



IL CROWDFUNDING
DELL'UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO

REGOLAMENTO
maggio 2022



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

REGOLAMENTO

SOMMARIO

Che cos'è	2
Destinatari	2
Attività a sostegno dei team e dei progetti	2
Modalità di accesso a UNIMission	2
Criteri di selezione	3
Lancio e gestione della campagna	3
Conto corrente	4
Il funzionamento delle campagne e della raccolta fondi	5
Comunicazione e visibilità	6
Termini di realizzazione del progetto	6
Rendicontazione	6
Revoca del progetto (e recupero del finanziamento)	7
Trattamento dei dati	7
Contatti	7

IL CROWDFUNDING DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Che cos'è

UNIMission è il Crowdfunding dell'Università degli Studi di Milano, sviluppato in collaborazione con Produzioni dal Basso, che nasce per valorizzare i progetti innovativi ad impatto sociale promossi da studenti, ricercatori e docenti dell'Ateneo. 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 e/o di selezione;
- 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/i bisogno/i il progetto risponde, dimostrando capacità di attenzione al contesto;
 - Come si vuole rispondere a questo/i bisogno e perché ancora esso/i non è/sono stato/i soddisfatto/i con altre risorse e/o iniziative;
 - Perché è stato scelto il crowdfunding come strumento;
 - 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;
 - Descrizione di come si intenderà promuovere/comunicare la campagna di crowdfunding, indicando quali canali verranno utilizzati e come.

IL CROWDFUNDING DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

- Curriculum vitae del/dei proponente/i.

Le domande dovranno essere compilate e presentate mediante l'apposito form online a questo [link](#). 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	PUNTEGGIO MINIMO
Contenuto del progetto e impatto sociale	0 – 40	20
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	10
Totale	100	70

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

I referenti dei progetti ammessi in piattaforma per la raccolta fondi (campagna) saranno informati tramite apposita comunicazione

IL CROWDFUNDING DELL'UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

Lancio e gestione della campagna

A seguito di comunicazione di esito positivo della valutazione, i capo-progetto dovranno accettare e sottoscrivere:

- a. Progetto e budget concordato con la Direzione
- b. Piano e policies della campagna
- c. Cronoprogramma della campagna con relativi eventi ed eventuali reward
- d. Funzionigramma con ripartizioni delle attività
- e. Atto di impegno con Ateneo, che conterrà le disposizioni relative a
 - i. Attività durante la campagna;
 - ii. Attività a termine della campagna;
 - iii. Rendicontazione;
 - iv. 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.

Conto corrente

Tutti i capo-progetto dei progetti pubblicati in piattaforma dovranno comunicare i dati di un conto corrente personale su cui:

- verranno effettuate tutte le necessarie verifiche relative alla normativa antiriciclaggio;
- verranno accreditati i fondi raccolti.

Nel caso di progetti proposti da personale non strutturato, le donazioni raccolte tramite la piattaforma transiteranno direttamente su un conto sulla piattaforma intestato al capo-progetto e associato al conto corrente indicato in fase di stipula dell'atto di impegno; nel caso di progetti d'Ateneo i fondi saranno assegnati al capo-progetto con specifiche procedure. Il trasferimento sarà preventivamente comunicato agli Uffici della Direzione Innovazione e Valorizzazione delle Conoscenze.

Nel caso di progetti proposti da personale strutturato, le donazioni raccolte tramite la piattaforma transiteranno sul conto corrente dell'Ateneo e successivamente assegnati al capo-progetto.

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

Il funzionamento delle campagne e della raccolta fondi

Sulla piattaforma UNIMission le campagne possono essere di 2 tipi:

- Donation based
- Reward based

e organizzate secondo tre diverse modalità:

- All-or-nothing (Tutto o niente)
- Keep-it-all (Raccogli tutto)
- Donazione semplice

La durata delle campagne normalmente va dai 45 ai 60 giorni; essa verrà stabilita, di volta in volta, in accordo tra il team di progetto, il Campaign Manager e lo staff UNIMission.

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

Le donazioni verranno processate a seconda della modalità di crowdfunding selezionata come segue:

- Se si è scelta la tipologia "raccogli tutto" o "donazione semplice": il progettista effettua le verifiche antiriciclaggio e, dopo averle completate potrà prelevare i fondi anche a campagna in corso e iniziare ad usarli sin da subito per il progetto.
- I progetti avviati con la modalità "tutto o niente" prevedono che i donatori non facciano una donazione ma una "pre-autorizzazione", effettuando solamente una sorta di promessa di donazione. Solo se il progetto raggiunge il suo obiettivo economico ENTRO la data di scadenza impostata, le donazioni si collegheranno con successo al progetto e gli importi "pre-autorizzati" saranno prelevati dai metodi di pagamento indicati dai sostenitori. In caso contrario, non avverrà alcun prelievo di fondi dai sostenitori. Se ha scelto questa modalità, il progettista potrà usare i fondi solo al termine della campagna e solo se avrà raggiunto il suo obiettivo economico.

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

Il progetto dovrà essere realizzato entro un anno dalla chiusura della campagna o entro data diversa se specificato e concordato. 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.

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.

Revoca del progetto (e recupero del finanziamento)

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.

Trattamento dei dati

Ai sensi del regolamento UE 2016/679 si informa che i dati forniti dai partecipanti alla selezione sono trattati dall'Università degli Studi di Milano esclusivamente per le finalità istituzionali connesse alla presente iniziativa. Titolare del trattamento dei dati è l'Università degli Studi di Milano. I dati personali saranno trattati dagli uffici dell'Università preposti alla gestione e alla promozione dell'iniziativa e dal personale componente della commissione di valutazione. I dati forniti potranno essere comunicati alle strutture dell'Ateneo che ne facciano richiesta, per le finalità istituzionali dell'Ateneo o in osservanza di obblighi legislativi, a enti terzi preposti alla gestione dell'iniziativa e ai partner di UNIMission. I dati saranno comunicati a FolkFunding srl (società di Produzioni dal Basso), fornitore della piattaforma web UNIMission, nominato Responsabile del trattamento dei dati personali ai sensi dell'art. 28 del GDPR.

Contatti

Per ulteriori informazioni su UNIMission scrivere a: unimission@unimi.it