

Un crowdfunding civico per far rinascere le aree verdi in città

PlanBee, nata a Firenze, che ha già contribuito a recuperare il Giardino dei Semplici vince Share in Action. Per la sezione no profit Swap Museum di Lecce

di Giulia Cimpanelli



Il team di PlanBee

Una piattaforma di crowdfunding civico per finanziare la bonifica di aree «green», dai parchi, alle piste ciclabili, fino agli orti urbani. Si chiama PlanBee ed è la startup profit che ha vinto «Share in Action», il concorso lanciato in aprile da Associazione Alumni Accenture, b-ventures, Fondazione Eni Enrico Mattei e Fondazione Italiana Accenture per le migliori idee progettuali profit e non profit dedicate all'economia collaborativa. Diecimila euro più un percorso di accelerazione di quattro mesi da b-ventures, il venture capital del gruppo Buongiorno.

«Una piattaforma di crowdfunding come un alveare, dove persone e aziende contribuiscono a migliorare il proprio quartiere, la propria città, l'Italia. - spiega il co-fondatore Armando Mattei - Nata in un momento in cui il settore pubblico non ha abbastanza fondi per intervenire in qualsiasi progetto a miglioramento della vita del cittadino». A oggi la piattaforma ha già contribuito alla realizzazione di due progetti a Firenze per il valore totale di 50mila euro raccolti tra privati e un'azienda (Ferragamo): «Una raccolta andata a buon fine, per esempio, è stata quella che ha contribuito alla rinascita del Giardino dei Semplici, distrutto da un terribile temporale lo scorso settembre». PlanBee ha già stipulato accordi con le amministrazioni di Firenze e Trieste e si appresta a farlo con una decina di comuni italiani.

Una piattaforma di scambio tra musei



Il team di Swap Museum

È stata invece Swap Museum (www.34fuso.it), ideata da Delia de Donno, a vincere il medesimo premio per la categoria No profit. Nata nella città di Lecce è la prima piattaforma di scambio tra piccoli musei e giovani dai 18 ai 25 anni attraverso il people raising: «Lo swapper mette a disposizione del museo tempo e creatività in cambio di benefit. Obiettivo: riportare l'istituzione museale al centro della vita sociale partendo dal web», spiega la

founder. I ragazzi aiutano dunque i piccoli musei a rinascere attraverso progetti innovativi, social media marketing e comunicazione e i musei riconoscono loro benefit quali l'utilizzo della location per eventi privati, il riconoscimento di crediti scolastici o universitari, o sconti in attività commerciali della zona. «Questo progetto – commenta Anna Puccio, segretario generale della Fondazione Italiana Accenture – rappresenta perfettamente il fine del concorso Share In Action, è stato in grado di coniugare diversi ambiti ritenuti fondamentali dai membri della giuria: giovani e occupazione, valorizzazione del patrimonio culturale attraverso realtà museali territoriali: quindi giovani, lavoro, cultura e territorio, il tutto grazie alla sharing economy». Al concorso, lanciato in aprile, hanno aderito oltre 90 partecipanti, riuniti in 80 diversi team. I progetti presentati si sono concentrati, rispetto alle tre macro aree di intervento, per il 9% su servizi di accoglienza, 42% servizi di Welfare e Wellbeing e per il 49% su servizi per la cultura e il tempo libero. Con una serie di dati in controtendenza: oltre la metà dei progetti è stata presentata da donne e più del 25% provenivano dal Sud Italia, solitamente meno recettivo alla «call» per startupper.