolgimento nelle attività di recupero di ulteriori partner rispetto agli enti locali.



Consorzio Nazionale  
per la raccolta,  
il riciclo e il recupero  
degli imballaggi  
in plastica

## Fotovoltaico e abitudini sostenibili

- ◆ Progetti che rendono più efficiente il fotovoltaico negli impianti di tipo "residenziale" e il monitoraggio delle sue performance.
- ◆ Progetti dedicati al coinvolgimento della comunità universitaria in un percorso di analisi delle proprie abitudini quotidiane (per esempio tramite una APP) per calcolarne l'impronta carbonica.





## Adolescenti: mobilità inclusiva e dialogo

- ◆ Progetti volti a identificare soluzioni per creare un servizio inclusivo e accessibile, capace di rispondere alle esigenze di mobilità (intesa sia come pratica sportiva sia come capacità autonoma di spostamento) di ragazze e ragazze in età preadolescenziale (11-13 anni), in coordinamento con le scuole e le famiglie.
- ◆ Progetti che permettano a ragazzi e ragazze di età compresa tra 11 e 17 anni di superare il timore di essere incompresi o giudicati, incentivando la partecipazione collegiale e la discussione su temi a loro realmente cari.



**EDISON**

**E.O.S.**

Fondazione  
Edison  
Orizzonte  
Sociale

## Ricerca Avanzata

- ◆ Progetti riguardo sensori/tecniche di misura innovative per parametri fisici di vario tipo (elettrico, meccanico, termico, ...) basate su concetti nuovi e che offrano vantaggi in termini di prestazioni (velocità di misura, accuratezza, risoluzione, ripetibilità, ecc...) rispetto a quanto disponibile allo stato dell'arte.
- ◆ Progetti sull'utilizzo dei sistemi spaziali per il monitoraggio della risorsa idrica e la mitigazione dei rischi derivanti dalla sua carenza.

**ThalesAlenia**  
*a Thales / Leonardo company* **Space**



# Le tempistiche del bando

## BiUniCrowd

### OTTOBRE

Scopri il bando e confrontati con lo Sportello Informativo *BiUniCrowd*.

### NOVEMBRE

Il bando è aperto, partecipa all'evento di presentazione e iscriviti al webinar di formazione.

### DICEMBRE GENNAIO

Candida il tuo progetto.

### 2024

Lancia la tua campagna di crowdfunding con il supporto del tuo campaign manager.

### 2024

Raggiungi il tuo obiettivo e attiva il cofinanziamento dei partner *BiUniCrowd*.



# La piattaforma Ideaginger.it

*Ideaginger.it* è la piattaforma di crowdfunding con un tasso di successo del 95%, il più alto in Italia.

Tutti i progettisti che lanciano una campagna di crowdfunding in piattaforma sono accompagnati da un Campaign Manager di Ginger, un consulente professionista che con un percorso di accompagnamento individuale li supporta in tutte le fasi dei lavori.

La piattaforma è ricca di funzionalità per i progettisti e semplicissima da utilizzare per i sostenitori. Per sostenere un progetto non è richiesta nessuna registrazione, è sufficiente selezionare l'importo del contributo e il metodo di pagamento preferito: PayPal, carte di credito, bonifico bancario e Satispay.

Ideaginger.it non trattiene nessuna percentuale sui fondi raccolti e nel caso dei progetti selezionati con *BiUniCrowd* gli unici costi applicati sono le trattenute applicate dai metodi di pagamento, di cui qui trovi il dettaglio: [https://www.ideaginger.it/ginger\\_condizioni-d-uso.html](https://www.ideaginger.it/ginger_condizioni-d-uso.html).







## I risultati di BiUniCrowd

*BiUniCrowd* è l'iniziativa dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca con cui dal 2018 sono stati finanziati 21 progetti, che hanno raccolto complessivamente oltre 195.000 euro grazie al supporto di più di 2.000 sostenitori.

Ma oltre ai numeri ci sono i volti e le storie degli studenti e dei ricercatori che hanno partecipato al bando e hanno lanciato le loro campagne di crowdfunding. Ecco alcune delle loro storie, quali saranno le prossime?

**21**  
progetti

**195.000**  
euro raccolti

**2.000**  
sostenitori





## paMELA - una sonda acustica contro i melanomi

L'obiettivo di *paMELA - Photoacoustic Melanoma Detector* è sviluppare una sonda a basso costo per lo studio e l'individuazione precoce di melanomi cutanei. Si basa sulla fotoacustica, una tecnica avanzata ed emergente. Illuminando il melanoma con un debole fascio laser è possibile ricavare la sua morfologia e misurarne lo spessore durante una semplice visita dermatologica, effettuando così un esame rapido e indolore che permette di valutare precocemente i casi sospetti, al contrario delle tecniche tradizionali.

La campagna di crowdfunding per finanziare il progetto ha raccolto complessivamente 9.250 euro, a fronte di un obiettivo iniziale di 8.000 euro, grazie al supporto di ben 119 sostenitori. Ma il crowdfunding è stato solo l'inizio. Conclusa la raccolta fondi infatti *Carolina Zani Melanoma Foundation* ha deciso di sostenere nuovamente il progetto con un contributo di 15 mila euro, permettendo lo sviluppo di una versione più avanzata di paMELA.

Oggi, *paMELA* sta brevettando la sonda ed intraprendendo un contratto di ricerca con due aziende, che gli permetterà di costituirsi in spin-off.



Staff: Lorenzo Stevenazzi, Benedetta De Micheli, Elia Vallicelli, Mattia Tambaro e Oliver Cosmi

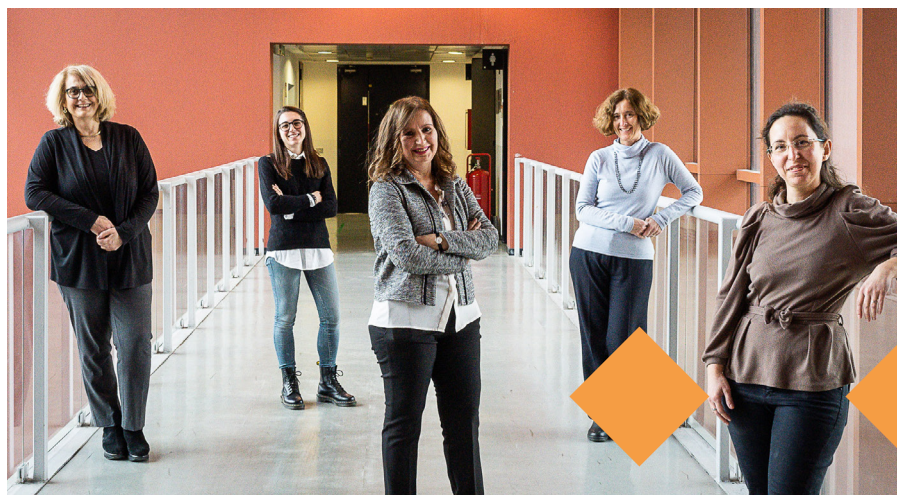


## Micro Val - MICROrganismi per la VALorizzazione dei rifiuti organici contaminati da plastiche

*Micro-Val (MICROrganismi per la VALorizzazione di rifiuti della plastica)* è un progetto di ricerca che si propone di utilizzare dei microrganismi (detti “mangia plastica”) per decontaminare dal polietilene (materiale non biodegradabile) i rifiuti organici della frazione umida destinati al riciclo e imperfettamente differenziati all’origine.

La campagna di raccolta si è svolta tra aprile e giugno 2021, raccogliendo oltre 16.600 euro da più di 160 donatori, grazie anche al cofinanziamento del Consorzio Corepla. Ma anche in questo caso il crowdfunding è stato il primo passo di un percorso più ampio.

Oggi il progetto *Micro-Val*, anche grazie all’interesse creato da *BiUniCrowd*, ha avuto importanti sviluppi, sia dal punto di vista della ricerca scientifica che per quanto riguarda l’ampliamento della rete di collaborazioni.



Staff: Dott.ssa Jessica Zampolli, Dott.ssa Alessandra De Giani, Prof.ssa Patrizia Di Gennaro, Prof.ssa Elena Collina e Prof.ssa Marina Lasagni



## Pronto soccorso psicologico - RELIEF

Pronto Soccorso Psicologico, oggi *Relief*, è un servizio di sollievo rapido destinato a un'utenza in emergenza psicologica non di competenza psichiatrica. Offre aiuto psicologico in trenta minuti, con interventi ambulatoriali o a distanza, contro le emergenze emotive da attacchi di ansia o di depressione con esercizi terapeutici di autoregolazione emotiva mirati, personalizzabili e di rapido utilizzo nella prospettiva della riconquista dell'autonomia personale.

Il progetto è stato supportato con la prima edizione *BiUniCrowd*, raccogliendo 10.000 euro grazie al supporto di 76 sostenitori. I fondi raccolti sono stati utilizzati per fondare *Relief Srl*, società composta da quattro soci, che ha aperto un ambulatorio presso la fermata "Isola", della metropolitana 5 di Milano, trattando in poco più di un anno circa 350 pazienti.

Ora Relief sta ampliando il proprio campo di business per sviluppare iniziative anche nell'ambito del welfare aziendale e della creazione di pacchetti benessere.



Staff: Alessandro Calderoni, Nicole, Lorella e Alessandro



# Contatti

Per qualsiasi informazione puoi contattare Ginger Crowdfunding scrivendo a [info@gingercrowdfunding.it](mailto:info@gingercrowdfunding.it) oppure chiamando il numero 391 7064691. In alternativa puoi rivolgerti anche all'Area Ricerca dell'Università di Milano Bicocca scrivendo a [biunicrowd@unimib.it](mailto:biunicrowd@unimib.it) oppure al telefono 02 64486028.

Puoi prenotare un appuntamento con lo Sportello informativo *BiUniCrowd* dal link <https://biunicrowd.youcanbook.me> oppure inquadrando il QR.



Tutti i contenuti relativi a *BiUniCrowd* sono disponibili nell'area dedicata all'Università degli Studi di Milano-Bicocca sulla piattaforma [Ideaginger.it](http://www.unimib.it/biunicrowd): <http://www.unimib.it/biunicrowd>

Seguici su:

Facebook - <https://www.facebook.com/bicocca/>

LinkedIn - <https://www.linkedin.com/company/biunicrowd/>

Iscriviti alla newsletter - <https://bit.ly/newsletterBiUniCrowd>

Bicocca Università del Crowdfunding è un progetto realizzato dall'Area della Ricerca e Terza Missione dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca in partnership con Ginger Crowdfunding.

**Prorettore alla Valorizzazione della Ricerca** Salvatore Torrisi

**Capo Area** Andrea Riccio

**Responsabile del progetto** Luigi Di Pace ([luigi.dipace@unimib.it](mailto:luigi.dipace@unimib.it))

**Team Università degli Studi di Milano Bicocca**

Caterina De Luca ([caterina.deluca@unimib.it](mailto:caterina.deluca@unimib.it))

Chiara Burzo ([chiara.burzo@unimib.it](mailto:chiara.burzo@unimib.it))



 **L'università  
del crowdfunding**

in collaborazione con





**L'università  
del crowdfunding**

in collaborazione con

