**Avviso pubblico pilota per la selezione di progetti da inserire in campagne di crowdfunding a favore delle imprese delle Marche**

**PR FESR MARCHE 2021/2027 – ASSE 1 – AZ. 1.3.5 – Intervento 1.3.5.3**

**Allegato A**

|  |  |
| --- | --- |
| **Obiettivi** | L’intervento si propone di aiutare le imprese ad accedere a strumenti alternativi o complementari al credito bancario, sostenendo in via sperimentale il ricorso al crowdfunding nella forma del “reward based”, offrendo la possibilità di realizzare prodotti e servizi innovativi. L’obiettivo è quello di contribuire a promuovere lo sviluppo imprenditoriale utilizzando i fondi strutturali europei (SIE) in combinazione con risorse private.È prevista l’assegnazione di premi del valore massimo di 10 mila Euro ciascuno, nel limite della dotazione finanziaria, ai migliori progetti che hanno raccolto dal crowdfunding la soglia stabilita quale obiettivo da raccogliere in fase di candidatura. |
| **Destinatari** | Micro, Piccole, Medie imprese delle Marche, aventi un progetto i cui contenuti rientrano nei seguenti ambiti tematici:1. Creatività e cultura;
2. Innovazione di prodotto o servizio

Come dettagliato al paragrafo 3. |
| **Dotazione finanziaria** | € 50.000,00 |
| **Presentazione domanda e scadenza** | La candidatura potrà essere presentata dalle ore 12:00 del 15/07/2024 ed entro le ore 17:00 del 05/12/2024. |
| **Struttura regionale** | Settore Industria, Artigianato, Credito |
| **Responsabile del procedimento** | Dott. Fabio Travagliati - fabio.travagliati@regione.marche.it |
| **Tel.** | 071 806 3701 – 3624 |
| **Supporto operativo** | Dott. Giorgio Tangherlini – tel. 071 8063245Dott.ssa Roberta Possanza – tel. 071 8063544 |
| **PEC** | regione.marche.artigianatoindustria@emarche.it |
| **Indirizzo mail** | settore.industriaArtigianatoCredito@regione.marche.it |
| **Link sito web** | <https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Credito-e-Finanza>[http://www.marcheinnovazione.it](http://www.marcheinnovazione.it/)[http://www.europa.marche.it](http://www.europa.marche.it/)<https://www.regione.marche.it/Entra-in-Regione/Bandi> |

Sommario

[PREMESSA 5](#_Toc169694312)

[RIFERIMENTI NORMATIVI 5](#_Toc169694313)

[Art. 1 - OBIETTIVI E FINALITÀ 6](#_Toc169694314)

[Art. 2 – DOTAZIONE FINANZIARIA 7](#_Toc169694315)

[Art. 3 - AMBITI TEMATICI 8](#_Toc169694316)

[Art. 4 - BENEFICIARI AMMISSIBILI E REQUISITI DI PARTECIPAZIONE 9](#_Toc169694317)

[Art. 5 - PERCORSO DI FORMAZIONE 11](#_Toc169694318)

[Art. 6 - CANDIDATURA DELLE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING 12](#_Toc169694319)

[Art. 7 - SPORTELLO SUL CROWDFUNDING 13](#_Toc169694320)

[Art. 8 - LA COMMISSIONE DI VALUTAZIONE 13](#_Toc169694321)

[Art. 9 - ISTRUTTORIA, CRITERI E MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELLE CANDIDATURE 13](#_Toc169694322)

[9.1 Modalità di istruttoria e fasi del procedimento 13](#_Toc169694323)

[9.2 Valutazione di merito 14](#_Toc169694324)

[9.3 Approvazione 15](#_Toc169694325)

[Art. 10 - CRITERI DI VALUTAZIONE E PREMIALITA’ 15](#_Toc169694326)

[10.1 Criteri di valutazione 15](#_Toc169694327)

[10.2 Criteri di priorità/premialità 18](#_Toc169694328)

[Art. 11 - OBIETTIVO ECONOMICO E DURATA DELLE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING 18](#_Toc169694329)

[Art. 12 - MODALITÀ “O TUTTO O NIENTE” 19](#_Toc169694330)

[Art. 13 - COFINANZIAMENTO DELLA REGIONE MARCHE 19](#_Toc169694331)

[Art. 14 - OVERFUNDING 19](#_Toc169694332)

[Art. 15 - RIMODULAZIONE DEL PROGETTO 20](#_Toc169694333)

[Art. 16 - SUPPORTO DI CAMPAIGN MANAGER 20](#_Toc169694334)

[Art. 17 - PUBBLICAZIONE DELLE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING SULLA PIATTAFORMA 20](#_Toc169694335)

[Art. 18 - MODALITÀ DI CONCESSIONE ED EROGAZIONE DEI CONTRIBUTI RACCOLTI SU PIATTAFORMA 21](#_Toc169694336)

[Art. 19 - MODALITÀ DI EROGAZIONE DEL CONTRIBUTO DA PARTE DELLA REGIONE MARCHE 21](#_Toc169694337)

[Art. 20 – MONITORAGGIO, VALUTAZIONE E CONTROLLI 22](#_Toc169694338)

[Art. 21 - VARIAZIONI 22](#_Toc169694339)

[Art. 22 - OBBLIGHI DEL BENEFICIARIO 23](#_Toc169694340)

[22.1 OBBLIGHI IN MATERIA DI VISIBILITÀ E COMUNICAZIONE 23](#_Toc169694341)

[22.2 OBBLIGHI CONNESSI ALLA STABILITA’ DELLE OPERAZIONI 23](#_Toc169694342)

[22.3 OBBLIGHI DI COMUNICAZIONE DEL BENEFICIARIO VERSO L’AMMINISTRAZIONE REGIONALE 24](#_Toc169694343)

[Art. 23 - CAUSE DI REVOCA 25](#_Toc169694344)

[Art. 24 - IL CRONOPROGRAMMA DEL BANDO 25](#_Toc169694345)

[Art. 25 – REGIME DI AIUTI E CUMULABILITA’ 26](#_Toc169694346)

[Art. 26 – DISPOSIZIONI FINALI 27](#_Toc169694347)

[26.1 RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO 27](#_Toc169694348)

[26.2 DIRITTO DI ACCESSO 27](#_Toc169694349)

[26.3 PROCEDURE DI RICORSO 27](#_Toc169694350)

[26.4 ULTERIORI DISPOSIZIONI 27](#_Toc169694351)

[Art. 27 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI 28](#_Toc169694352)

[Glossario 29](#_Toc169694353)

[APPENDICE 1 - ELENCO DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE PRIORITARIE (settore INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE) 30](#_Toc169694354)

[APPENDICE 2 – LE CONDIZIONI PER UNA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING 35](#_Toc169694355)

# PREMESSA

Con delibera di Giunta n. 498/2023, la Regione Marche ha assunto il ruolo di coordinatore del progetto 01C0045, denominato “*CROWDFUNDMATCH – Unlocking the Crowdfunding Potential for the European Structural and Investment Funds*”, e finanziato dal Programma Interreg Europe del periodo 2021/2027.

L'obiettivo generale del progetto CROWDFUNDMATCH è quello di promuovere il miglioramento delle politiche regionali, attraverso l'utilizzo dei Fondi SIE (Fondi Strutturali e d'Investimento Europei) in combinazione con risorse private raccolte attraverso campagne di Crowdfunding.

Il Crowdfunding è un modo di raccogliere denaro per finanziare progetti e imprese. Esso consente ai fundraiser di raccogliere denaro da un gran numero di persone attraverso piattaforme online.

Il Crowdfunding è uno strumento di raccolta fondi che permette di “misurare l’appetibilità” di una idea progettuale attraverso la disponibilità da parte della cittadinanza a contribuire finanziariamente alla sua realizzazione.

In linea con le finalità del progetto CROWFUNDMATCH, la Regione Marche intende, attraverso il presente Avviso, testare la capacità del crowdfunding di valorizzare progettualità, dando priorità ai settori culturale, creativo, sociale e start up, in sinergia con i fondi del PR FESR 2021-2027 Marche.

Il presente bando pilota è promosso dalla Regione Marche in partnership con SVEM Marche, e Ginger Crowdfunding, società partner selezionata da SVEM nell’ambito del progetto europeo INTERREG “CROWDFUNDMATCH”.

# RIFERIMENTI NORMATIVI

* Regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio recante Disposizioni comuni applicabili al Fondo europeo di sviluppo regionale, al Fondo sociale europeo Plus, al Fondo di coesione, al Fondo per una transizione giusta, al Fondo europeo per gli affari marittimi, la pesca e l’acquacoltura, e le regole finanziarie applicabili a tali fondi;
* Regolamento (UE) 2021/1059 del Parlamento europeo e del Consiglio recante disposizioni specifiche per l'obiettivo “Cooperazione territoriale europea (CTE) -(Interreg)", sostenuto dal Fondo europeo di sviluppo regionale e dagli strumenti di finanziamento esterno;
* Regolamento (UE) 2021/1058 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo al Fondo europeo di sviluppo regionale e al Fondo di coesione;
* Decisione di Esecuzione (UE) 2022/75 della Commissione Europea del 17 gennaio 2022 che stabilisce l’elenco delle aree dei programmi Interreg destinate a ricevere sostegno dal Fondo europeo di sviluppo regionale e dagli strumenti di finanziamento esterno dell’Unione, suddivise per componente e per programma Interreg nell’ambito dell’obiettivo «Cooperazione territoriale europea»;
* PR Fesr 2021/2027 approvato dalla Commissione Europea con Decisione C (2022) 8702
* European Commission DG REGIO – 2021 “Unlocking the crowdfunding potential for the European Structural and Investment Funds”
* DGR1523/2021 “Articoli 4, 11 comma 2, lettera b) e c), 13 e 14 della L.R. n 18/2021 Istituzione delle Direzioni e dei Settori della Giunta regionale”;
* DGR 498/2023 “Partecipazione della Regione Marche al Progetto CROWDFUNDMATCH (01C0045) – Liberare il potenziale del crowdfunding verso i Fondi strutturali e di investimento europei, finanziato dal Programma INTERREG Europe”;
* Subsidy Contract del Progetto 01C0045 – CROWDFUNDMATCH – Unlocking the Crowdfunding Potential for the European Structural and Investment Funds;
* Decreto del dirigente IACR n. 472 del 08 agosto 2023 che approva lo schema di Convenzione tra Regione Marche e SVEM S.r.l. Progetto 01C0045 – CROWDFUNDMATCH Unlocking the Crowdfunding Potential for the European Structural and Investment - Funds – Attività di Assistenza Tecnica – CUP B39B23001080007
* Parere di conformità dell’AdG FESR, id: 33290624 del 07/06/2024/PRCN

# Art. 1 - OBIETTIVI E FINALITÀ

Nell’ambito del presente intervento, la Regione Marche propone la prima edizione del “Bando pilota di reward crowdfunding per le imprese”, che si inserisce all’interno del progetto denominato CROWDFUNDMATCH (Interreg Europe 2021/2027), al quale la Regione partecipa in qualità di Lead Partner, in collaborazione con Sviluppo Europa Marche (SVEM).

Il crowdfunding, modalità di raccolta fondi attraverso piattaforme online dedicate che consentono a singole persone e organizzazioni di sostenere con un contributo economico specifici progetti, è uno strumento sempre più utilizzato e capace di attivare nuove risorse difficilmente raggiungibili rafforzando il legame tra organizzazioni e comunità territoriali e virtuali.

L’intervento si propone di consentire l’accesso alle imprese, in particolare a imprese culturali e creative, start up e imprese sociali, a strumenti alternativi o complementari al credito bancario sostenendo, in via sperimentale, il ricorso al crowdfunding nella forma del c.d. “*reward based*” per offrire alle realtà partecipanti la possibilità di realizzare prodotti e servizi innovativi. L’obiettivo è quello di contribuire a promuovere lo sviluppo imprenditoriale, utilizzando i fondi strutturali europei (SIE) in combinazione con risorse private.

La Regione Marche all’interno delle attività di cui al presente bando offre sostegno ai partecipanti anche sotto forma di **formazione** e **consulenze** finalizzati all’acquisizione di competenze chiave per la progettazione, la realizzazione e la promozione di campagne di crowdfunding. Tali competenze, non finanziabili dal FESR, sono possibili grazie alle attività previste dal progetto CROWDFUNDMATCH.

Sono considerati ammissibili progetti aventi **un budget complessivo massimo di 20.000,00** Euro.

I progetti, che verranno selezionati sulla base dei criteri indicati all’art. 10, diverranno oggetto di campagne di reward-crowdfunding realizzate attraverso la piattaforma *Ideaginger.it*, come specificato all’art. 17 ed aventi come importo target il 50% del budget progettuale.

**La Regione Marche cofinanzierà i progetti che raccoglieranno dal crowd il 50% del proprio budget** complessivo attraverso un contributo pari al restante 50%, fino a un massimo di 10.000,00 (diecimila/00) Euro per progetto.

*Esempio - Nel caso di una campagna di crowdfunding con budget complessivo pari a 20.000,00 Euro, la raccolta fondi sulla piattaforma Ideaginger.it dovrà raggiungere almeno la quota di 10.000,00 Euro (50%), affinché il progetto riceva dalla Regione Marche il restante 50% pari 10.000,00 Euro.*

# Art. 2 – DOTAZIONE FINANZIARIA

Il presente avviso ha una dotazione complessiva di 50.000,00 (cinquantamila) Euro a valere sul PR FESR Marche 2021/2027 nella forma del premio quale forma di sostegno, ai sensi dell’articolo 52 del Reg.to UE 1060/2021.

# Art. 3 - AMBITI TEMATICI

Il presente bando è rivolto **a progetti** i cui contenuti rientrano in uno degli ambiti tematici di seguito elencati.

1) **Creatività e cultura**, attraverso attività connesse a:

1. la cultura materiale e digitale (es. fashion 4.0; design industriale e artigianato digitale; industria del gusto).
2. la produzione e la fruizione di contenuti (es. realtà immersiva, realtà aumentata, realtà virtuale per il settore spettacolo e per altri ambiti di applicazione; nuove tecnologie e soluzioni per la comunicazione e l’educazione).
3. il patrimonio storico-artistico (es. turismo 4.0; tecnologie e soluzioni innovative per la conservazione e la fruizione del patrimonio tangibile e intangibile; riattivazione e “co-generazione” urbana).
4. nuove professionalità (es. promuovere la formazione delle nuove professionalità attraverso la disseminazione di conoscenze presso le giovani generazioni. Nuove competenze digitali, tecnologiche, creative e gestionali).
5. interventi in strutture dedicate a rappresentazioni cinematografiche, teatrali, musicali e artistiche per la loro riqualificazione, ristrutturazione, e/o ampliamento.
6. interventi che realizzino innovazione di prodotto e di servizio o realizzino il loro consolidamento (es. interventi finalizzati al riposizionamento/riorganizzazione dell’impresa, coaching).

2) **Innovazione di prodotto o servizio**:

* soluzioni di prodotto o servizio basate sulla digitalizzazione applicata al prodotto/servizio medesimo, ad esempio prodotti smart e connessi, tecnologie indossabili, Digital Twin, visualizzazioni virtuali di prodotti e simulazioni/configurazioni, adozione di soluzioni PLM Product Lifecycle Management e sistemi di Generative Design, manifattura additiva, etichettatura intelligente per la tracciabilità, collezioni digitali esclusive per gli ambienti virtuali e il metaverso.
* soluzioni basate sulla transizione ecologica applicata al prodotto/servizio medesimo ad esempio passaggio all’uso di materiali rinnovabili di origine sostenibile, aumento della durabilità, riparabilità o riutilizzabilità del prodotto, in particolare nelle attività di progettazione e di fabbricazione, aumento della riciclabilità del prodotto, riduzione sostanziale del contenuto di sostanze pericolose nella realizzazione del prodotto, progettazione per la longevità, il cambio di destinazione, lo smontaggio del prodotto; installazione di sistemi di gestione e monitoraggio dell’energia.

I progetti proposti devono essere idonei allo strumento del reward based crowdfunding; a tale fine, si consiglia di partecipare al percorso di formazione di cui all’art. 5 e prendere visione dell’Appendice 2 – “Le condizioni per una campagna di crowdfunding”.

# Art. 4 - BENEFICIARI AMMISSIBILI E REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Il Bando è aperto a qualsiasi entità che eserciti un'attività economica d’impresa, indipendentemente dalla sua forma giuridica, ad esclusione di quelle operanti nei settori attività non ammissibili ai sensi dei Regolamenti UE n. 2021/1058, 2021/1060 e 2023/2831 (a titolo esemplificativo, sono escluse: imprese operanti nel settore della produzione primaria di prodotti della pesca e dell’acquacoltura; imprese operanti nel settore della produzione primaria dei prodotti agricoli; imprese operanti nel settore della fabbricazione, della trasformazione e della commercializzazione del tabacco e dei prodotti del tabacco).

Tale impresa può avvalersi del supporto di altri soggetti aderenti al progetto, per la sua realizzazione, senza però che essi beneficino del contributo eventualmente concesso all’impresa.

Sono considerati ammissibili i soggetti in possesso dei seguenti requisiti al momento della presentazione della domanda di contributo, secondo i termini previsti dall’art. 24 del presente Avviso:

1. rispettare il massimale di media impresa, come definita nell’Allegato I al Reg. UE n. 651/2014;
2. avere sede operativa e sede dell’investimento ubicata nel territorio della Regione Marche o si impegnano a stabilirla entro la data della prima concessione del contributo;
3. non rientrare nei casi di impresa in difficoltà ai sensi del Reg. UE n. 651/2014;
4. risultare regolare dal punto di vista contributivo nei confronti di Inps, Inail, e/o, ove applicabile, nei confronti delle casse previdenziali dell’ordine professionale di riferimento;
5. non trovarsi in stato di liquidazione volontaria;
6. non risultare destinatarie di provvedimenti giudiziari che applicano le sanzioni interdittive di cui al decreto legislativo 8 giugno 2001, n. 231 e s.m.i. o altra sanzione che comporta il divieto di contrarre con la pubblica amministrazione, compresi i provvedimenti interdittivi di cui all’articolo 14 del D.lgs. 9 aprile 2008 n. 81;
7. i cui soggetti muniti di poteri di amministrazione o i cui direttori tecnici non sono destinatari di sentenze di condanna passate in giudicato o di decreti penali di condanna divenuti irrevocabili o di sentenze di applicazione della pena su richiesta delle parti, ai sensi dell’art. 444 del c.p.p., per i reati indicati all’articolo 80 comma 1 del D.lgs. 50/2016 e s.m.i.;
8. non sussistere, con riferimento ai soggetti indicati nell’arti. 85 del D.lgs. 6 settembre 2011 n. 159, cause di decadenza, di sospensione o divieto previste dall’art. 67, o tentativi di infiltrazione mafiosa ai sensi dell’art. 84, comma 4 del medesimo decreto.

Per quanto riguarda la valutazione della sostenibilità finanziaria del progetto, al fine di prendere in esame i migliori progetti anche in relazione a questa dimensione, nei criteri di valutazione è prevista la valutazione del business plan di progetto; in particolare si verificherà che i ricavi del primo anno di esercizio siano almeno equivalenti alla quota di progetto da raccogliere mediante la campagna di crowdfunding.

Le domande non saranno ammissibili nel caso in cui si verifichi almeno uno dei seguenti casi:

* operazioni già concluse al momento della presentazione della domanda;
* operazioni derivanti da un’attività di delocalizzazione ai sensi dell’art. 66 del Reg.(UE) 1060/2021;
* l’impresa richiedente ha ricevuto, e successivamente non rimborsato o depositato in un conto bloccato, gli aiuti ritenuti dalla Commissione europea illegali e incompatibili, che lo Stato è tenuto a recuperare in esecuzione di una decisione di recupero di cui all'articolo 16 del regolamento (UE) 2015/1589 del Consiglio, del 13 luglio 2015 (c.d. “clausola Deggendorf”);
* operazioni che determinerebbero la trasformazione di un’attività produttiva in violazione del principio di stabilità di altre operazioni già finanziate;
* operazioni oggetto di un parere motivato della Commissione per infrazione a norma dell’articolo 258 del Trattato sul Funzionamento dell’Unione Europea
* operazioni attuate al di fuori del territorio regionale a meno che non apportino un contributo agli obiettivi del Programma
* il medesimo costo collegato al progetto non può essere rimborsato due volte a valere su fonti di finanziamento pubbliche (c.d. “principio del doppio finanziamento”)

Le istanze che avranno superato la verifica di ricevibilità e di ammissibilità saranno sottoposte a valutazione di merito.

# Art. 5 - PERCORSO DI FORMAZIONE

Durante il periodo di apertura del bando, i soggetti interessati a candidare la loro proposta avranno la facoltà di seguire un **percorso di formazione al reward-based crowdfunding** tramite il quale acquisire le competenze utili per progettare e promuovere una campagna di raccolta fondi online.

Il percorso di formazione al *reward-based crowdfunding*, finanziato con le risorse del progetto CROWDFUNDMATCH, si terrà in modalità webinar ed avrà una durata complessiva **di 6 ore,** organizzate in tre lezioni da 2 ore ciascuna, nel periodo indicato al successivo art. 24.

Per agevolare la partecipazione al maggior numero di imprese, lo stesso corso sarà proposto in due edizioni in due periodi diversi, ottobre e novembre 2024.

Il percorso è caratterizzato da una didattica operativa, volta a fornire ai partecipanti l’opportunità di conoscere in modo più approfondito lo strumento del crowdfunding, di come sviluppare una campagna di raccolta fondi, prepararne i contenuti e ideare la strategia di comunicazione e promozione.

I temi affrontati durante la formazione saranno:

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

Sarà favorita la partecipazione al corso da parte di un team aziendale composto, a titolo indicativo, dal legale rappresentante, che assumerà il ruolo di *Responsabile di progetto*, da uno o più *addetti alla comunicazione e marketing* e da uno o più *addetti al fundraising e networking.*

Le proposte progettuali presentate da soggetti che abbiano partecipato al percorso formativo beneficeranno di una valutazione preferenziale come indicato nei criteri di valutazione di cui al paragrafo 10.1.

Al fine di dimostrare la partecipazione al percorso formativo, l’iscrizione è documentata tramite un attestato rilasciato all’impresa partecipante.

# Art. 6 - CANDIDATURA DELLE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING

Per candidarsi al bando, occorre descrivere i seguenti contenuti mediante l’utilizzo dell’Allegato 1 al presente Avviso, così come allegare gli **ulteriori** documenti di seguito indicati.

* Allegato 1 “Scheda di candidatura”:
1. scheda di fattibilità del progetto di investimento, potenzialità (e eventuale valenza sociale)
2. presentazione dell’azienda e di eventuali altri soggetti. Curriculum del gruppo di lavoro coinvolto
3. testo di presentazione della campagna di crowdfunding
4. ricompense previste per i sostenitori
5. obiettivo economico della raccolta fondi e relative voci di spesa
6. canali di comunicazione digitali utilizzati e strategia di comunicazione
* Ultime due dichiarazioni dei redditi per le società non di capitali, comprensive delle relative ricevute (o l’ultima dichiarazione, in caso la data di costituzione dell’impresa non consenta oggettivamente di disporne più di una)

L’assenza anche di uno solo di tali documenti comporta l’esclusione della domanda, ad eccezione della documentazione di cui al precedente punto 7, che deve essere trasmessa entro il termine perentorio di 10 giorni dalla richiesta della Regione Marche, pena l’esclusione della domanda.

La candidatura della campagna di crowdfunding avverrà attraverso la piattaforma SIGEF delle Regione Marche (<https://sigef.regione.marche.it/web/HomePage.aspx>) entro il termine del **05/12/2024**, mediante sottoscrizione digitale della domanda da parte del richiedente (previo pagamento dell’imposta di bollo pari ad € 16,00) e della trasmissione dell’Allegato 1 debitamente compilato e sottoscritto; è a carico dei richiedenti la verifica preventiva della compatibilità con il sistema del kit per la firma digitale che intendono utilizzare, come meglio dettagliato sulla home page della piattaforma al precedente link.

La Regione Marche si riserva di accertare la veridicità della documentazione presentata e, nell’ipotesi di dichiarazioni non veritiere, procederà all'esclusione del soggetto dalla partecipazione alla selezione.

Tutte le comunicazioni successive alla presentazione della domanda di contributo dovranno avvenire per il tramite della piattaforma SIGEF, che garantisce la certezza della trasmissione mediante un apposito sistema di protocollazione delle comunicazioni.

# Art. 7 - SPORTELLO SUL CROWDFUNDING

Durante il periodo di apertura del bando, lo staff di Ginger Crowdfunding è a disposizione dei potenziali candidati offrendo un servizio di supporto, telefonico, in call e tramite mail, per rispondere ad eventuali quesiti legati all’applicazione dello strumento del crowdfunding.

# Art. 8 - LA COMMISSIONE DI VALUTAZIONE

Le proposte progettuali presentate saranno valutate e inserite in graduatoria da un'apposita Commissione di valutazione, al fine di individuare quelle più rispondenti agli obiettivi del bando e più adatte alle dinamiche di una campagna di *reward based crowdfunding*.

La Commissione sarà formata da componenti individuati dalla Regione Marche, in prevalenza tra i soggetti partner della Regione che hanno collaborato all’iniziativa, ed esprimerà sia una valutazione valoriale sulla proposta progettuale presentata, sia una valutazione tecnica sulla proposta di campagna di crowdfunding.

La Commissione di valutazione potrà chiedere chiarimenti ai soggetti organizzatori rispetto alle informazioni contenute nelle proposte progettuali presentate; tali chiarimenti dovranno essere forniti entro il termine massimo di 5 (cinque) giorni lavorativi dalla richiesta.

La Commissione di valutazione procederà ad attribuire alle proposte progettuali il punteggio secondo i criteri indicati al successivo art. 10.

# Art. 9 - ISTRUTTORIA, CRITERI E MODALITÀ DI VALUTAZIONE DELLE CANDIDATURE

## 9.1 Modalità di istruttoria e fasi del procedimento

L’intervento viene attuato con procedura valutativa a graduatoria.

La procedura di verifica dell’ammissibilità verrà effettuata dalla Regione Marche, Settore Industria Artigianato e Credito, in collaborazione con SVEM, e sarà diretta ad accertare la regolarità e la completezza delle domande pervenute e della documentazione allegata, il possesso dei requisiti soggettivi di ammissibilità e il rispetto delle modalità procedurali per l’accesso al bando.

Nel dettaglio vengono svolte le seguenti fasi di verifica:

* correttezza dell’iter amministrativo, metodologico e procedurale di presentazione della domanda di finanziamento;
* completezza della domanda di finanziamento;
* eleggibilità del proponente;
* conformità alle regole nazionali e comunitarie in tema di appalti e di aiuti di stato nonché specifiche dei fondi SIE.
* coerenza dell’operazione con la strategia, i contenuti e gli obiettivi specifici del Programma Regionale (OS 1.3);
* coerenza delle operazioni con l’ambito di applicazione del FESR e le tipologie di intervento in esso previste in conformità con quanto previsto dall'art. 73, comma 2, lett. g) del Reg. (UE) 2021/1060;
* Rispetto del principio DNSH, sulla base delle linee guida di cui all’**allegato 3** al presente bando
* Contributo alla Strategia Regionale per lo Sviluppo Sostenibile (SRSvS);
* Divieto doppio finanziamento

Le istanze che avranno superato la verifica di ricevibilità e di ammissibilità saranno sottoposte a valutazione di merito di cui al paragrafo successivo.

## 9.2 Valutazione di merito

La successiva valutazione dei progetti verrà effettuata da una commissione composta da tre membri interni e/o esterni alla Regione, i quali verranno nominati dal Dirigente preposto con successivo atto.

I progetti verranno valutati sia in termini di adeguatezza e coerenza delle informazioni riportate, che in termini di qualità progettuale e di efficacia del progetto stesso sulla base dei criteri e degli indicatori definiti nel PR MARCHE 2021-2027 e specificati all’art. 10.

Saranno ammesse al caricamento in Piattaforma per l’avvio della campagna di crowdfunding le sole imprese che, a seguito di valutazione, abbiano ottenuto un punteggio minimo maggiore uguale (≥) a 60 punti su 100, come di seguito specificato in relazione a quanto previsto dall’art. 10 del presente Avviso:

* almeno 25 punti (su 40) ottenuti nel macrocriterio qualità della proposta (Macro criterio A)
* almeno 35 punti (su 60) nel macrocriterio dell'efficacia della proposta di crowdfunding (Macro criterio B).

## 9.3 Approvazione

Relativamente al punteggio ottenuto verrà stilata la relativa graduatoria, dalla quale saranno selezionati i progetti vincitori, fino ad esaurimento del budget previsto di 50.000 Euro di premio in cofinanziamenti.

Gli esiti dei lavori della commissione saranno comunicati a tutti i soggetti partecipanti **entro il 22 gennaio 2025** e saranno pubblicati sul sito della Regione Marche.

# Art. 10 - CRITERI DI VALUTAZIONE E PREMIALITA’

## 10.1 Criteri di valutazione

La valutazione dei progetti viene espletata dalla Regione Marche nelle modalità e secondo i criteri di seguito indicati, prevedendo la seguente scala per l’assegnazione dei punteggi sul Peso del criterio (colonna “punteggio beneficiario (XA)” della sottostante tabella):

* eccellente: da 9 a 10
* buono: da 7,5 a 8,5
* sufficiente: da 6 a 7
* scarso: da 0 a 5

| **Macro criterio A - Qualità** | **Criterio** | **Descrizione Criterio** | **peso Macro criterio** | **Peso del criterio** | **punteggio beneficiario(XA)** | **punteggio normalizzato: (XA / Val Punteggio massimo)= YA** | **punteggio ponderato: (YA \* Peso criterio) = ZA** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Qualità della proposta progettuale  | Rispondenza del progetto a specifici e rilevanti fabbisogni del sistema economico marchigiano | Il contesto dell'azione proposta e la necessità della sua attuazione sono sufficientemente giustificati e rispondenti ai fabbisogni dell’ecosistema marchigiano. In particolare sarà valutato il potenziale di adattabilità del progetto allo strumento del crowdfunding. | 20 | 15 |  |  |  |
| Qualità del piano aziendale e della strategia di investimento proposto | La proposta presenta un chiaro potenziale di sostenibilità finanziaria (cfr. art. 4 Bando), anche successivamente e a prescindere dall’agevolazione pubblica ad essa collegata. Il suddetto potenziale è corroborato da un piano aziendale e da una strategia di investimento di qualità. | 5 |  |  |  |
| Coerenza e contributo innovativo alle filiere locali | Struttura organizzativa e governance proposte | L'azione proposta dispone di aspetti innovativi in termini di contenuto, metodologia di implementazione e contribuisce al rilancio delle filiere locali.L’azione proposta apporta un contributo innovativo alle filiere e/o alle imprese ritenute strategiche per la regione. Nello specifico:1. **imprese definite come culturali e creative** con i Codici Ateco primari o secondari riportati in Appendice 1;
2. **start up innovative** come definite all’art. 25 del d.l. 179/2012 convertito in legge 221/2012 e s.m.i.
3. **imprese sociali** come definite all’art. 1 del d.l. 112/2017

Inoltre, si valuta se la proposta prevede la presenza di figure professionali qualificate a supporto della sostenibilità di tale proposta. | 20 | 10 |  |  |  |
| Coerenza e contributo innovativo alle filiere locali | Validità dell’approccio metodologico ed organizzativo | La proposta espone il piano di attività rappresentato da un business plan dettagliato, chiaro e coerente con la possibilità di avvio e di attuazione dell’idea progettuale. | 10 |  |  |  |
| **Totale Qualità della Proposta (Macro criterio A)** | **40** | **40** |  |  |  |

| **Macro criterio B - Efficacia** | **Criterio** | **Descrizione Criterio** | **peso Macro criterio** | **Peso del criterio** | **punteggio beneficiario(XB)** | **punteggio normalizzato: (XB / Val Punteggio massimo)= YB** | **punteggio ponderato: (YB \* Peso criterio) = ZB** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Fatturato specifico | Capacità di incrementare il fatturato dell’impresa grazie al Progetto come indicato nel business plan | La proposta di progetto sarà valutata rispetto al business plan, alla sua adeguatezza e congruità, considerati quale:* Qualità della presentazione della campagna di crowdfunding.
* Qualità della strategia di comunicazione e dei canali di comunicazione utilizzati dal progettista.
 | 20 | 20 |  |  |  |
| Congruità e pertinenza dei costi esposti rispetto agli obiettivi progettuali e al piano di lavoro | Fatturato specifico (inerente alla gestione di agevolazioni pubbliche) | Impatto sull’occupazione e sulla qualificazione delle competenze dei giovani. | 30 | 20 |  |  |  |
| Servizi aggiuntivi | La proposta sarà valutata sui seguenti aspetti:* trasferibilità ad altri contesti dei risultati dell'azione tale per cui possono essere utilizzati da altre organizzazioni o beneficiari oltre a quelli coinvolti nell'azione proposta (servizi aggiuntivi).
* In caso di adesione al progetto da parte di altri soggetti, i risultati del progetto verranno condivisi tra tutti i partecipanti.
* Partecipazione al percorso formativo
* Progetto presentato con l’adesione di altri soggetti oltre all’impresa richiedente.
 | 10 |  |  |  |
| Esperienza nell’attuazione e/o gestione degli strumenti finanziari, in particolare con risorse comunitarie | Esperienza nell’attuazione e/o gestione degli strumenti finanziari, in particolare con risorse comunitarie | Il proponente ha esperienze in comunicazione e fundraising ed ha partecipato a altri bandi regionali, nazionali e/o europei in tema di canali alternativi al sistema bancario tradizionale. | 10 | 10 |  |  |  |
| **Totale Efficacia (Macro criterio B)** | 60 | **60** |  |  |  |

## 10.2 Criteri di priorità/premialità

In caso di parità di punteggio i progetti verranno ordinati sulla base dei seguenti criteri di priorità:

|  |  |
| --- | --- |
| **Criteri di priorità** | **Punteggio massimo** |
| Coerenza con la Strategia di Sviluppo Sostenibile regionale (SRSvS) | 1 |
| Rilevanza della componente femminile e giovanile (consistenza numerica all'interno del gruppo di lavoro/della compagine societaria) | 1 |
| Descrizione delle eventuali azioni per garantire l’accessibilità alle persone con disabilità | 1 |
| Descrizione delle eventuali misure messe in campo per prevenire le discriminazioni e valorizzare la diversità | 1 |

# Art. 11 - OBIETTIVO ECONOMICO E DURATA DELLE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING

Sono eleggibili proposte progettuali aventi un budget complessivo massimo di 20.000 (ventimila) Euro.

Le proposte selezionate diverranno oggetto di campagne di reward-based crowdfunding con un obiettivo economico target massimo di 10.000,00 (diecimila/00) Euro ciascuna.

La Regione Marche cofinanzierà i progetti, che avranno raccolto dal crowd il 50% del proprio budget complessivo, attraverso un contributo pari al restante 50%, fino a un massimo di 10.000,00 (diecimila/00) euro per progetto nei limiti della dotazione assegnata all’Intervento.

Le campagne di crowdfunding avranno la durata massima di 60 giorni, potranno essere pubblicate dal 24 febbraio 2025 e non oltre il 31 marzo 2025.

# Art. 12 - MODALITÀ “O TUTTO O NIENTE”

Le campagne di crowdfunding civico supportate dalla Regione Marche seguiranno la regola del c.d. "o tutto o niente": l’impresa, attraverso il suo progettista riceverà i contributi raccolti dal crowd solamente se raggiungerà o supererà il 100% dell’obiettivo della campagna in piattaforma (obiettivo che coincide con il 50% del progetto presentato).

In caso di mancato raggiungimento di tale obiettivo, i fondi raccoltidal crowdverranno restituiti agli stessi sostenitori e la Regione Marche non procederà alla concessione del contributo.

# Art. 13 - COFINANZIAMENTO DELLA REGIONE MARCHE

Il cofinanziamento da parte della Regione Marche sarà pari al 50% dell'obiettivo economico della campagna di crowdfunding, nei limiti massimi di 10.000,00 (diecimila) euro.

Si attiverà nel caso che il progetto selezionato, nel corso della campagna di crowdfunding raccoglierà donazioni private corrispondenti ad almeno il 50% del valore del progetto proposto, così come esplicitato all’art.11.

# Art. 14 - OVERFUNDING

Nel caso in cui la campagna di crowdfunding raggiunga la soglia di cui all’art. 11, il progettista può continuare a raccogliere fondi fino alla scadenza del tempo a disposizione, provando a superare il 100% dell’obiettivo (*overfunding*).

Gli eventuali fondi in più, raccolti in fase di overfunding, non ridurranno né aumenteranno l’importo del contributo erogato dalla Regione Marche.

I fondi raccolti in overfunding dovranno essere utilizzati dal progettista sempre nell’ambito del progetto selezionato dalla Regione Marche per finanziare ulteriori elementi dello stesso e contestualmente rendicontati.

# Art. 15 - RIMODULAZIONE DEL PROGETTO

Qualora a seguito di selezione da parte della Regione Marche, si rendessero necessarie modifiche non sostanziali al progetto tali da non snaturarne le finalità principali, il progettista dovrà comunicarle per iscritto alla Regione Marche, entro e non oltre l’inizio della sua campagna di crowdfunding sulla piattaforma, ottenendone l’assenso in forma scritta per poter procedere con la campagna.

# Art. 16 - SUPPORTO DI CAMPAIGN MANAGER

I progetti selezionati beneficeranno del supporto di un *campaign manager*, ovvero un consulente professionista che li aiuterà a progettare e promuovere la campagna di crowdfunding.

Il supporto del *campaign manager* non ha costi per i progettisti, rientra tra le premialità assegnate ai progetti selezionati, e consisterà in un percorso di consulenza in remoto, tramite una serie di call periodiche, dedicato alla progettazione, comunicazione e promozione della campagna di raccolta fondi.

Il *campaign manager* affiancherà costantemente i progettisti, anche tramite telefono e mail.

L’accompagnamento del *campaign manager* inizierà prima della partenza della campagna di raccolta fondi e terminerà dopo la sua conclusione.

# Art. 17 - PUBBLICAZIONE DELLE CAMPAGNE DI CROWDFUNDING SULLA PIATTAFORMA

Le campagne di crowdfunding selezionate saranno pubblicate sulla piattaforma *Ideaginger.it* ([www.ideaginger.it](http://www.ideaginger.it/)) in un’area dedicata esclusivamente alla Regione Marche.

Al solo scopo di poter pubblicare il progetto sulla piattaforma, i candidati selezionati dovranno iscriversi all’Associazione Ginger, che funge da tesoriere delle campagne, enon trattiene alcuna percentuale sui fondi raccolti.

I progetti selezionati sono esonerati dal versamento della quota di iscrizione, ma dovranno sottoscrivere il modulo associativo al momento del lancio della campagna di crowdfunding sulla piattaforma *Ideaginger.it.*

Tutti i dettagli in merito ai costi e ai sistemi di pagamento elettronici utilizzabili sono disponibili su *Ideaginger.it* alla pagina: <https://www.ideaginger.it/ginger_condizioni-d-uso.html>

# Art. 18 - MODALITÀ DI CONCESSIONE ED EROGAZIONE DEI CONTRIBUTI RACCOLTI SU PIATTAFORMA

Al termine della campagna di crowdfunding secondo il cronoprogramma di cui al successivo art. 24 del presente Avviso, e solo in caso di esito positivo della stessa (raggiungimento dell’obiettivo, si veda il precedente art. 12 del presente Avviso), il Settore “Industria, Artigianato e Credito” della Regione provvederà a concedere il premio spettante ai beneficiari e a registrare il relativo aiuto sul Registro Nazionale degli Aiuti; inoltre, il gestore della piattaforma trasferirà al progettista i contributi raccolti tramite la piattaforma stessa, **al netto delle commissioni** applicate dai sistemi di pagamento (art. 17), alle coordinate bancarie indicate dallo stesso nel modulo di iscrizione all’Associazione, nel rispetto del principio della tracciabilità dei flussi finanziari.

Nel caso in cui il Settore “Industria, Artigianato e Credito” della Regione Marche non riuscisse direttamente a ricevere il riscontro da parte del gestore della piattaforma delle effettive somme raccolte, lo stesso Settore sarà autorizzato a richiedere al beneficiario evidenza del trasferimento di denaro effettuato dal gestore della piattaforma sul conto corrente dedicato; entro 10 gg dal ricevimento della richiesta della Regione Marche, tale evidenza dovrà essere inserita su SIGEF in sede di richiesta del saldo del premio, pena la mancata concessione del premio.

# Art. 19 - MODALITÀ DI EROGAZIONE DEL CONTRIBUTO DA PARTE DELLA REGIONE MARCHE

La liquidazione del contributo a favore del destinatario finale è vincolata all’acquisizione dell’allegato 4 secondo le modalità e i termini di cui all’art. 22.3 del presente Avviso, così come del documento unico di regolarità contributiva (DURC) o di analogo documento per i soggetti iscritti agli albi professionali, pena l’applicazione dell’art. 31, comma 8-bis, del decreto-legge 21 giugno 2013, n. 69, convertito, con modificazioni, nella legge 9 agosto 2013, n. 98.

# Art. 20 – MONITORAGGIO, VALUTAZIONE E CONTROLLI

Il beneficiario selezionato sarà tenuto a fornire le informazioni e i dati necessari al monitoraggio dell’avanzamento fisico e procedurale dell’iniziativa, nonché alla valutazione dei risultati e dell’impatto sociale della stessa, entro il termine previsto al successivo art. 24 del presente Avviso.

Al fine di misurare l’effettivo livello di raggiungimento degli obiettivi collegati a questa misura, gli indicatori di output sono i seguenti[[1]](#footnote-2):

• RCO01 – Imprese beneficiarie di un sostegno (di cui: microimprese, piccole, medie e grandi imprese) (unità di misura – Numero imprese)

• RCO02 – Imprese sostenute mediante sovvenzioni (unità di misura – Numero imprese)

I due indicatori conteggiano il numero delle imprese beneficiarie.

Il beneficiario sarà inoltre tenuto a produrre **una sintetica relazione sulle attività svolte**, al fine di confermare l’attuazione del progetto descritto in sede di presentazione della domanda di contributo. Insieme alla sintetica relazione andrà presentata **una dichiarazione di avvenuta realizzazione del progetto** (Allegato 2).

Il beneficiario si impegna a rendere disponibili, anche successivamente alla conclusione del progetto, eventuali informazioni che dovessero essere richieste e a partecipare a rilevazioni ad hoc e/o iniziative di valutazione promosse dalla Regione Marche, anche attraverso il tramite di soggetti incaricati per raccogliere e analizzare i dati a scopo conoscitivo e scientifico.

Il beneficiario si impegna altresì a collaborare con la Regione Marche e con tutti gli organi di controllo previsti dalla normativa vigente, in caso di audit e/o di necessità di chiarimenti ed approfondimenti.

# Art. 21 - VARIAZIONI

Il beneficiario è tenuto a realizzare le attività nel rispetto del progetto approvato e del cronoprogramma di cui al successivo art. 24. Eventuali richieste di variazioni devono essere comunicate ed approvate dalla Regione Marche, in coerenza con quanto previsto dall’art. 15.

# Art. 22 - OBBLIGHI DEL BENEFICIARIO

Il beneficiario ha l’obbligo di adempiere a quanto stabilito dal presente Avviso e dal Progetto approvato.

Il beneficiario risponde dell’attuazione del Progetto e del corretto utilizzo del contributo del crowd, operando secondo il principio della sana gestione finanziaria e applicando ogni opportuno accorgimento prudenziale, nel rispetto dei principi e delle specifiche disposizioni attuative della pertinente normativa applicabile.

Il beneficiario, inoltre, deve disporre, entro la data di avvio delle attività, delle eventuali specifiche abilitazioni, autorizzazioni e qualifiche idonee allo svolgimento delle attività proposte.

## 22.1 OBBLIGHI IN MATERIA DI VISIBILITÀ E COMUNICAZIONE

Ai sensi del Reg. UE n. 1060/2021, i beneficiari che accettano il sostegno, accettano altresì di venire inclusi nell’elenco dei beneficiari pubblicato in formato elettronico o in altra forma.

Durante l'attuazione dell'operazione, i beneficiari sono tenuti a:

* fornire, sul proprio sito web, ove tale sito esista, e sui siti di social media ufficiali del beneficiario una breve descrizione del progetto, compresi le finalità e i risultati, ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall’Unione Europea;
* apporre una dichiarazione che ponga in evidenza il sostegno dell’Unione in maniera visibile sui documenti e sui materiali per la comunicazione riguardanti l’attuazione dell’operazione, destinati al pubblico o ai partecipanti;
* esporre in un luogo facilmente visibile al pubblico almeno un poster di misura non inferiore a un formato A3 o un display elettronico equivalente recante informazioni sul progetto che evidenzino il sostegno ricevuto dai fondi.

## 22.2 OBBLIGHI CONNESSI ALLA STABILITA’ DELLE OPERAZIONI

Ai sensi dell’art. 65 del Reg. (UE) 1060/2021 nel caso di un'operazione che comporta investimenti in infrastrutture o investimenti produttivi, il beneficiario è tenuto al rispetto del vincolo di stabilità delle operazioni: deve rimborsare il contributo fornito dal PR FESR 2021/2027 laddove, entro cinque anni (tre anni nei casi relativi al mantenimento degli investimenti o dei posti di lavoro creati dalle PMI, salvo disposizioni più restrittive in materia di aiuti di Stato) dal pagamento finale al beneficiario o entro il termine stabilito nella normativa sugli aiuti di Stato, ove applicabile, si verifichi quanto segue:

a) cessazione o trasferimento di un’attività produttiva al di fuori della regione di livello NUTS 2 in cui ha ricevuto sostegno;

b) cambio di proprietà di un’infrastruttura che procuri un vantaggio indebito a un’impresa o a un organismo

di diritto pubblico;

c) modifica sostanziale che alteri la natura, gli obiettivi o le condizioni di attuazione dell’operazione, con il risultato di comprometterne gli obiettivi originari.

Il rimborso da parte dello Stato membro dovuto al mancato rispetto del presente articolo è effettuato in proporzione del periodo di non conformità.

Le disposizioni di cui sopra non si applicano qualora la cessazione di un'attività produttiva sia causata da un fallimento non fraudolento.

## 22.3 OBBLIGHI DI COMUNICAZIONE DEL BENEFICIARIO VERSO L’AMMINISTRAZIONE REGIONALE

Il beneficiario deve:

* + - 1. comunicare l’accettazione del contributo entro 10 gg dalla comunicazione dell’avvenuta concessione del premio, utilizzando lo schema di cui all’Allegato 4, da trasmettersi per il tramite del portale SIGEF contestualmente alla richiesta del saldo del premio a conclusione della campagna di raccolta;
			2. comunicare eventuali variazioni riguardanti i dati indicati in sede di presentazione della domanda
			3. dare immediata comunicazione in caso di rinuncia al premio;
			4. dare tempestiva informazione circa l’insorgere di eventuali procedure amministrative o giudiziarie concernenti il progetto cofinanziato;
			5. comunicare tempestivamente all’Amministrazione regionale eventuali variazioni progettuali;
			6. dare tempestiva comunicazione degli estremi identificativi dei conti correnti bancari o postali dedicati sui quali l’Amministrazione Regionale dovrà disporre il pagamento del premio;
			7. comunicare altri eventuali aiuti ricevuti successivamente alla data di presentazione della domanda e fino alla data della eventuale concessione ai sensi del presente bando;
			8. comunicare alla Regione eventuali variazioni societarie, di sede, deliberazioni di liquidazione volontaria o coatta dell'impresa ed ogni altro elemento di interesse della Regione stessa.

# Art. 23 - CAUSE DI REVOCA

Il beneficiario selezionato dal Bando decade dal contributo con contestuale revoca decretata dalla Regione Marche in uno dei seguenti casi:

1. Mancato rispetto di quanto previsto al paragrafo 22.2;
2. Mancata realizzazione del progetto oggetto di sostegno, come riscontrabile dalla relazione e dalla rendicontazione delle attività svolte, di cui all’art. 20;
3. Modifiche sostanziali al progetto come indicato agli artt. 15 e 21, che alterino la natura, gli obiettivi o le condizioni di attuazione dell’operazione, con il risultato di comprometterne gli obiettivi originari;

La Regione Marche si riserva di analizzare le campagne di crowdfunding dei beneficiari e revocare il sostegno a suo insindacabile giudizio qualora riscontrasse comportamenti fraudolenti finalizzati alla mera acquisizione del contributo regionale, contrari alla buona fede e non coerenti con la normale promozione di una campagna di crowdfunding.

# Art. 24 - IL CRONOPROGRAMMA DEL BANDO

1. APERTURA BANDO: 15 luglio 2024 (ore 12:00)
2. TERMINE PRESENTAZIONE CANDIDATURE: 05 dicembre 2024 (ore 17:00)
3. FORMAZIONE - I corsi di formazione si terranno nelle seguenti date
4. Prima edizione settembre: 1, 3, 8 ottobre 2024, dalle ore 15 alle ore 17 - Iscrizioni entro il 27 settembre su [www.gingeracademy.it](http://www.gingeracademy.it/).
5. Seconda edizione novembre: 12, 14, 19 novembre 2024, dalle ore 11 alle ore 13 - Iscrizioni entro l’8 novembre su [www.gingeracademy.it](http://www.gingeracademy.it/).
6. PUBBLICAZIONE GRADUATORIA: entro il 22 gennaio 2025
7. PUBBLICAZIONE CAMPAGNE CROWDFUNDING: i progetti selezionati potranno pubblicare le campagne di crowdfunding a partire dal 24 febbraio 2025 e non oltre il 31 marzo 2025.
8. DURATA CAMPAGNE: le campagne di crowdfunding avranno una durata massima di 60 giorni a partire dalla relativa data di pubblicazione di cui al punto precedente.
9. INIZIO ATTIVITA’ PROGETTUALE: i progetti che hanno raggiunto l’obiettivo economico previsto della campagna crowdfunding riceveranno una comunicazione da parte della Regione Marche per la concessione del premio; entro 10 giorni da tale ricevimento, l’impresa dovrà comunicare la data di avvio del progetto utilizzando lo schema di cui all’Allegato 4, da trasmettersi per il tramite del portale SIGEF;
10. CONCLUSIONE ATTIVITA’ PROGETTUALE: il progetto premiato dovrà concludersi entro 6 mesi dall’avvio del progetto, con l’invio di una relazione tecnica e della rendicontazione delle attività svolte di cui all’art. 20, congiuntamente alla trasmissione dell’allegato 2 all’Avviso; tale termine potrà essere esteso fino a un massimo di 12 mesi, previa motivata richiesta da parte dell’impresa beneficiaria alla Regione Marche, da trasmettersi per il tramite del portale SIGEF entro il precedente termine, e previa successiva autorizzazione da parte della Regione Marche.

In merito a tale cronoprogramma, per “attività progettuale” si intende la campagna di crowdfunding: l’inizio dell’attività progettuale è costituito dall'avvio della campagna di crowdfunding, mentre la relativa fine è rappresentata dalla conclusione della campagna stessa

# Art. 25 – REGIME DI AIUTI E CUMULABILITA’

Il contributo pubblico viene erogato sottoforma di premio, nel rispetto del Regolamento UE n. 2831/2023 (De minimis), il quale prevede all’art. 3, paragrafo 2, l’innalzamento a €

300.000,00 del plafond De Minimis disponibile nel triennio di riferimento a ciascuna impresa, il quale considera l’anno solare (non più l’anno finanziario); pertanto, per ogni nuova concessione di aiuti "De Minimis”, si deve tener conto dell'importo complessivo degli aiuti concessi nei 36 mesi precedenti.

Il regime di erogazione adottato fa riferimento agli artt. 206 e 207 del Titolo IX del Reg. (UE, Euratom) 2018/1046 e, in quanto si distingue dal regime delle sovvenzioni e non fa riferimento ai costi prevedibili, l’ammontare del premio non è correlato ai costi sostenuti dal vincitore.

L’ammontare del premio, non essendo correlata a costi ammissibili individuabili, può essere cumulato con qualsiasi altra misura di aiuto di Stato con costi ammissibili individuabili e/o con altri aiuti di Stato, senza costi ammissibili individuabili, nel limite della soglia massima stabilita da un Regolamento di esenzione o da una decisione adottata dalla Commissione. L’ammontare del premio può essere cumulato con altri sostegni, non qualificati come aiuti di stato, fino a copertura massima del 100% del costo ammissibile.

# Art. 26 – DISPOSIZIONI FINALI

## 26.1 RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO

La Struttura regionale responsabile dell’attuazione della presente misura è il Settore Industria Artigianato e Credito – Dipartimento Sviluppo Economico, sito in Via Tiziano 44, 60125, Ancona.

Il Responsabile del procedimento è il Dott. Fabio Travagliati del quale si riportano, di seguito, i contatti: Telefono: 071 806 3624 E-mail: fabio.travagliati@regione.marche.it.

## 26.2 DIRITTO DI ACCESSO

Il diritto di accesso di cui all’art. 22 della Legge 241/90 viene esercitato, mediante richiesta motivata scritta indirizzata all’Amministrazione regionale, con le modalità di cui all’art. 25 della Legge 241/90.

## 26.3 PROCEDURE DI RICORSO

È ammesso ricorso nei termini di legge al Tribunale Amministrativo Regionale, salva la competenza del giudice ordinario, entro 60 giorni dalla data di notificazione o di comunicazione in via amministrativa dell’atto o da quando l’interessato ne abbia avuto piena conoscenza.

In via alternativa è possibile esperire il ricorso straordinario al Capo dello Stato entro 120 giorni dalla data di notificazione o di comunicazione in via amministrativa dell’atto o da quando l’interessato ne abbia avuta piena conoscenza.

## 26.4 ULTERIORI DISPOSIZIONI

Ai fini del bando, tutte le comunicazioni alle imprese beneficiarie verranno effettuate tramite Posta Elettronica Certificata (PEC), utilizzando l’apposita funzionalità del sistema informativo SIGEF, ivi compresa la comunicazione degli esiti della valutazione delle domande.

Analogamente, tutte le comunicazioni ufficiali all’Amministrazione regionale da parte di beneficiari che hanno presentato domanda (ad es., comunicazioni di varianti, richieste proroghe, ecc.) dovranno essere effettuate tramite PEC, utilizzando l’apposita funzionalità del sistema informativo SIGEF. A tal fine, le imprese partecipanti dovranno dotarsi di una propria casella PEC inserendone i riferimenti nella procedura on-line di presentazione della domanda di partecipazione al bando.

Il Responsabile del procedimento si riserva la possibilità di integrare o modificare il bando, per effetto di prescrizioni comunitarie e nazionali intervenute entro il termine per l’invio delle domande di contributo. In tal caso, il Responsabile del procedimento pubblica sul BUR le modifiche intervenute e comunica le modalità per l’integrazione delle domande.

L’Amministrazione regionale si riserva di applicare eventuali norme di riferimento subentranti, anche in relazione a nuovi orientamenti comunitari.

# Art. 27 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Ai sensi e per gli effetti degli artt. 13-14 del GDPR (General Data Protection Regulation) 2016/679, si precisa che:

* La Regione Marche in qualità di titolare (con sede in via Gentile da Fabriano 9, 60125, Ancona), tratterà i dati personali conferiti per le finalità connesse alla presente modulistica, con modalità prevalentemente informatiche e telematiche, per le finalità previste dal Regolamento (UE) 2016/679 (RGPD), in particolare per l'esecuzione dei propri compiti di interesse pubblico o comunque connessi all'esercizio dei propri pubblici poteri, ivi incluse le finalità di archiviazione, di ricerca storica e di analisi per scopi statistici;
* il conferimento di dati alla Regione Marche è obbligatorio e il loro mancato inserimento non consente di procedere con l'elaborazione dell'istanza;
* I dati saranno trattati per tutto il tempo necessario all'erogazione della prestazione o del servizio e, successivamente alla comunicazione della cessazione dell'attività del titolare o del responsabile o della intervenuta revoca dell'incarico del RPD, i dati saranno conservati in conformità alle norme sulla conservazione della documentazione amministrativa;
* I dati non saranno comunicati a terzi né diffusi, se non nei casi specificamente previsti dal diritto nazionale o dell'Unione europea ed indicati nell'informativa dettagliata;
* Gli interessati hanno il diritto di chiedere al titolare del trattamento l'accesso ai dati personali e la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che li riguarda o di opporsi al trattamento (artt. 15 e ss. del RGPD). L'apposita istanza all'Autorità è presentata contattando il Titolare, Regione Marche (con sede in via Gentile da Fabriano 9, 60125, Ancona) oppure il Responsabile della protezione dei dati;
* Gli interessati, ricorrendone i presupposti, hanno, altresì, il diritto di proporre reclamo al Garante quale autorità di controllo secondo le procedure previste.
* Il Responsabile del trattamento dei dati personali è il Dirigente della struttura regionale competente per l’attuazione della misura di aiuto, Settore Industria, Artigianato e Credito, Dott. Silvano Bertini (silvano.bertini@regione.marche.it).

Per informazioni sul bando:

Referente Regione Marche: Fabio Travagliati – fabio.travagliati@regione.marche.it – tel. 071 8063624

Referente Piattaforma Crowdfunding:Luca Borneo - info@gingercrowdfunding.it – tel. 391 7064691

# Glossario

* *Crowdfunding*: strumento digitale che permette di reperire fondi per realizzare un progetto specifico grazie al coinvolgimento di una comunità.
* *Reward based crowdfunding*: è una specifica tipologia di crowdfunding. Il progettista riconosce ai sostenitori una ricompensa (in inglese reward).
* *Ricompensa*: attività, servizio, esperienza o oggetto che il progettista offre in cambio al sostenitore per ringraziarlo del suo contributo economico all’interno della raccolta fondi.
* *Progettista*: chi lancia e promuove la campagna di crowdfunding.
* *Sostenitore o donatore*: colui o colei che sostiene economicamente la campagna di crowdfunding.

Programma Regionale Marche F.E.S.R. 2021/2027

AZIONE 1.3.5

INTERVENTO 1.3.5.3 “Favorire l’accesso a strumenti alternativi al credito bancario da parte delle imprese tramite iniziative di crowdfunding”

**Bando Regionale**

Bando pilota per la selezione di progetti da inserire in campagne di crowdfunding a favore delle imprese delle Marche

# APPENDICE 1 - ELENCO DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE PRIORITARIE (settore INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE)

**CODICI ISTAT ATECO 2007**

Sono ritenute prioritarie in relazione al Criterio di valutazione “Coerenza e contributo innovativo alle filiere locali - Struttura organizzativa e governance proposte” gli investimenti finalizzati all’esercizio delle seguenti attività economiche (classificazione ATECO 2007 per sezioni, divisioni, gruppi, classi, categorie e sottocategorie):

|  |  |
| --- | --- |
|  **Codice Ateco 2007**  | **Descrizione**  |
| 17.29.00  | Fabbricazione di altri articoli di carta e cartone  |
| 18.11.00  | Stampa di giornali  |
| 18.12.00  | Altra stampa  |
| 18.13.00  | Lavorazioni preliminari alla stampa e ai media  |
| 18.14.00  | Legatoria e servizi connessi  |
| 18.20.00  | Riproduzione di supporti registrati  |
| 26.40.01  | Fabbricazione di apparecchi per la riproduzione e registrazione del suono e delle immagini  |
| 26.70.20  | Fabbricazione di apparecchiature fotografiche e cinematografiche  |
| 32.40.10  | Fabbricazione di giochi (inclusi i giochi elettronici)  |
| 58.11.00  | Edizione di libri  |
| 58.13.00  | Edizione di quotidiani  |
| 58.14.00  | Edizione di riviste e periodici  |
| 58.19.00  | Altre attività editoriali  |
| 58.21.00  | Edizione di giochi per computer  |
| 58.29.00  | Edizione di altri software a pacchetto (esclusi giochi per computer)  |
| 59.11.00  | Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi  |
| 59.12.00  | Attività di post-produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi  |
| 59.13.00  | Attività di distribuzione cinematografica, di video e di programmi televisivi  |
| 59.14.00  | Attività di proiezione cinematografica  |
| 59.20.10  | Edizione di registrazioni sonore  |
| 59.20.20  | Edizione di musica stampata  |
| 59.20.30  | Studi di registrazione sonora  |
| 60.10.00  | Trasmissioni radiofoniche  |
| 60.20.00  | Programmazione e trasmissioni televisive  |
| 62.01.00  | Produzione di software non connesso all'edizione  |
| 62.02.00  | Consulenza nel settore delle tecnologie dell'informatica  |
| 62.09.09  | Altre attività dei servizi connessi alle tecnologie dell'informatica nca  |
| 63.12.00  | Portali web  |
| 63.91.00  | Attività delle agenzie di stampa  |
| 70.21.00  | Pubbliche relazioni e comunicazione  |
| 71.11.00  | Attività degli studi di architettura  |
| 71.12.10  | Attività degli studi di ingegneria  |
| 71.12.20  | Servizi di progettazione di ingegneria integrata  |
| 73.11.0  | Agenzie pubblicitarie  |
| 73.11.01  | Ideazione di campagne pubblicitarie  |
| 73.11.02  | Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari  |
| 74.10.10  | Attività di design di moda e design industriale  |
| 74.10.2  | Attività dei disegnatori grafici  |
| 74.10.21  | Attività dei disegnatori grafici di pagine web  |
| 74.10.29  | Altre attività dei disegnatori grafici  |
| 74.10.30  | Attività dei disegnatori tecnici  |
| 74.10.90  | Altre attività di design  |
| 74.20.1  | Attività di riprese fotografiche  |
| 74.20.11  | Attività di fotoreporter  |
| 74.20.12  | Attività di riprese aeree nel campo della fotografia  |
| 74.20.19  | Altre attività di riprese fotografiche  |
| 74.20.20  | Laboratori fotografici per lo sviluppo e la stampa  |
| 82.30.00  | Organizzazione di convegni e fiere  |
| 90.01.0  | Rappresentazioni artistiche  |
| 90.02.0  | Attività di supporto alle rappresentazioni artistiche  |
| 90.02.01  | Noleggio con operatore di strutture ed attrezzature per manifestazioni e spettacoli  |
| 90.02.02  | Attività nel campo della regia  |
| 90.02.09  | Altre attività di supporto alle rappresentazioni artistiche  |
| 90.03.0  | Creazioni artistiche e letterarie  |
| 90.03.02  | Attività di conservazione e restauro di opere d'arte  |
| 90.03.09  | Altre creazioni artistiche e letterarie  |
| 90.04.00  | Gestione di teatri, sale da concerto e altre strutture artistiche  |
| 91.01.00  | Attività di biblioteche ed archivi1  |
| 91.02.00  | Attività di musei2  |
| 91.03.00  | Gestione di luoghi e monumenti storici e attrazioni simili  |
| 93.21.00  | Parchi di divertimento e parchi tematici  |
| 94.99.20  | Attività di organizzazioni che perseguono fini culturali, ricreativi e la coltivazione di hobby  |
|  |  |

**ELENCO DELLE ATTIVITÀ ECONOMICHE AMMISSIBILIPER PROGETTI IN FORMA ASSOCIATA**

**CODICI ISTAT ATECO 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| **Codice Ateco 2007**  | **Descrizione**  |
| 10.13.00  | Produzione di prodotti a base di carne (inclusa la carne di volatili)  |
| 10.51.20  | Produzione dei derivati del latte  |
| 10.73.00  | Produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili  |
| 10.82.00  | Produzione di cacao in polvere, cioccolato, caramelle e confetterie  |
| 11.01.00  | Distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici  |
| 11.02.10  | Produzione di vini da tavola e v.q.p.r.d.  |
| 11.02.20  | Produzione di vino spumante e altri vini speciali  |
| 11.05.00  | Produzione di birra  |
| 13.99.10  | Fabbricazione di ricami  |
| 13.99.20  | Fabbricazione di tulle, pizzi e merletti  |
| 14.13.20  | Sartoria e confezione su misura di abbigliamento esterno  |
| 14.19.10  | Confezioni varie e accessori per l'abbigliamento  |
| 15.11.00  | Preparazione e concia del cuoio e pelle; preparazione e tintura di pellicce  |
| 15.12.09  | Fabbricazione di altri articoli da viaggio, borse e simili, pelletteria e selleria  |
| 15.20.10  | Fabbricazione di calzature  |
| 16.29.1  | Fabbricazione di prodotti vari in legno (esclusi i mobili)  |
| 16.29.19  | Fabbricazione di altri prodotti vari in legno (esclusi i mobili)  |
| 16.29.30  | Fabbricazione di articoli in paglia e materiali da intreccio  |
| 16.29.40  | Laboratori di corniciai  |
| 23.19.20  | Lavorazione di vetro a mano e a soffio artistico  |
| 23.41.00  | Fabbricazione di prodotti in ceramica per usi domestici e ornamentali  |
| 23.49.00  | Fabbricazione di altri prodotti in ceramica  |
| 23.70.10  | Segagione e lavorazione delle pietre e del marmo  |
| 23.70.20  | Lavorazione artistica del marmo e di altre pietre affini, lavori in mosaico  |
| 25.99.30  | Fabbricazione di oggetti in ferro, in rame ed altri metalli  |
| 26.52.00  | Fabbricazione di orologi  |
| 31.01.10  | Fabbricazione di sedie e poltrone per ufficio e negozi  |
| 31.01.22  | Fabbricazione di altri mobili non metallici per ufficio e negozi  |
| 31.02.00  | Fabbricazione di mobili per cucina  |
| 31.09.10  | Fabbricazione di mobili per arredo domestico  |
| 31.09.20  | Fabbricazione di sedie e sedili (esclusi quelli per aeromobili, autoveicoli, navi, treni, ufficio e negozi)  |
| 31.09.30  | Fabbricazione di poltrone e divani  |
| 31.09.40  | Fabbricazione di parti e accessori di mobili  |
| 31.09.50  | Finitura di mobili  |
| 31.09.90  | Fabbricazione di altri mobili (inclusi quelli per arredo esterno)  |
| 32.12.10  | Fabbricazione di oggetti di gioielleria ed oreficeria in metalli preziosi o rivestiti di metalli preziosi  |
| 32.12.20  | Lavorazione di pietre preziose e semipreziose per gioielleria e per uso industriale  |
| 32.13.09  | Fabbricazione di bigiotteria e articoli simili nca  |
| 32.20.00  | Fabbricazione di strumenti musicali (incluse parti e accessori)  |
| 32.40.20  | Fabbricazione di giocattoli (inclusi i tricicli e gli strumenti musicali giocattolo)  |
| 47.61.00  | Commercio al dettaglio di libri nuovi in esercizi specializzati  |
| 47.78.31  | Commercio al dettaglio di oggetti d'arte (incluse le gallerie d'arte)  |
| 47.78.91  | Commercio al dettaglio di filatelia, numismatica e articoli da collezionismo  |
| 47.79.20  | Commercio al dettaglio di mobili usati e oggetti di antiquariato  |
| 55.10.00  | Alberghi  |
| 63.99.00  | Altre attività dei servizi di informazione nca  |
| 79.90.19  | Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca  |
| 74.90.93  | Altre attività di consulenza tecnica nca  |
| 79.11.00  | Attività delle agenzie di viaggio  |
| 79.12.00  | Attività dei tour operator  |
| 79.90.11  | Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento  |
| 79.90.19  | Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca  |
| 94.99.90  | Attività di altre organizzazioni associative nca  |

Programma Regionale Marche F.E.S.R. 2021/2027

AZIONE 1.3.5

INTERVENTO 1.3.5.3 “Favorire l’accesso a strumenti alternativi al credito bancario da parte delle imprese tramite iniziative di crowdfunding”

**Bando Regionale**

Bando pilota per la selezione di progetti da inserire in campagne di crowdfunding a favore delle imprese delle Marche

# APPENDICE 2 – LE CONDIZIONI PER UNA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING

***Definizione di reward based crowdfunding***

Il reward based crowdfunding è uno strumento di raccolta fondi che sfrutta le opportunità degli strumenti di comunicazione digitale per coinvolgere un pubblico ampio di potenziali sostenitori e chiedere loro di partecipare economicamente alla realizzazione di un progetto. La somma di tanti “piccoli” contributi permette così di raccogliere le risorse necessarie a trasformare il progetto in realtà.

Questa tipologia di crowdfunding è definita reward based (basata sulle ricompense) perché i sostenitori della raccolta fondi ricevono in cambio del loro contributo economico dei premi, materiali o immateriali, da parte del progettista.

Progettista è chi lancia una campagna di crowdfunding.

***Obiettivo progettuale***

Una campagna di crowdfunding è efficace quando finalizzata a realizzare un progetto concreto e definito, mentre perde di incisività se utilizzata per supportare genericamente un’iniziativa o una organizzazione.

Un elemento determinante per convincere le persone a sostenere economicamente un progetto è aiutarle a percepire come il loro contributo produca un risultato tangibile. Per questo motivo è opportuno utilizzare il crowdfunding per raggiungere uno specifico obiettivo, in modo tale che i potenziali sostenitori percepiscano chiaramente cosa stiano finanziando.

Un progetto concreto e adatto al crowdfunding non è necessariamente un progetto materiale, per esempio il crowdfunding è spesso utilizzato anche per supportare dei servizi o dei progetti di ricerca e studio.

***Pragmaticità del crowdfunding***

Il crowdfunding è uno strumento pragmatico, utile per finanziare progetti pronti ad essere realizzati appena raccolte le risorse necessarie con tempistiche e modalità già definite. È importante quindi che all’interno di un progetto composto di più fasi di lavoro, il crowdfunding sia inserito come ultimo step prima della sua realizzazione.

Di conseguenza non sono adatti al crowdfunding quei progetti che non siano ancora sufficientemente strutturati e maturi o per i quali manchino ancora delle fasi intermedie di sviluppo o delle autorizzazioni che il progettista non è certo di terminare o di ottenere in tempi certi.

*Alcuni esempi:*

|  |  |
| --- | --- |
| Lanciare un nuovo prodotto, anche culturale, di cui è già disponibile un prototipo funzionante o una anteprima. | **Progetto adatto al crowdfunding** |
| Realizzare un prototipo di un prodotto di cui non si è ancora sicuri del funzionamento e delle tempistiche di sviluppo. | Progetto non adatto al crowdfunding |
| Allestire uno spettacolo avendo già la conferma della disponibilità della location. | **Progetto adatto al crowdfunding** |
| Riqualificare un borgo installando opere di street art senza avere ancora ottenuto l’autorizzazione del Comune. | Progetto non adatto al crowdfunding |
| Rendere disponibile un nuovo servizio senza averne definito il business plan. | Progetto non adatto al crowdfunding |
| Pubblicare un’opera editoriale avendo già definito le tempistiche di stampa e di consegna. | **Progetto adatto al crowdfunding** |

***Progetto coinvolgente***

Individuare l’obiettivo di una campagna di crowdfunding non significa solo indicare una voce di spesa. È importante utilizzare il crowdfunding per finanziare un progetto, o una parte di esso, che sia percepito come coinvolgente e interessante per la comunità di sostenitori a cui ci si rivolge. Anche nelle campagne dedicate a produrre e prevendere un nuovo prodotto il coinvolgimento emotivo dei sostenitori è una leva determinante per il successo. L’importanza di tale leva aumenta ancor di più nelle campagne che hanno l’obiettivo di supportare iniziative di valore culturale o dedicate alla collettività.

***Alcuni esempi:***

|  |  |
| --- | --- |
| Campagna dedicata a lanciare sul mercato un nuovo prodotto. | **Obiettivo coinvolgente per il crowdfunding**Finanziare la fase finale di sviluppo e avviare la produzione.Obiettivo non coinvolgenteFinanziare la campagna di digital advertising sui social network per lanciare il prodotto. |
| Campagna dedicata a riqualificare un borgo tramite l’installazione di un’opera d’arte. | **Obiettivo coinvolgente per il crowdfunding**Finanziare la realizzazione dell’opera e retribuire l’artista.Obiettivo non coinvolgenteFinanziare lo studio di fattibilità dell’installazione e l’iter autorizzativo. |

***Obiettivo economico***

Ogni campagna di crowdfunding si prefigge di raggiungere un obiettivo di fondi raccolti pubblico e individuato prima della partenza della raccolta fondi. Tale importo rappresenta la soglia minima da raggiungere affinché la campagna abbia successo ma non rappresenta un limite massimo. Se l’obiettivo economico viene raggiunto prima della conclusione del crowdfunding, il progettista può raccogliere ulteriori risorse, andando così in overfunding.

A livello internazionale **la media di fondi raccolti con un progetto di crowdfunding è inferiore a 10.000 $** ([Kickstarter.com](https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=global-footer)), mentre sulla piattaforma [*Ideaginger.it*](http://ideaginger.it/), che ospiterà i progetti selezionati da Regione Marche, **è di circa 11.000 euro**. I dati statistici sono da interpretare: ci sono campagne di crowdfunding che hanno raccolto centinaia di migliaia di euro e altre poco più di mille. Ciononostante sono comunque utili per essere consapevoli del contesto in cui si collocano spesso molti progetti di crowdfunding.

***Squadra di lavoro***

È complicato sviluppare e promuovere una campagna di crowdfunding in solitaria, organizzare una piccola squadra di lavoro è senza dubbio la scelta ideale. Per un risultato ottimale è utile allestire la squadra coinvolgendo persone che abbiano almeno l’attitudine al management e alla comunicazione.

La persona con maggior attitudine al management preparerà il business plan della raccolta fondi e coordinerà il lavoro delle altre persone che compongono la squadra. Chi invece ha l’attitudine più spiccata alla comunicazione si occuperà della strategia di promozione della campagna, della gestione dei canali di comunicazione e della preparazione dei contenuti quali testi, grafiche e video.

Nel caso in cui il progettista sia un’organizzazione particolarmente strutturata è caldamente consigliato coinvolgere nella squadra di lavoro sia chi ricopre un ruolo di indirizzo e decisionale, sia chi si occuperà operativamente della gestione del progetto.

***Comunicazione e comunità***

Una campagna di crowdfunding è una campagna di comunicazione e marketing.

Già durante la progettazione della campagna è quindi essenziale individuare i segmenti di potenziali sostenitori a cui rivolgersi e quali canali di comunicazione utilizzare per raggiungerli. Non esiste il “pubblico del crowdfunding” ma ogni progettista deve individuare quale sia il suo pubblico di riferimento.

Un progettista che ha già un’identità conosciuta, dei canali di comunicazione attivi e una community di riferimento parte sicuramente avvantaggiato. Ma anche una realtà che non ha ancora dei canali di comunicazione attivi può sicuramente lavorare al lancio di una campagna di crowdfunding, con l’accortezza di pianificare delle attività di community engagement utili a costruire un primo pubblico di riferimento prima dell’avvio della raccolta fondi.

1. Per ulteriori eventuali approfondimenti consultare il documento disponibile al link https://www.valutazionecoesione.it/attivita-di-sistema/doc/2022\_05\_30\_fiche\_tradotte\_IT.pdf . [↑](#footnote-ref-2)