



**università
del crowdfunding**

SETTIMA CALL FOR IDEAS 2024 PER PROGETTI DI CROWDFUNDING “BIUNICROWD, L’UNIVERSITÀ DEL CROWDFUNDING”

1. Obiettivo

Con il programma “Bicocca Università del Crowdfunding”, l’Università degli Studi di Milano-Bicocca intende aumentare la soddisfazione e il senso di appartenenza all’istituzione della propria comunità attraverso queste azioni concrete:

- mettere a disposizione una modalità di finanziamento alternativa e complementare ai tradizionali canali di finanziamento come i grant;
- offrire l’opportunità di misurarsi col mercato attraverso la gestione delle campagne di crowdfunding;
- incrementare l’attitudine all’imprenditorialità;
- promuovere una nuova forma di collaborazione con le imprese, espandendo le opportunità di accesso alla ricerca e allo sviluppo.

Modalità di svolgimento della Call

Il crowdfunding di BiUniCrowd adotta le seguenti “regole del gioco” del finanziamento dal basso:

- obiettivo finanziario massimo dei progetti di **10.000€**;
- durata delle campagne di raccolta di 45 o 60 giorni massimo, stabilita in accordo con il team di progetto e il Campaign Manager;
- modalità di raccolta “Tutto o Niente”;
- *reward-based crowdfunding*, con ricompense per i donatori.

Cofinanziamento

I progetti che tramite la campagna di crowdfunding riusciranno a raggiungere il 50% del budget richiesto (al lordo dei costi di transazione) verranno cofinanziati per il restante 50% dalle aziende partner. Tale cofinanziamento si intende come il 50% dell’obiettivo di raccolta fissato in piattaforma, dunque massimo 5.000 euro. Tale limite di cofinanziamento resta valido anche se la campagna di crowdfunding dovesse ricevere un finanziamento superiore all’obiettivo iniziale di raccolta (*overfunding*).

2. Partner e Temi delle proposte progettuali

A questa edizione BiUniCrowd aderiscono in qualità di partner: A2A, Edison - Fondazione EOS Edison Orizzonte Sociale, Eni, Fondazione Cariplo, Thales Alenia Space, in quanto soci di MUSA Scarl. Queste aziende cofinanzieranno al 50% un progetto candidato in risposta ai temi meglio

spiegati di seguito. L'Ateneo si riserva la facoltà di cofinanziare uno tra i progetti candidati non selezionato dalle imprese partner se ritenuto meritevole in base ai criteri del bando.

Gli ambiti progettuali della settima edizione BiUniCrowd sono:

Tecnologie innovative. Soluzioni basate su intelligenza artificiale, realtà virtuale, robotica e altre tecnologie in ambito economico, sociale, medico, culturale ed energetico.

Innovazione socio/economica. Nuovi modelli di business, innovazione finanziaria, organizzativa, tecnologica e sociale, nuove metriche di sviluppo e nuove forme di organizzazione del lavoro.

Ambiente. Sostenibilità, contrasto dei cambiamenti climatici, economia circolare e tutela dell'ambiente e della biodiversità, gestione dei rifiuti, risanamento ambientale, efficienza energetica e decarbonizzazione.

Scuola ed educazione. Strategie innovative per l'istruzione, il benessere sociale e il contrasto alla povertà educativa anche attraverso azioni che favoriscano la partecipazione diretta delle ragazze e ragazzi tra 11 e 17 anni.

Innovazione per la salute. Approcci integrati per la salute e il benessere psicofisico: terapie innovative, sport e stili di vita salutari.

Innovazione e inclusione sociale. Innovazione per i diritti umani, la giustizia e le pari opportunità anche in riferimento ai giovani e giovanissimi attraverso idee in grado di abilitare la loro partecipazione diretta.

Innovazione per il territorio, la mobilità sostenibile e l'ambiente urbano. Mobilità sostenibile, innovazione per lo sviluppo del territorio, rigenerazione urbana e promozione del patrimonio culturale.

Si specifica che ai soci di MUSA Scarl proponenti si riserva un diritto di prelazione in caso di sviluppo industriale del progetto cofinanziato a seguito della chiusura della campagna di crowdfunding.

Flessibilità progettuale

Nel caso in cui un progetto candidato non risulti completamente conforme ai temi indicati nel bando, ma desti comunque l'interesse di uno dei partner e superi con successo il processo di valutazione, potrà essere considerato idoneo per la selezione.

Non sono ammessi progetti che hanno come finalità raccolte di denaro a scopo personale, politico, confessionale, a copertura dei costi di funzionamento di liste studentesche o associazioni, per finanziare borse di studio o per finalità contrarie alla legge.

I progetti selezionati saranno pubblicati nell'area partner "BiUniCrowd - Università del crowdfunding" sulla pagina www.unimib.it/biunicrowd per condurre campagne di crowdfunding reward based (basate sulle ricompense), finalizzate a raccogliere i fondi necessari alla realizzazione del progetto stesso.

3. Requisiti di partecipazione

Soggetti ammissibili

Possono presentare domanda e beneficiare delle agevolazioni previste nel presente bando i soggetti che, al momento della presentazione della domanda relativa a un progetto, rientrano nelle seguenti categorie:

A) Docenti di ruolo, Ricercatori, Assegnisti di ricerca, Specializzandi, Dottorandi, Borsisti, Personale Tecnico-Amministrativo afferenti all'Università degli Studi di Milano-Bicocca, che abbiano un rapporto di lavoro in essere fino alla conclusione del progetto presentato. Se il team leader è un Dottorando, sarà necessario che nel team sia presente un docente/ricercatore o altro strutturato dell'Ateneo che possa assumere la titolarità del progetto contabile per la gestione dei fondi.

B) Studenti iscritti (a un corso di Laurea, Laurea Magistrale o Ciclo Unico, Master di primo e secondo livello), studenti e dottori di ricerca che hanno già conseguito Laurea, Master o Dottorato presso l'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

C) Tutti i soggetti elencati ai punti A) e B) appartenenti ad altri Atenei, Enti di Ricerca, aziende possono partecipare purché in team con almeno un soggetto appartenente alla comunità dell'Università degli Studi Milano-Bicocca.

Tutti i soggetti selezionati, prima di pubblicare le proprie campagne di crowdfunding su *Ideaginger.it* devono diventare soci dell'Associazione Ginger, realtà senza scopo di lucro che gestisce la piattaforma e che svolgerà per loro il ruolo di tesoriere. Gli oneri economici legati alla procedura associativa sono già stati coperti dall'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Oppure potranno partecipare sotto forma di Impresa già costituita con i seguenti requisiti:

A) essere micro, piccola o media impresa così come definita dal Regolamento (CE) n.800/2008 della Commissione Europea o Enti del Terzo settore (Associazioni di promozione sociale, Organizzazione di Volontariato e Onlus);

B) essere iscritte al Registro Imprese della Camera di Commercio;

C) essere in stato di regolare attività e non trovarsi in stato di difficoltà ai sensi degli orientamenti comunitari sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese in difficoltà (GUUE C 244 del 1° ottobre 2004) e, in particolare, non trovarsi in stato di fallimento, di liquidazione (anche volontaria), di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente;

D) avere assolto gli obblighi contributivi ed essere in regola con le normative sulla salute e sicurezza sul lavoro di cui al D.lgs. n. 81/2008 e successive modificazioni e integrazioni;

E) non trovarsi in nessuna delle situazioni ostative relative agli aiuti di stato dichiarati incompatibili dalla Commissione europea (Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 - relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del trattato sul funzionamento dell'Unione europea agli aiuti "de minimis"). L'Università si riserva la facoltà di acquisire eventuali dichiarazioni relative agli aiuti "de minimis" in base agli articoli citati al presente punto;

F) avere legali rappresentanti, amministratori (con o senza poteri di rappresentanza) e soci per i quali non sussistano cause di divieto, di decadenza, di sospensione previste dall'art. 10 L. 575/1965 (c.d. Disposizioni contro la mafia);

G) avere tra i propri soci i soggetti indicati al punto 3, lettere A e B.

4. Formazione e supporto alla candidatura

Saranno messe a disposizione dei potenziali proponenti differenti opportunità di approfondimento del bando e di formazione al crowdfunding.

Sportello informativo online

Fino alla scadenza dei termini per le candidature sarà attivo lo sportello informativo online. Tutte le persone interessate a partecipare al bando potranno prenotare l'accesso allo sportello informativo online curato da Ginger Crowdfunding, partner dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Sarà possibile prenotare una call di consulenza, della durata indicativa di 30 minuti, di approfondimento sulle caratteristiche e opportunità del reward-based crowdfunding, nonché sulle modalità di partecipazione a BiUniCrowd.

La prenotazione dello sportello informativo potrà avvenire tramite [form online](#), via mail a info@gingercrowdfunding.it o telefonicamente al numero 391 7064691.

Evento di presentazione

Nel corso dell'apertura del bando, saranno organizzati dall'Università degli Studi di Milano-Bicocca un evento di presentazione della nuova Call BiUniCrowd e altre occasioni di divulgazione del bando, dedicate alle comunità di potenziali partecipanti.

L'evento di presentazione si terrà il 23 ottobre, e avrà l'obiettivo di far conoscere le opportunità e le potenzialità del crowdfunding universitario per la ricerca scientifica e approfondire i temi progettuali proposti nel bando mediante l'incontro con le aziende partner di BiUniCrowd.

[Qui è possibile conoscere tutti i dettagli dell'evento e iscriversi.](#)

Per dettagli su tutte le attività divulgative consultare il sito www.unimib.it/biunicrowd nella sezione dedicata news.

Webinar di formazione al crowdfunding - Aperto a tutti i proponenti

Tutte le persone interessate potranno partecipare a un webinar di formazione al crowdfunding, a cura di Ginger Crowdfunding, della durata di quattro ore, articolato in due lezioni: il 18 e 21 novembre dalle ore 16:00 alle 18:00 online.

Questi, sinteticamente, gli argomenti che saranno sviluppati durante la formazione:

- progettazione di una campagna di crowdfunding: le condizioni per una campagna efficace, il team, il business plan, budget e tempistiche;
- i contenuti di un progetto di crowdfunding: testi, video, visual e ricompense;
- introduzione alla strategia di promozione di una campagna di crowdfunding.

Il percorso di formazione in fase apertura del bando è un elemento caratterizzante di BiUniCrowd perché fornirà ai partecipanti indicazioni e competenze determinanti per candidare un progetto con le migliori probabilità di successo.

Il materiale formativo sarà registrato e messo a disposizione dei partecipanti.

Webinar di approfondimento

Durante l'apertura del bando saranno proposti ulteriori webinar di approfondimento a tema crowdfunding, fundraising e comunicazione digitale, a cura di Ginger Crowdfunding. Per dettagli su tutte le attività consultare il sito www.unimib.it/biunicrowd nella sezione dedicata news.

5. Supporto ai progettisti selezionati

I team di lavoro che supereranno la fase di selezione beneficeranno di differenti forme di supporto nella preparazione della loro campagna di crowdfunding, in tutte le fasi del lavoro.

Webinar di formazione al crowdfunding - Avanzato

I team di lavoro avranno accesso a un webinar di formazione avanzata al crowdfunding della durata complessiva di 10 ore, a cura di Ginger Crowdfunding.

Questi, sinteticamente, gli argomenti che saranno sviluppati durante la formazione:

- business plan e progettazione di una campagna;
- fundraising;
- copywriting per il crowdfunding;
- le ricompense;
- come produrre un video per il crowdfunding;
- marketing e community engagement;
- comunicazione web.

La partecipazione al corso di formazione è obbligatoria. Il webinar sarà registrato e lasciato a disposizione dei team.

Accompagnamento individuale

Tutti i team di lavoro beneficiano di un supporto consulenziale individuale a cura di un Campaign Manager di Ginger Crowdfunding che li accompagnerà nelle 3 fasi di ogni campagna di crowdfunding:

- *Pre-lancio* - Prima della pubblicazione della campagna, il Campaign Manager avrà contatti preliminari telefonici e via mail con il progettista cui seguiranno alcune **call di consulenza** operative dedicate a sviluppare e migliorare gli elementi progettuali della campagna, le bozze dei contenuti e la strategia di comunicazione. Durante il pre-lancio il Campaign Manager continuerà a seguire in remoto il progettista.
- *Online* - Quando la raccolta fondi sarà attiva, il Campaign Manager ne monitorerà l'andamento e si confronterà periodicamente con il progettista, verificherà l'impatto della strategia di comunicazione e resterà a sua disposizione in remoto per aiutarlo.
- *Post-campagna* - Dopo la conclusione della campagna, il Campaign Manager ricorderà al progettista come ringraziare i sostenitori, mantenerli aggiornati e consegnare le ricompense.

Il percorso di consulenza si svolgerà prevalentemente online, ma per ogni team selezionato **sarà organizzato anche un incontro in presenza** presso i locali dell'Università. Il progettista potrà fare costante affidamento sul proprio campaign manager, anche al di fuori degli incontri di consulenza, contattandolo telefonicamente o via mail, senza limitazioni.

Assistenza tecnica

In aggiunta al supporto tecnico dei campaign manager, sarà attivo anche l'help desk della piattaforma *Ideaginger.it*, raggiungibile telefonicamente e via mail **da lunedì a giovedì, dalle 9:30 alle 16:30 e il venerdì dalle 9:30 alle 16:00**.

Piattaforma dedicata

I proponenti selezionati pubblicheranno le campagne di crowdfunding nell'area partner dedicata a BiUniCrowd all'interno della piattaforma di crowdfunding Ideaginger.it.

Sistema di pagamento e costi della campagna

Con la modalità "Tutto o Niente", è possibile raccogliere fondi con PayPal, Carte di Credito, bonifico bancario e Satispay (quest'ultima modalità si attiva dopo il raggiungimento del 100% dei fondi raccolti).

La piattaforma non trattiene nessuna percentuale sui fondi raccolti. Gli unici costi applicati sono quelli sulle transazioni dovuti ai sistemi di pagamento utilizzati dalla piattaforma: per ogni dettaglio sui costi di transazione del sistema di pagamento si prega di far riferimento alla documentazione aggiornata al link https://www.ideaginger.it/ginger_condizioni-d-uso.html.

I fondi raccolti si intendono al netto delle commissioni dei sistemi di pagamento e saranno resi disponibili solo al raggiungimento dell'obiettivo di raccolta e allo scadere del timing di crowdfunding.

Comunicazione

L'Università degli Studi di Milano-Bicocca e Ginger Crowdfunding utilizzeranno i propri network di comunicazione (sito web, newsletter, comunicati stampa, social etc.) per supportare la promozione delle campagne di crowdfunding dei progetti selezionati.

6. Presentazione della domanda

I progetti sono presentati da più proponenti riuniti in team; il caricamento in piattaforma sarà effettuato da **un singolo soggetto che assumerà il ruolo di referente principale (team leader)**.

Non sono ammesse e non saranno prese in considerazione candidature presentate da un singolo proponente.

Ogni soggetto e relativo team può presentare un solo progetto.

Per partecipare alla selezione sono richiesti:

1. dati del responsabile di progetto;
2. copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità del solo proponente della proposta progettuale (da caricare sotto forma di allegato);
3. curriculum vitae del proponente, max. 3 pagine (da caricare sotto forma di allegato);
4. numero dei componenti del team;
5. dati di ogni componente del team;
6. curriculum vitae di tutti i membri partecipanti al progetto;
7. titolo del progetto;
8. descrizione sintetica del progetto di massimo 2.000 battute;
9. Scheda progetto (reperibile sul sito nella sezione *Partecipa*) compilata in tutti i campi e caricata sul sito (la lunghezza massima di questa scheda non deve superare le cinque pagine, il corpo del carattere deve essere minimo 10 punti);
10. descrizione dettagliata dei costi del progetto;
11. descrizione delle attività di comunicazione e coinvolgimento della comunità che saranno

- realizzate per promuovere la campagna di raccolta fondi;
12. indicazione dei canali di comunicazione che saranno usati per promuovere il progetto;
 13. descrizione di eventuali pregresse esperienze in fundraising e in comunicazione digitale.

Le domande dovranno essere caricate nella sezione *Partecipa* del sito www.unimib.it/biunicrowd. È possibile salvare le domande in bozza prima dell'invio formale della candidatura. La bozza salvata, ma non inviata, non costituisce candidatura formale.

Le domande di partecipazione complete di tutti gli elementi sopra descritti devono essere caricate entro e non oltre le ore 12:00 del **20/12/2024**. Le domande ricevute oltre tale scadenza saranno considerate non ammissibili.

7. Obblighi dei proponenti selezionati

Conto corrente

Tutti i soggetti proponenti di cui al Punto 3, lett. B) dovranno disporre di, o aprire, un conto corrente personale su cui verranno accreditati il finanziamento e l'eventuale cofinanziamento al termine della campagna di crowdfunding, se conclusa con il raggiungimento del 100 per cento dell'obiettivo.

Ginger svolge il ruolo di tesoriere per ogni progetto ospitato tramite un conto corrente e un conto PayPal dedicati. Questo elemento garantisce la possibilità di concludere immediatamente ogni pagamento, senza necessità di procedure di pre-autorizzazione da confermare in un secondo momento.

I soggetti indicati al Punto 3, lett. B), se selezionati, prima di pubblicare le proprie campagne di crowdfunding su *Ideaginger.it* devono diventare soci dell'Associazione Ginger, realtà senza scopo di lucro che gestisce la piattaforma e che svolgerà per loro il ruolo di tesoriere. Gli oneri economici legati alla procedura associativa sono già stati coperti dall'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Esposizione del logo/brand

Per l'intera durata del progetto, i soggetti che si aggiudicheranno il contributo si dovranno impegnare a dare visibilità al logo "Bicocca Università del Crowdfunding/Università degli Studi di Milano-Bicocca" 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.); sono altresì tenuti ad apporre su richiesta del responsabile del procedimento la dicitura "con il contributo di NOME AZIENDA".

Nel caso in cui gli obblighi di esposizione di logo e brand non vengano rispettati, l'Università degli Studi di Milano-Bicocca applicherà una penale fino al 10 per cento del finanziamento totale raccolto.

Rendicontazione

Tutti i soggetti elencati alle lettere A) e B) del punto 2 sono tenuti a rendicontare le spese sostenute per la realizzazione del progetto finanziato. Si precisa che i fondi raccolti col crowdfunding e/o il cofinanziamento non possono essere utilizzati per il pagamento di prestazioni e servizi erogati dai soggetti proponenti il progetto. Le modalità di rendicontazione sono definite nell'Atto di impegno e rendicontazione che sarà sottoscritto dai progettisti a conclusione della campagna di raccolta fondi e disciplinerà tempi, modalità di utilizzo dell'eventuale cofinanziamento aziendale o di Ateneo ed eventuali modalità di collaborazione future con il partner di cofinanziamento.

I suddetti dati saranno trattati con le sole finalità di monitorare l'effettivo utilizzo delle risorse per

le finalità dichiarate e l'impatto economico e sociale dell'iniziativa e saranno gestiti nel rispetto della normativa vigente in tema di privacy.

Termini di realizzazione del progetto

A conclusione della campagna di raccolta, il progetto deve essere realizzato **entro un anno**. Nel caso in cui il progetto non dovesse essere realizzato entro il termine i progettisti si impegnano a restituire all'Ateneo le eventuali somme residuali del cofinanziamento 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.

8. Criteri di valutazione

Le domande presentate verranno selezionate da una Commissione di Valutazione appositamente costituita e nominata con decreto Rettorale. Tale Commissione potrà avvalersi di un comitato tecnico-scientifico composto da esperti interni e/o esterni all'Ateneo.

I Commissari hanno facoltà di valutare tutti i progetti candidati.

La procedura di selezione avverrà in una singola fase e terrà conto dell'analisi della validità della proposta, della sua corrispondenza ai temi proposti dal bando, nonché dell'efficacia del lavoro svolto dai proponenti per trasformarla nei materiali di una campagna di crowdfunding. Tutte le domande ammissibili saranno valutate attribuendo un punteggio compreso tra 0 e 100 sulla base dei seguenti criteri:

CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTEGGIO
<i>Potenzialità progettuale</i>	
Chiarezza degli obiettivi e fattibilità della proposta di valore <i>Utilità o importanza dell'idea che caratterizza e contraddistingue il progetto per gli utenti (clienti) a cui si rivolge – es. quali problemi intende risolvere? A quali bisogni degli utenti/clienti si rivolge? Quali prodotti/servizi offre? Inoltre, valuta la realizzabilità tecnica del progetto e il suo livello di maturità.</i>	20
Scalabilità <i>Capacità del progetto di crescere in dimensioni (ad es. clienti, volume d'affari, attività svolte) con un incremento limitato delle risorse necessarie a sostenere tale crescita.</i>	5
Adeguatezza del budget <i>Questo criterio valuta le fonti dei ricavi e dei costi e la corretta allocazione delle risorse finanziarie tra le attività necessarie per l'esecuzione del progetto.</i>	15
Adeguatezza del team <i>Completezza e trasversalità delle competenze/capacità possedute dai membri del team e necessarie a sostenere sia l'esecuzione del progetto sia la realizzazione della campagna di crowdfunding. Sarà valutata positivamente la presenza di componenti provenienti da altri atenei. La multidisciplinarietà dei team e la provenienza dei componenti da diversi corsi e dipartimenti è considerata un plus.</i>	15
Precedenti esperienze di fundraising, competenze di comunicazione e gestione social media <i>Questo criterio si riferisce alla strategia di comunicazione del progetto/idea e, in modo particolare, alla capacità di sviluppare un'adeguata potenza di fuoco a sostegno della campagna di crowdfunding. Inoltre, valuta la presenza di competenze nella comunicazione digitale e nel fundraising.</i>	10

Potenzialità crowdfunding	
Sostenibilità della campagna di crowdfunding <i>Accessibilità del budget da raccogliere in proporzione al profilo del progettista e alle risorse a disposizione del progettista. Definizione degli aspetti chiave della campagna di raccolta fondi prima della sua partenza.</i>	20
Coinvolgimento della comunità e propensione al fundraising <i>Qualità, creatività ed efficacia in termini di crowdfunding e fundraising delle attività di promozione della campagna.</i>	15

I punteggi corrispondenti ai singoli criteri verranno calcolati moltiplicando il valore massimo attribuibile a ogni criterio per il valore corrispondente ai seguenti giudizi:

Giudizio	Valore
eccellente	1,0
ottimo	0,9
buono	0,8
discreto	0,7
più che sufficiente	0,6
sufficiente	0,5
quasi sufficiente	0,4
scarso	0,3
insufficiente	0,2
gravemente insufficiente	0,1
inesistente	0

Il punteggio complessivo verrà determinato sommando i punteggi attribuiti dalla Commissione in relazione ai singoli criteri.

Durante la fase di valutazione, la Commissione potrà richiedere un **colloquio di approfondimento** con i proponenti dei progetti utilmente classificati, per approfondire eventuali elementi della proposta, al fine di una più corretta e completa valutazione.

Saranno valutati positivamente i progetti che meglio rispondono ai temi proposti dai partner BiUniCrowd.

Entro 30 giorni dalla data di chiusura del bando la Commissione a proprio insindacabile giudizio definirà i vincitori e stilerà la graduatoria sulla base dei punteggi attribuiti. In tale graduatoria saranno altresì indicati i progetti ammessi e non ammessi: è prevista la selezione di **5 progetti**.

Si precisa che il punteggio minimo per rientrare tra i progetti selezionati è 50/100.

Nel caso di progetti collocati in graduatoria nella medesima posizione, verrà utilizzato il criterio cronologico di presentazione della domanda, dando la precedenza alla domanda presentata dal proponente più giovane.

A seguito dell'approvazione della graduatoria, l'Università degli Studi di Milano-Bicocca procederà alla pubblicazione all'Albo. Tale graduatoria ha valore di notifica a tutti gli effetti di Legge. Inoltre ai soli soggetti ammessi verrà data comunicazione via mail all'indirizzo indicato nel form di presentazione.

I soggetti proponenti ammessi dovranno comunicare l'accettazione entro un termine massimo di 10 giorni dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità: l'invio dell'accettazione dovrà avvenire tramite e-mail all'indirizzo biunicrowd@unimib.it.

8. Revoca del provvedimento di selezione

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

- qualora il beneficiario non faccia pervenire l'accettazione dell'agevolazione entro i 10 giorni dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità al contributo;
- qualora si accerti la presenza di documentazione incompleta o irregolare e il soggetto entro i termini di 7 giorni non proceda con integrazione della suddetta documentazione;
- per fatti comunque imputabili al richiedente 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.

9. Responsabilità inerente al rilascio di dichiarazioni

La sottoscrizione delle succitate dichiarazioni, da parte dei legali rappresentanti, non è soggetta ad autenticazione, purché venga allegata copia fotostatica di un documento di riconoscimento in corso di validità del firmatario, ai sensi dell'art. 38 del D.P.R. 445/2000.

10. Trattamento dati personali

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-Bicocca esclusivamente per le finalità istituzionali connesse al presente Bando. Il titolare del trattamento è l'Università degli Studi di Milano-Bicocca - Responsabile del trattamento dei dati Ginger Crowdfunding.

11. Responsabile del procedimento

Il Responsabile del procedimento relativo al bando in oggetto è il Dott. Luigi Di Pace, Capo Settore Public Engagement e Valutazione Terza Missione, Email: luigi.dipace@unimib.it, Tel.: 02 64486028.

LA RETTRICE
GIOVANNA IANNANTUONI
(f.to digitalmente ex art. 24, D.Lgs. 82/05)