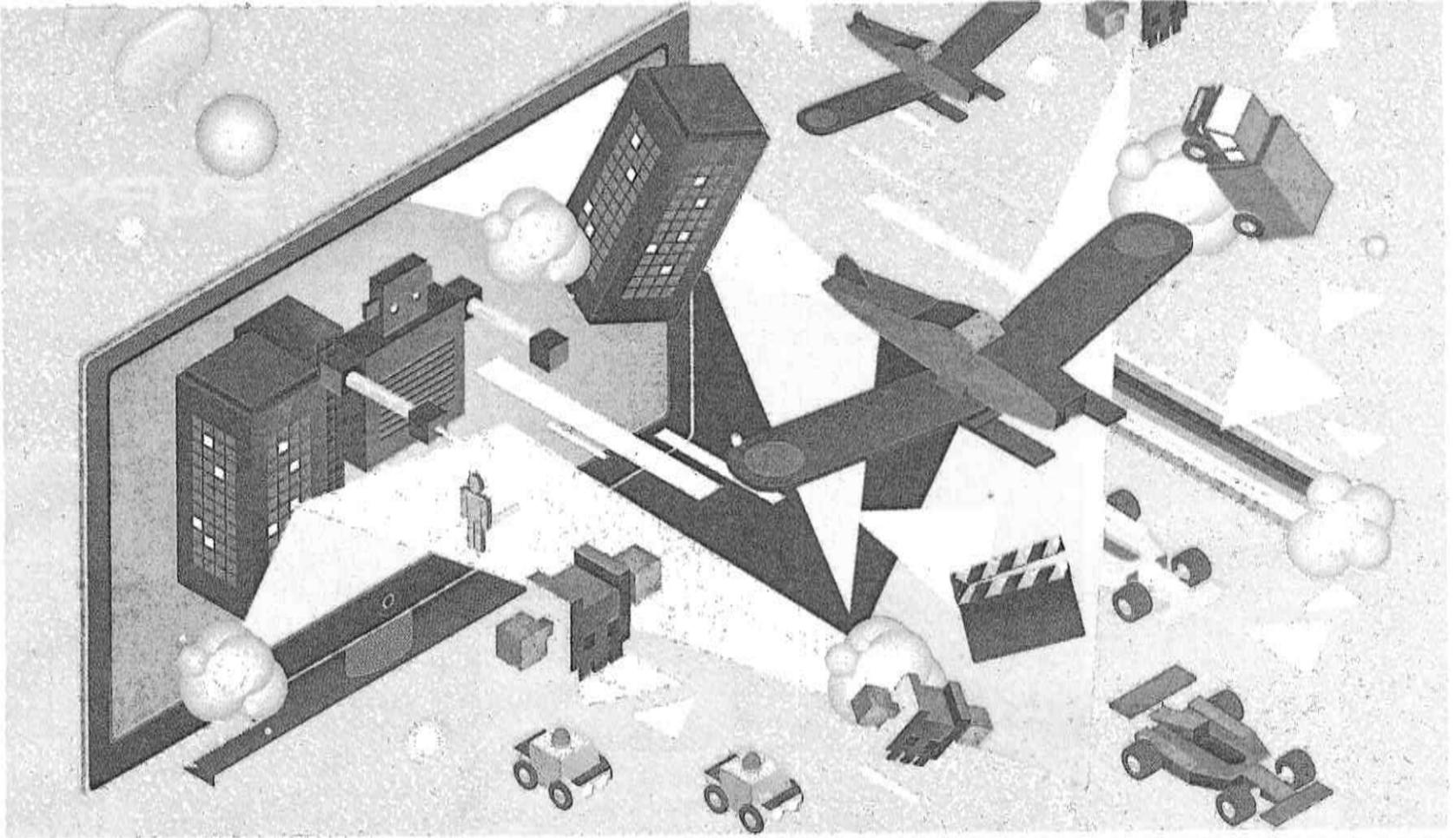


R2

La storia

Kickstarter festeggia i progetti finanziati con il crowdfunding "Una autentica rivoluzione"



## Quel sito che raccoglie fondi e 100 mila sogni diventano realtà

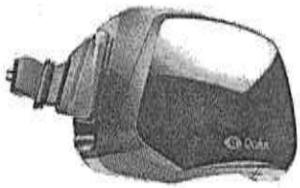
I PROGETTI / 1



**IL LIBRO**  
Il progetto numero 100 mila è un libro di fotografie: Adriana Groisman, *Voices of the Tempest*, dedicato alla guerra delle Falklands raccontata da entrambe le parti. Ha ottenuto 51 mila dollari



**IL TOUR**  
Amanda Palmer ha finanziato il suo ultimo disco e il tour relativo con Kickstarter ottenendo 1,1 milioni di dollari. Ne aveva chiesti 100 mila. La musica è la categoria più numerosa: 22 mila progetti



**LA REALTÀ VIRTUALE**  
Oculus, il visore per la realtà virtuale poi acquistato da Facebook per oltre 2 miliardi di dollari, è nato su Kickstarter, dove ha raccolto 2,4 milioni di dollari. Uscirà a fine marzo



**LA SERIE TV**  
Mystery Science Theater 3000, la serie di fine anni 80, viene riportata in vita grazie ai fondi raccolti: 5,7 milioni di dollari. Quanto basta per 12 episodi

JAIME D'ALESSANDRO

«OGNI compagnia è partita da un'idea. Ma a un certo punto, a forza di compromessi necessari per ottenere i finanziamenti, ha perso lo spirito iniziale. Ecco, noi stiamo trovando il rimedio a questo inconveniente. Aiutiamo gli altri a restare creativi e indipendenti». Yancey Strickler, 37enne di Brooklyn, alle idee e agli ideali ha sempre tenuto molto. E su quelli, assieme a Perry Chen e Charles Adler, ha fondato un impero. Oggi il loro sito per la raccolta di fondi online Kickstarter, presente in diciotto paesi compresa l'Italia, festeggia un traguardo importante: centomila progetti finanziati con successo per un totale di circa due miliardi di dollari versa-

ti da persone di tutto il mondo. Progetti che in certi casi hanno fatto la storia trasformando Kickstarter e il crowdfunding in uno dei grandi fenomeni degli ultimi anni. Gli smartwatch, gli orologi intelligenti che si collegano al telefono, sono nati qui nel 2012 grazie a una piccola azienda californiana chiamata Pebble. Due i modelli prodotti, più di trenta milioni di dollari raccolti, con la soddisfazione di aver aperto una strada poi percorsa da colossi come Apple e Google. La realtà virtuale di ultima generazione? Altra invenzione sorta dalla piattaforma di Strickler e compagni. È un modello che ha cambiato le carte in tavola, rendendo possibile un'economia basata su principi diversi.

L'inglese è lingua equilibrata e in questo caso lo è ancor più del solito. Si cadrebbe in errore se si

pensasse che l'accento sia solo sul "funding", i soldi, piuttosto che su "crowd", la comunità. Se ci fosse solo la mania per l'acquisto prima ancora che il prodotto venga realizzato, l'era del "post shopping", come qualcuno l'ha chiamata, sarebbe difficile trovare un denominatore comune in questi centomila progetti che appartengono a centosessantacinque categorie. Si va infatti dall'architettura alla musica, dal balletto ai fumetti, dalla moda ai libri fino alle mostre, ai videogame, ai film e alle serie tv. Al centro ci sono identità e narrazione, o, come si dice oggi, lo *storytelling*. «Nel teatro, e non è un caso, il tasso di successo è molto elevato», racconta Alberto Giusti, startupper seriale e coautore di *Crowdfunding. Dai sogni ai soldi* (Anteprima). «Si ha successo quando si racconta una storia. Si racconta

una passione ad altri appassionati». Trovando, magari, delle nicchie che nessuno pensava esistessero. Se era prevedibile che il premio Oscar Spike Lee sarebbe riuscito a raccogliere i capitali per il suo prossimo film, o che l'artista Marina Abramovic avrebbe fatto lo stesso per la sua fondazione, lo era meno che la cantante Amanda Palmer, la compagna di Neil Gaiman, ricevesse dai suoi fan un milione di dollari per un album e un tour quando ne aveva chiesti centomila. E ancor più che un gioco da tavola divertente ma parecchio guascone come *Exploding Kittens* (gattini esplosivi) arrivasse a quota otto milioni e mezzo di dollari o un frigo portatile come il Coolest Cooler ne racimolasse tredici.

«Alcuni progetti fanno più notizia di altri. Quando in realtà la notizia è nella varietà», racconta

Da Spike Lee a Marina Abramovic, il successo della piattaforma usata anche dalle celebrità

al telefono da Brooklyn David Gallagher, a capo della comunicazione di Kickstarter, che oggi impiega 130 persone. «Suona retorico, lo so, però il punto è quello: dare una possibilità a chi ha creatività da vendere e, non trovando spazio, finirebbe per buttarla. La Nashville Symphony, grazie alla nostra piattaforma, ha realizzato un disco e vinto un Grammy e con lei altri tre musicisti. Restare piccoli, non trasformarsi in un'azienda senza valori. È vero per chi usa Kickstarter ed è vero per la stessa Kickstarter».

Il futuro? Secondo Giusti il crowdfunding diventerà la modalità principe per lanciare qualsiasi cosa che abbia uno spessore narrativo, anche se di grandi compagnie, perché forma una sintonia preziosa con i consumatori, rende visibile certe tendenze con molto anticipo, crea una vera comunità. E per questo vale molto più di un like su Facebook e degli stessi soldi raccolti. A Brooklyn sono molto più cauti: si fa presto a perdere l'anima, gettando così al vento anni e anni di lavoro.

I PROGETTI / 2



**LO SMARTWATCH**  
Il Pebble ha raccolto 10 milioni di dollari. È il primo smartwatch moderno. Il suo erede, Pebble Time, ha doppiato il successo ottenendo ben 20 milioni di dollari. Un record



**LA GIACCA**  
La Travel Jacket, con cuscino, mascherina, presa per auricolari e guanti integrati, è andata oltre ogni aspettativa. Ha infatti ottenuto 9,1 milioni di dollari



**IL GIOCO DI CARTE**  
I giochi da tavolo sono molto popolari. Ma c'è un caso sorprendente. È il gioco di carte *Exploding Kittens* (gattini esplosivi). Si ispira alla roulette russa, ha ottenuto 8,5 milioni di dollari



**IL FILM**  
Il premio Oscar Spike Lee ha cercato i finanziamenti per il suo prossimo film su Kickstarter ottenendo 1,4 milioni di dollari. Il film dedicato alla serie tv *Veronica Mars* è arrivato a 5 milioni