



**università
del crowdfunding**

OTTAVA CALL FOR IDEAS 2025 PER PROGETTI DI CROWDFUNDING “BIUNICROWD, BICOCCA UNIVERSITÀ DEL CROWDFUNDING”

Art. 1 Obiettivo

Con l'ottava edizione del bando BiUniCrowd, l'Università degli Studi di Milano-Bicocca offre a tutta la comunità dell'Ateneo l'opportunità di utilizzare il reward-based crowdfunding per finanziare progetti di ricerca e di innovazione.

Per la comunità universitaria, il crowdfunding si è dimostrato uno strumento efficace per accedere a nuove forme di finanziamento, acquisire competenze in progettazione, comunicazione digitale, marketing e fundraising, nonché per creare connessioni con le imprese. Infatti, con le precedenti edizioni del bando, l'Ateneo ha già sostenuto 32 progetti di crowdfunding, raccogliendo oltre 346.000 euro grazie al supporto di più di 3.100 donatori e con un tasso di successo del 100%.

Tramite il bando BiUniCrowd, l'Università degli Studi di Milano-Bicocca investe nel crowdfunding come elemento innovativo e strategico per divulgare la ricerca scientifica e avvicinare la società civile al fine di raggiungere gli obiettivi della Terza e Quarta Missione dell'Ateneo.

Art. 2 Destinatari del bando

Può partecipare a BiUniCrowd chi al momento della presentazione della domanda rientra nelle seguenti categorie:

A) Docenti di ruolo, Ricercatori, Contrattisti 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.

Oppure possono partecipare le Imprese già costituite con i seguenti requisiti:

A) essere micro, piccola o media impresa così come definita dal Regolamento n.651/2014 della Commissione Europea o Enti del Terzo settore (Associazioni di promozione sociale, Organizzazione di Volontariato e Onlus) iscritte al RUNTS;

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 sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese non finanziarie in difficoltà

(GUUE C 249 del 31 luglio 2014) 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. 67 D.Lgs 159/2011;

G) avere tra i propri soci almeno uno dei soggetti indicati nell'art. 3, lettere A e B.

Art. 3 Progetti ammissibili

Il bando BiUniCrowd è dedicato a supportare tramite il crowdfunding progetti di ricerca o di innovazione relativi a **qualsiasi area disciplinare** presente in Ateneo, che abbiano un **obiettivo di raccolta fondi massimo di 10.000 euro**.

Non sono ammessi progetti che abbiano 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.

Art. 4 Il cofinanziamento dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca e dei partner BiUniCrowd

I progetti selezionati che tramite la campagna di crowdfunding riescono a raccogliere il 50% del budget richiesto riceveranno **un cofinanziamento pari al restante 50%, fino a un massimo di 5.000 euro**. L'importo e la modalità del cofinanziamento non cambia anche nel caso in cui un progetto riesca a raccogliere più fondi rispetto all'obiettivo iniziale (overfunding).

I progetti selezionati possono essere cofinanziati direttamente dall'Ateneo oppure da una delle realtà partner di BiUniCrowd, che per l'VIII edizione, al momento della pubblicazione di questo bando, sono:

- Fondazione BCC Milano
- Fondazione di Comunità Milano Città, Sud Ovest, Sud Est, Martesana

Altri partner potranno aderire anche successivamente alla pubblicazione del bando. In tal caso, ne sarà data comunicazione ai partecipanti al percorso formativo.

Sia Fondazione BCC Milano, sia Fondazione di Comunità Milano selezioneranno il miglior progetto capace di generare impatto sul territorio di operatività delle stesse.

Nel caso un progetto susciti l'interesse di più partner, che abbiamo manifestato interesse a partecipare anche successivamente alla pubblicazione di questo bando, potrà essere supportato da ciascuno.

L'Ateneo si riserva la facoltà di cofinanziare uno tra i progetti presentati non selezionato dalle imprese partner se ritenuto meritevole in base ai criteri del bando o di finanziare tutti i progetti selezionati in caso di mancata adesione dei partner all'Avviso di Sponsorizzazione.

I partner BiUniCrowd hanno un diritto di prelazione in caso di sviluppo industriale del progetto cofinanziato, se di interesse, da manifestare dopo la conclusione della campagna di crowdfunding. Tale diritto sarà disciplinato da appositi accordi.

Art. 5 Evento di presentazione

Il bando è presentato durante un evento online e aperto a tutti che si terrà il **3 dicembre dalle 17:00 alle 18:00**. L'evento sarà l'occasione per approfondire le opportunità del crowdfunding per la ricerca scientifica, come ottenere il cofinanziamento dell'Università e dei Partner e come iscriversi al bando.

Per partecipare all'evento è necessario registrarsi tramite questo link: <https://forms.gle/DVYhqa6etCNL7DrJ7>

Art. 6 Candidatura alla formazione

Per partecipare al bando BiUniCrowd il primo passo è candidarsi al corso di formazione al crowdfunding a cura di Ginger Crowdfunding, partner dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca.

Il corso si caratterizza per una didattica operativa ed è volto a fornire le competenze pratiche per sviluppare una campagna di raccolta fondi applicata a un progetto di ricerca e/o innovazione, prepararne i contenuti e idearne la strategia di comunicazione e promozione.

Il corso ha una durata complessiva di **6 ore** ed è organizzato in 3 incontri in modalità webinar che si terranno il:

- **13 gennaio dalle 14:00 alle 16:00** - *Come progettare una campagna di reward based crowdfunding;*
- **20 gennaio dalle 14:00 alle 16:00** - *Creare i contenuti di una campagna: testi, video e ricompense;*
- **27 gennaio dalle 14:00 alle 16:00** - *La strategia di comunicazione per promuovere la raccolta fondi;*
- Un ulteriore incontro dedicato al **confronto con i partner di cofinanziamento** sarà calendarizzato successivamente e comunicato in maniera tempestiva ai partecipanti.

Partecipare alla **formazione è obbligatorio** per presentare un progetto, è necessario che almeno un membro di un team di ricerca segua l'intero percorso ed è consigliato che il maggior numero di componenti del team frequenti il maggior numero di ore di formazione messe a disposizione. Coloro che parteciperanno a tutti gli incontri formativi avranno diritto a una **certificazione digitale** (Open Badge).

La formazione è riservata a **massimo 20 team di ricerca**, a esaurimento in ordine cronologico di iscrizione. In caso di richieste numerose, lo staff di BiUniCrowd si riserva la facoltà di gestire con elasticità le richieste di accesso alla formazione.

È possibile richiedere l'iscrizione al corso di formazione entro il **15 dicembre alle 12:00** tramite il seguente link: <https://forms.gle/B7HdJLxYtSNpz4JT7>.

La richiesta sarà confermata via mail entro il **18 dicembre**.

Nel modulo di iscrizione alla formazione è necessario descrivere un'idea preliminare del proprio progetto di crowdfunding, che potrà in ogni caso essere modificata in seguito.

Art. 7 Presentazione delle campagne di crowdfunding

Dopo aver partecipato alla formazione i team hanno l'opportunità di presentare un proprio progetto di crowdfunding. La procedura sarà effettuata dalla persona **che assumerà il ruolo di referente principale del team di ricerca (team leader)**.

Non sono ammesse campagne presentate da un singolo proponente e ogni team può presentare una sola campagna.

Per partecipare alla selezione sono richiesti:

1. dati del responsabile del team di progetto (team leader);
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, relativi dati e curriculum vitae;
5. titolo del progetto;
6. descrizione breve del progetto di massimo 1.000 battute;
7. Scheda di presentazione del progetto:
 - a. Anteprima della campagna di crowdfunding: titolo, testo dettagliato della campagna di crowdfunding, obiettivo economico, ricompense.
 - b. Presentazione della squadra: contributo progettuale e descrizione di eventuali esperienze di fundraising e di comunicazione.
 - c. Strategia di comunicazione: script del video, canali di comunicazione, piano editoriale delle prime due settimane.

(La lunghezza massima di questa scheda non deve superare le cinque pagine, il corpo del carattere deve essere minimo 10 punti).

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. La bozza salvata, ma non inviata, non costituisce presentazione formale.

Le domande complete di tutti gli elementi sopra descritti devono essere caricate entro le ore 12:00 del 27 febbraio. Le domande ricevute oltre tale scadenza saranno considerate non ammissibili.

Art. 8 Selezione dei cinque migliori progetti

I **cinque migliori** progetti verranno selezionati da una Commissione di Valutazione appositamente costituita e nominata con decreto Rettorale, che potrà avvalersi di un comitato tecnico-scientifico composto da esperti interni e/o esterni all'Ateneo.

I progetti saranno valutati in base all'analisi della validità della proposta della qualità dei contenuti e della strategia di comunicazione presentati in ottica di 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
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
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>	20
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
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 capaci di rispondere anche alle eventuali prerogative dei partner BiUniCrowd

Entro il **20 marzo 2026** saranno comunicati gli esiti della selezione e sarà stilata la graduatoria. In tale graduatoria saranno altresì indicati i progetti ammessi e non ammessi.

Il punteggio minimo per rientrare tra i progetti selezionati è 60/100 e nel caso di progetti a pari punteggio verrà utilizzato il criterio cronologico di presentazione della domanda, dando la precedenza alla domanda presentata dal proponente più giovane.

Dopo l'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. Ai team selezionati l'esito positivo sarà comunicato via mail all'indirizzo indicato nel form di presentazione.

I soggetti proponenti ammessi dovranno comunicare l'accettazione entro un termine massimo di 3 giorni dall'avvenuta comunicazione di ammissibilità: l'invio dell'accettazione dovrà avvenire tramite e-mail all'indirizzo biunicrowd@unimib.it.

Art. 9 Accompagnamento al lancio delle campagne di crowdfunding

Ognuno dei 5 team di ricerca selezionati avrà l'opportunità di beneficiare di un percorso di accompagnamento intensivo a cura di un campaign manager di Ginger Crowdfunding con un alto livello di seniority.

Durante la fase di preparazione delle campagne e per tutta la durata della fase di raccolta fondi i team saranno costantemente affiancati tramite incontri di consulenza online, supporto in remoto e approfondimenti formativi mirati.

Art. 10 Lancio delle campagne di crowdfunding

A partire dalla seconda metà di aprile 2026 saranno lanciate le campagne di crowdfunding sulla base di un calendario che sarà definito nel corso dei lavori.

I progetti selezionati saranno pubblicati nell'area partner dedicata a BiUniCrowd all'interno della piattaforma di crowdfunding Ideaginger.it raggiungibile al link www.unimib.it/biunicrowd

Art. 11 Modalità raccolta fondi

Le campagne di crowdfunding saranno pubblicate con la formula **Tutto o niente**, che prevede l'effettivo trasferimento dei fondi raccolti al progettista, solamente in caso di raggiungimento o superamento dell'obiettivo iniziale della campagna.

La durata delle campagne di crowdfunding è concordata tra il team e il rispettivo campaign manager all'interno di un range compreso tra 45 e 60 giorni.

Art. 12 Sportello informativo online

In ogni fase del percorso chiunque sia interessato ad approfondire le opportunità di BiUniCrowd e del reward based crowdfunding, potrà prenotare una call preliminare con lo sportello informativo online curato da Ginger Crowdfunding.

L'incontro ha una durata indicativa di 30 minuti e può essere prenotato tramite:

- compilazione del [form online](#);
- mail a info@gingercrowdfunding.it;
- chiamata al numero 051 19501024.

Art. 13 Funzionamento piattaforma Ideaginger.it

Per utilizzare la piattaforma Ideaginger.it i proponenti accettano le condizioni d'uso. La piattaforma non trattiene alcuna percentuale sui fondi raccolti. I sistemi di pagamento elettronici, PayPal, Payway (carta di credito) e Satispay (disponibile a partire dal raggiungimento del 100% dell'obiettivo) applicano delle commissioni sulle transazioni. Le transazioni tramite bonifico bancario non subiscono trattenute. I costi potranno variare a causa di decisioni unilaterali dei sistemi di pagamento, eventuali modifiche verranno segnalate.

Tutti i dettagli sono disponibili su Ideaginger.it alla pagina: 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 in caso di raggiungimento dell'obiettivo di raccolta e dopo il termine delle campagne di crowdfunding.

Assistenza tecnica

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

Art. 14 Supporto comunicativo

L'Università degli Studi di Milano-Bicocca supporterà i team selezionati nella realizzazione di uno shooting fotografico per le loro campagne di crowdfunding e darà visibilità ai progetti di raccolta fondi tramite i propri canali di comunicazione.

Per aiutare i team selezionati a promuovere le campagne di crowdfunding sia l'Università degli Studi di Milano-Bicocca che Ginger Crowdfunding utilizzeranno i propri canali di comunicazione tra cui sito web, newsletter, ufficio stampa e social.

Art. 15 Obblighi dei proponenti selezionati

Conto corrente

Tutti i soggetti proponenti di cui all'art. 2 lett. B) (non strutturati) dovranno disporre di, o aprire, un conto corrente personale su cui verranno accreditati i fondi raccolti con il crowdfunding e il cofinanziamento al termine della campagna di crowdfunding, se conclusa con il raggiungimento di almeno il 100 per cento dell'obiettivo di raccolta fondi.

Mandato per la raccolta di contributi a Ginger Crowdfunding

I soggetti indicati all'art. 2, lett. B) (non strutturati), se selezionati, prima di pubblicare le proprie campagne di crowdfunding su *Ideaginger.it* devono sottoscrivere con Ginger Crowdfunding il mandato per la raccolta di contributi tramite la piattaforma.

Per ogni progetto ospitato in piattaforma nell'ambito di BiUniCrowd, gli oneri economici legati a tale procedura sono 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 PARTNER”.

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) dell'art. 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.

Art. 16 Scheda di sintesi BiUniCrowd

- Il bando BiUniCrowd seleziona **cinque** progetti di ricerca e/o di innovazione potenzialmente più adatti al crowdfunding.
- Il bando apre il 10 di novembre 2025 a tutta la comunità dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca come indicato all'Art. 2 del regolamento.
- Il 3 dicembre 2025, dalle 17:00 alle 18:00 si terrà l'evento online di presentazione del bando a cui è possibile iscriversi tramite questo link:
<https://forms.gle/DVYhqa6etCNL7DrJ7>
- Entro il 15 dicembre è possibile candidarsi da questo link
<https://forms.gle/B7HdJLxYtSNpz4JT7> al percorso di formazione al crowdfunding BiUniCrowd curato dal team di Ginger Crowdfunding, per acquisire le competenze e gli strumenti utili a sviluppare un'efficace campagna di raccolta fondi online. Il corso si terrà il 13, 20 e 27 gennaio dalle 14:00 alle 16:00, in modalità webinar; è riservato a 20 team di ricerca.

- Terminata la formazione, i partecipanti avranno l'opportunità di presentare una campagna di crowdfunding con un obiettivo massimo di raccolta fondi di 10.000 euro entro il 27 febbraio 2026.
- I 5 team di lavoro selezionati saranno accompagnati al lancio delle campagne di crowdfunding tramite un percorso di consulenza e formazione avanzato.
- Le cinque campagne di crowdfunding selezionate saranno pubblicate sulla piattaforma *Ideaginger.it* a partire indicativamente dalla seconda metà di aprile 2026.
- Quando una campagna di crowdfunding avrà raccolto il 50% dei fondi richiesti, l'Università degli Studi di Milano-Bicocca o uno dei partner BiUniCrowd coprirà il restante 50% con un contributo massimo di 5.000 euro per ogni progetto.

Art. 17 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 3 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.

Art. 18 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.

Art. 19 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.

Art. 20 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.

IL RETTORE
MARCO EMILIO ORLANDI
(f.to digitalmente ex art. 24, D.Lgs. 82/05)