

Donna Moderna

26 Settembre 2018

B POSSO AIUTARTI?

SOLDI E LAVORO



L'arte si finanzia in Rete

Se hai talento e ti servono fondi per produrre un documentario, un disco o uno spettacolo teatrale, vai sul web. Con questi consigli

di Isabella Colombo

PERCHÉ LEGGERE QUESTO ARTICOLO

Nel 2017 in Italia sono stati raccolti 9,5 milioni di euro da crowdfunding con la formula reward (si dà qualcosa in cambio a chi finanzia). Una crescita del 38% rispetto all'anno precedente. Le campagne sono state 8.500. La media del valore per ognuna è di 8.000 euro (dati Doxa e Politecnico di Milano)

I crowdfunding funziona. E non solo per start up e imprese innovative. Musicraise.com, la piattaforma dedicata alle produzioni musicali, l'anno scorso è cresciuta di quasi il 40%. Produzioni dalbasso.com, che dà spazio ai progetti artistici, addirittura del 55 per cento: da qui è partito il film *Rwanda* arrivato alla Mostra del cinema di Venezia. Insomma, se hai talento e ti servono soldi per produrre un documentario, un disco o uno spettacolo teatrale è proprio sul web che devi cercare.

Scegli la piattaforma giusta «Per i progetti creativi funzionano bene anche siti come derv

com, eppela.com e le piattaforme internazionali indiego.com e kickstarter.com, più affollate e, a mio parere, più adatte a chi ha già esperienza sul campo», suggerisce Marcella Loporchio, consulente del lavoro ed esperta di crowdfunding. Inoltre, sono appena nati becrowdy.com e pav-it.eu/crowdarts dedicati proprio alle arti.

Prepara il progetto e fissa un budget In genere i siti concedono due mesi di tempo per la raccolta e prendono una percentuale: intorno al 5% quelli che ti consegnano i soldi solo se raggiungi il budget (altrimenti li restituiscono ai finanziatori), fino al 9% quelli che ti danno in ogni caso la somma che raccogli. Tu offri qualcosa in cambio ai donatori (formula donatio/rewards). «Per i progetti artistici, più che i gadget funzionano i premi a tema», suggerisce l'esperta. «Come la visita sul set, una comparsata, l'invito alla prima o il disco autografato».

Cura il video nei dettagli «La narrazione deve emozionare e far vedere già qualcosa di quello che vuoi realizzare: spezzoni del film, brani musicali, protagonisti. Le persone vogliono sentirsi da subito parte del progetto per contribuire attivamente alla sua costruzione». La campagna non vive da sola, va promossa prima e durante, soprattutto in Rete. Come? Te lo raccontano tre persone che hanno realizzato, o stanno cercando di realizzare, il loro progetto.

Chiara Ragnini, cantautrice ligure di 35 anni, con la campagna *La differenza* ha raccolto 7.000 euro su MusicRaiser, 4.000 in più di quelli chiesti. «Studiando progetti di successo sulle piattaforme internazionali ho capito che l'autoriproduzione funziona bene. Così ho realizzato un video divertente, con chitarra e oggetti di scena, in cui faccio sentire la mia musica e scherzo con il pubblico. Poi mi sono