

IL CROWDFUNDING
DELL'UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO

LINEE GUIDA
aprile 2022



Che cos'è

UNIMission è il Crowdfunding dell'Università degli Studi di Milano. Nasce per valorizzare i progetti innovativi ad impatto sociale promossi da studenti, ricercatori e docenti dell'Università degli Studi di Milano. Si caratterizza come strumento di accelerazione per tutte le progettualità che originano dalla natura interdisciplinare dell'Ateneo dalla sua tradizionale apertura verso il territorio e la società.

Destinatari

UNIMission è rivolto a tutti gli studenti iscritti ai corsi di studio e di dottorato dell'Ateneo di tutti gli ambiti scientifici e disciplinari; a coloro che hanno conseguito un titolo di studio presso l'Università degli Studi di Milano da non oltre 2 anni e agli assegnisti, ricercatori e professori in attività presso l'Università degli Studi di Milano.

Attività a sostegno dei team e dei progetti

La Direzione Innovazione e Valorizzazione delle Conoscenze - DIVCO offre a tutti gli interessati a presentare un progetto sulla piattaforma UNIMission, i seguenti servizi e iniziative:

- Incontri formativi periodici ripetuti su base annua;
- Attività di supporto per progetti in fase di presentazione sulla piattaforma;
- Attività di empowerment, scouting e promozione delle attività di Public Engagement;
- Seed4Innovation;
- Student Innovation Labs.

Modalità di accesso a UNIMission

I progetti possono essere presentati da un singolo proponente oppure in modo congiunto da più proponenti riuniti in team. In questo caso il team deve individuare al proprio interno un capo-progetto che presenterà la domanda e ne sarà referente.

I proponenti NON potranno partecipare sotto forma di impresa.

Gli elementi obbligatori per la presentazione del progetto sono:

- Descrizione del progetto con relativo budget che deve indicare obiettivi e finalità esplicitando:
 - a quale bisogno il progetto risponde, dimostrando così capacità di attenzione al contesto;
 - come si vuole rispondere a questo/i bisogno e perché ancora questi bisogni non sono stati soddisfatti con altre risorse e/o iniziative;
 - perché un individuo/gruppo formale e/o informale dovrebbe contribuire a finanziare un progetto che non risponde a un bisogno individuale, dimostrando così quale beneficio o utilità collettiva si ottiene e il relativo impatto su reti e territori.
- Curriculum vitae del/dei proponente/i.

IL CROWDFUNDING DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Le domande dovranno essere compilate e presentate mediante l'apposito form online presente sulla piattaforma dedicata. Potranno essere inseriti inoltre progetti di interesse dell'Ateneo che seguiranno procedure interne attualmente in fase di definizione.

I proponenti dovranno presentare anche autocertificazione relativa allo stato occupazionale e dichiarare di avere il tempo adeguato allo svolgimento delle attività previste per la campagna e, una volta conclusa, per lo sviluppo del progetto presentato.

UNIMission non ha la finalità di sostenere raccolte di denaro a scopo personale, politico, confessionale, di beneficenza, e a copertura diretta e/o indiretta dei costi di funzionamento di liste studentesche o associazioni interne e/o esterne all'ateneo, l'attività istituzionale e ordinaria di dipartimenti, centri di ricerca e/o qualunque struttura riconducibile a centro di costo dell'Ateneo.

Criteri di selezione

Le domande presentate verranno selezionate da una Commissione di Valutazione che espletterà il proprio compito con una cadenza mediamente trimestrale.

La procedura di selezione può prevedere colloqui di approfondimento con i proponenti. Tutte le domande saranno valutate attribuendo un punteggio compreso tra 0 e 100 sulla base dei seguenti criteri:

CRITERIO	PUNTEGGIO
Contenuto del progetto e impatto sociale	0 – 40
Scalabilità del progetto	0 – 10
Composizione del team	0 – 10
Adeguatezza del budget e fattibilità	0 – 20
Praticabilità del progetto su piattaforma Crowdfunding in termini di comunicabilità	0 – 20

Accederanno alla piattaforma di crowdfunding i progetti che avranno ricevuto almeno 70 punti, e non meno di 20 punti in merito al criterio "Contenuto del progetto" e 10 in merito al criterio "Praticabilità del progetto su piattaforma di crowdfunding".

Qualora dovesse emergere l'interesse da parte di terzi a cofinanziare una o più campagne si procederà con accordi ad hoc.

I progetti ammessi alla piattaforma per la raccolta fondi (campagne) saranno pubblicati in piattaforma previa accettazione e sottoscrizione da parte del capo-progetto dei seguenti documenti:

1. Progetto e budget concordato con la Direzione
2. Piano e policies della campagna
3. Cronoprogramma della campagna con relativi eventi ed eventuali reward
4. Funzionigramma con ripartizioni delle attività
5. Atto di impegno con Ateneo, che conterrà le disposizioni relative a:
 - Attività durante la campagna
 - Attività a termine della campagna
 - Rendicontazione
 - Modalità di risoluzione di eventuali problematiche

I progetti ammessi in piattaforma avranno a disposizione un supporto al Campaign Manager, affiancato sia nella gestione della campagna sia nella risoluzione di eventuali problemi tecnici.

Le donazioni raccolte tramite la piattaforma, una volta conclusa la campagna, transiteranno sul conto sulla piattaforma intestato al capo-progetto e associato al conto corrente indicato in fase di stipula dell'atto di impegno.

Il funzionamento delle campagne e della raccolta fondi

Le campagne sulla piattaforma UNIMission possono essere di 2 tipi:

- Donation
- Reward

e organizzate secondo diverse modalità:

- All-or-nothing (Tutto o niente);
- Keep-it-all (Raccogli tutto).

La durata delle campagne di raccolta sarà stabilita, di volta in volta, in accordo tra il team di progetto, il Campaign Manager e lo staff di UNIMission.

L'offerta minima possibile è di 1€. Gli importi delle offerte possono essere solo di € interi e non frazionabili.

Le donazioni ricevute dalle campagne rimarranno nei portafogli della piattaforma di crowdfunding del capo-progetto fino al verificarsi di una delle seguenti situazioni:

- Raggiungimento di una prima soglia del progetto, se prevista (solo per l'importo previsto dalla soglia)
- Termine della campagna, se campagna di tipo "raccogli tutto"
- Raggiungimento dell'obiettivo, se campagna di tipo "tutto o niente"

Il trasferimento sarà preventivamente comunicato agli Uffici della Direzione Innovazione e Valorizzazione delle Conoscenze.

In caso di campagna organizzata secondo modalità "raccogli tutto" la donazione viene addebitata su conto del donatore con la data della donazione e nel mese corrente. Nel caso di campagna organizzata secondo la modalità "tutto o niente" viene registrata la "promessa" di donazione, ma diventa efficace solo in caso di raggiungimento dell'obiettivo ed addebitata alla scadenza della campagna solo se questa avrà superato la prima soglia, se prevista, o raggiunto l'obiettivo.

Conto corrente

Tutti i soggetti proponenti dovranno comunicare i dati di un conto corrente personale su cui a fine campagna cui verranno accreditati i fondi raccolti.

Rendicontazione

Tutti i capo-progetto sono tenuti a rendicontare le spese sostenute per la realizzazione della campagna finanziata. Le modalità di rendicontazione sono definite nell'Atto di impegno sottoscritto dal capoprogetto in fase di inserimento della campagna sulla piattaforma UNIMission.

Comunicazione e visibilità

L'Università degli Studi di Milano, Fondazione Unimi e i partner di UNIMission utilizzeranno i propri canali (sito web, comunicati stampa, social etc.) per supportare la promozione delle campagne di crowdfunding dei progetti selezionati. Per l'intero periodo della durata della campagna e del progetto, i soggetti che si aggiudicheranno il contributo si dovranno impegnare a dare visibilità ai marchi dell'Università degli Studi di Milano, di UNIMission, in occasione di tutte le circostanze di visibilità pubblica e comunicazione d'immagine (giornali, convegni), comprese tutte le forme di comunicazione digitale (es. sito web d'impresa o di progetto, social network, blog, forum, etc.). I beneficiari di cofinanziamento sono altresì tenuti a riportare in tutta la documentazione ufficiale "con il contributo di NOME".

Termini di realizzazione del progetto

A conclusione della campagna il progetto dovrà essere realizzato entro un anno o entro data diversa se specificato nel progetto e concordato con lo staff UNIMission. Nel caso in cui il progetto non dovesse essere realizzato entro il termine, i proponenti si impegnano a restituire le eventuali somme non utilizzate e non rendicontate e a produrre una relazione che spieghi i motivi della mancata conclusione del progetto. Tale relazione dovrà essere inviata anche a tutti i donatori della campagna di crowdfunding.

Revoca del progetto

L'Ateneo si riserva il diritto di revocare il provvedimento di selezione nei seguenti casi:

- Qualora il beneficiario non faccia pervenire l'Atto di Impegno entro 30 giorni dall'avvenuta comunicazione di accettazione del progetto;
- Qualora si accerti la presenza di documentazione incompleta o irregolare e il soggetto entro congruo termine non proceda con integrazione della suddetta documentazione;
- Per fatti comunque imputabili al capo-progetto e non sanabili;
- Qualora risultino variazioni nei requisiti di ammissibilità non tempestivamente comunicate;
- Qualora vi sia grave inosservanza degli obblighi previsti dalla normativa vigente applicabile.