

produzioni dal basso



10 libri italiani che raccontano il cambio di paradigma



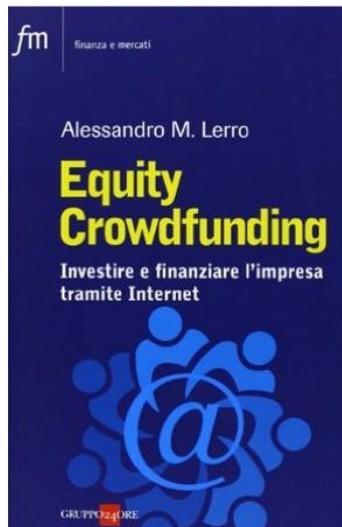
Oggi in rete si condivide e si scambia di tutto. Sempre più persone si incontrano attraverso servizi collaborativi come Airbnb, Etsy, TaskRabbit, TheHub, che eliminano l'intermediazione delle strutture tradizionali, proponendo nuovi modelli di consumo. Questi servizi hanno valori e modalità operative comuni e prediligono l'accesso al bene, la fiducia, la filiera corta come alternativa. Oggi sono in forte crescita e aprono opportunità per gli individui e per la società intera. Il libro propone due percorsi di lettura: uno più teorico e uno più emozionale, oltre a 10 case history, italiane e straniere.



Questo ebook gratuito, edito da Cesvot, **si focalizza sulle mondo delle ong e delle onlus**, e di come queste possono ricevere una nuova spinta dal crowdfunding online. La prima parte del volume spiega e confronta nel dettaglio i vari modelli di crowdfunding, le loro differenti peculiarità, la loro diffusione nel mondo. Dopo un breve manuale d'uso per la raccolta fondi (e un'interessante sezione sui social e la loro utilità in materia), in appendice il libro analizza il successo di "Bye bye bulli", campagna che su [Produzioni dal Basso](#) ha raggiunto il budget in breve tempo. Il capitolo finale è dedicato agli scenari futuri del crowdfunding nel Terzo Settore.



L'economia odierna, o post-industriale, ha bisogno sempre più della materia digitale, in tutte le sue articolazioni: dispositivi, sensori, algoritmi, contenuti e interfacce. Quando si parla di terziarizzazione dell'economia infatti si sottolinea il ruolo del virtuale, sempre più importante e attivo verso la dimensione fisica. In questo dialogo costante la materia cerca leggerezza e significati e il virtuale concretezza. L'obiettivo di questo saggio è suggerire un percorso verso il digitale per i progettisti e gli operatori del settore, che non perda di vista le esigenze autentiche degli utilizzatori finali.



Il crowdfunding non è soltanto uno strumento finanziario innovativo. È anche uno strumento di marketing eccellente, che permette di studiare il mercato prima del lancio di un prodotto, per valutarne il gradimento e quindi la possibilità di successo. Consente la creazione e lo sviluppo di una community che discute del prodotto stesso. Si tratta di un fenomeno che valorizza il desiderio di fornire il proprio contributo (non solo finanziario) ma che, al contempo, presenta rischi per gli investitori non istituzionali, ai quali questo libro vuole dare gli strumenti di tutela più adatti mediante l'**esame di tutte le novità legislative e regolamentari**.



La rivoluzione digitale ha permesso l'esplosione di forme di creatività nuove e inattese, ma è con i social media che i rapporti di potere tra consumatori e brand sono effettivamente cambiati: la diffusione di dispositivi smart ha portato alla nascita di un nuovo consumatore, che vuole contribuire al discorso di marca con la propria opinione e raccontare la propria esperienza. Un cambio di paradigma epocale che può essere sintetizzato come **“create is the new consume”**. Punto di partenza di questo libro sono le tre parole chiave che devono orientare la strategia di marketing attraverso i social: autenticità, partecipazione e condivisione.



La parola crowdfunding è entrata ormai nel linguaggio comune, arricchendo ulteriormente il vocabolario del mondo del lavoro e dell'impresa. Partendo dall'Italia, ma allargandosi poi a tutto il mondo, il libro analizza il crowdfunding nei minimi particolari: progettualità, partecipazione, connessione, fiducia. Tutto il ciclo di vita di un progetto trova spazio nel volume, dal concepimento dell'idea al "dopo". Vi si trovano poi i modelli di raccolta fondi, le piattaforme, la costruzione di una solida strategia digitale e comunicativa. Sono descritte **più di 50 case history**, nonché molte testimonianze, consigli e una corposa sitografia.



Una rivoluzione è possibile, per vivere meglio, e questo libro lo dimostra. Soprattutto la sharing economy lo dimostra: è l'economia della condivisione che, in piena crisi, contribuisce a **ripensare il capitalismo in una logica redistributiva**: le voci di costo si trasformano in risorse. E le persone possono riappropriarsi di occasioni sociali. Infatti sono cooperazione, fiducia, generosità, gratuità a generare valore. La ripresa è collegata a queste condizioni morali, non al Pil. La crescita, immediata e duratura, porterebbe benessere reale, non solo economico, se prendesse davvero piede. L'autrice lo ha capito e non tornerebbe più indietro.