

PROMOTORI

PARTNER TECNICO



BANDO 2025

**CULTURA E SPORT PER IL SOCIALE**

## BANDO

### 1) L'impegno della Fondazione Caritro e di Sparkasse per il sociale

La **Fondazione Caritro** riconosce il volontariato sociale come una parte rilevante del terzo settore che, accanto al mondo delle istituzioni pubbliche e delle attività private, ripropone la società civile come elemento fondamentale per lo sviluppo della comunità. In particolare, interviene al fine di favorire la coesione sociale e sostenere la tutela delle categorie sociali deboli.

Il **Gruppo Sparkasse** vuole essere promotore di un modello di sviluppo del territorio e delle comunità locali che favorisca un benessere equo e sostenibile. Per questo, Sparkasse si impegna a sostenere lo sviluppo della comunità attraverso programmi sociali incentrati sulla sostenibilità, sull'educazione e sulla cultura finanziaria.

Con l'intento di trasferire al settore non profit competenze trasversali nell'ambito del fundraising e della comunicazione e rendere le attività più sostenibili nel tempo, in questo bando Sparkasse offre gli strumenti, formativi e digitali, per l'attivazione di campagne di crowdfunding (raccolta fondi online tramite donazioni dalla collettività).

### 2) Obiettivi del bando e progettualità ricercate

Il bando intende sostenere progetti presentati da **reti di realtà** che individuano e rispondono ai bisogni sociali delle comunità e dei territori e che perseguono i seguenti obiettivi:

- favorire l'**inclusione sociale** di persone che vivono in condizioni di fragilità attraverso la **pratica sportiva o culturale/artistica**
- promuovere l'inclusione sociale mediante **azioni di sensibilizzazione** nei confronti della comunità
- stimolare la capacità dei progetti di attivare **campagne di raccolta fondi** e di rendere più sostenibile lo **sviluppo delle progettualità** diversificando le fonti di finanziamento.

Inoltre, il bando vuole contribuire agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, e in particolare agli obiettivi: *3 Salute e Benessere*, *10 Ridurre le disuguaglianze* e *17 Partnership per gli obiettivi*.

### 3) Destinatari del bando

Il bando è destinato a **reti composte da almeno 2 realtà**, di cui:

- almeno una **realtà impegnata in ambito sociale** con esperienza nel campo delle fragilità sociali oggetto dell'iniziativa costituita in forma di *associazione, fondazione, cooperativa sociale* o con qualifica di *impresa sociale*.
- almeno una **realtà impegnata in ambito culturale/artistico o sportivo** costituita in forma di *associazione, fondazione, comitato, cooperativa sociale* o con qualifica di *impresa sociale*.

La **realtà capofila** dovrà avere **sede** legale o operativa nella Provincia autonoma di Trento e le caratteristiche indicate al punto 10).

Per la verifica dell'impegno delle realtà nei rispettivi ambiti verranno considerate le finalità statutarie e l'esperienza pregressa.

### 4) Risorse a disposizione

#### Fondazione Caritro

Il budget complessivo messo a disposizione dalla Fondazione è di **150.000 euro**. Il contributo richiesto alla Fondazione non può superare il **70% del costo complessivo** previsto per la realizzazione del progetto e non può comunque essere superiore a **15.000 euro** per ciascun progetto.

#### Sparkasse

Il budget complessivo messo a disposizione da Sparkasse è di **30.000 euro** e andrà a cofinanziare fino a un massimo del **30% dell'importo delle campagne di crowdfunding** dei progetti sostenuti dalla Fondazione e per un importo non superiore ai 3.000 euro. Le modalità sono dettagliate al punto 13).

Inoltre, Sparkasse **sostiene le attività formative sul crowdfunding ed offre il supporto tramite un/una campaign manager** a cura del partner tecnico Ginger Crowdfunding.

### 5) Partner tecnico

Il partner tecnico del bando è **Ginger Crowdfunding**, che gestisce la piattaforma di *reward crowdfunding* **Ideaging.it.**, la piattaforma con il più alto tasso di successo in Italia, pari al 96%.

Inoltre, Ginger organizza percorsi di formazione e di consulenza per ottimizzare le esperienze di raccolta fondi digitale. Negli anni ha raccolto oltre 17 milioni di euro.

## 6) Fasi del bando

FASI	DETTAGLIO	TEMPISTICHE
FASE 1	<b>Pubblicazione del bando</b> <b>Evento di presentazione del bando</b> presso la sede di Fondazione Caritro in Via Calepina 1 a Trento (è gradita l'iscrizione al <a href="#">link</a> )	31 marzo 2025
		16 aprile 2025 ore 18:30
FASE 2	<b>Iscrizione al percorso:</b> iscrizioni alla formazione da parte delle realtà capofila e dei partner tramite il modulo ( <a href="#">link</a> )	entro 29 aprile 2025 ore 17.00
FASE 3	<b>Formazione sul crowdfunding:</b> partecipazione alla formazione articolata in 3 sessioni per un totale di 6 ore, curata da Ginger Crowdfunding, in cui approfondire contenuti e strategie per attivare una campagna di crowdfunding	6 maggio, 8 maggio 12 maggio 2025 dalle 17 alle 19
FASE 4	<b>Candidatura dei progetti:</b> presentazione delle candidature, valutazione, comunicazione degli esiti L' <b>iscrizione al percorso</b> e la <b>partecipazione alla formazione</b> sono fasi <b>obbligatorie</b> per presentare un progetto	entro 1 luglio 2025 ore 17.00
		esiti valutazioni inizio agosto 2025
FASE 5	<b>Campagne di crowdfunding:</b> pubblicazione delle campagne di crowdfunding e cofinanziamento di Sparkasse	dal 22 settembre 2025 al 22 gennaio 2026

## 7) FASE 1 – Pubblicazione del bando ed evento di presentazione del bando

A seguito della pubblicazione del bando si terrà un evento di presentazione in **data 16 aprile 2025 ore 18.30** presso la sede di **Fondazione Caritro in Via Calepina 1 a Trento**. Durante l'evento sarà previsto anche un momento dedicato a rispondere alle domande relative al bando, alla modalità di partecipazione, alla tipologia di progetti ricercati e ai contributi offerti. È gradita l'iscrizione al [link](#).

## 8) FASE 2 - Iscrizione al percorso

Le realtà destinatarie indicate al punto 3) che intendono partecipare al bando si iscrivono al percorso sul seguente *form di iscrizione* ([link](#)) entro il **29 aprile 2025 alle ore 17.00**.

Le informazioni inserite nel *form di iscrizione* non saranno oggetto di valutazione ma si configurano come elementi informativi utili per la fase 3.

## 9) FASE 3 - Formazione per il crowdfunding

Il bando offre l'opportunità di partecipare ad un percorso di formazione sul *reward crowdfunding*, a cura di **Ginger Crowdfunding**, durante il quale i e le partecipanti riceveranno le conoscenze necessarie per gestire una campagna di crowdfunding efficace.

La formazione riguarderà i seguenti temi:

- come progettare una campagna di *crowdfunding*, definirne il *business plan*, definire l'obiettivo e il budget da raccogliere, individuare una squadra di lavoro e i segmenti dei potenziali sostenitori;
- come raccontare una campagna di *crowdfunding* con testi, visual e video e come premiare i sostenitori con le ricompense;
- promuovere la campagna di raccolta fondi: come ideare il piano editoriale, coinvolgere i sostenitori e utilizzare i canali di comunicazione.

Al momento dell'iscrizione al percorso i progetti potranno essere ancora in una fase di progettazione e non sarà necessario avere la definizione delle specifiche attività da realizzare e da co-finanziare con la campagna. È tuttavia utile fornire alcune informazioni sulle idee di progetto alle quali le reti stanno lavorando per rendere la formazione più efficace e permettere ai e alle docenti di organizzare al meglio i contenuti. In particolare, la prima parte del corso sarà utile per definire le potenzialità e la fattibilità dello strumento caso per caso.

Il corso durerà **6 ore**, suddivise in **3 incontri** da **2 ore ciascuno**, e si svolgerà interamente in modalità **online**.

Per accedere alle fasi successive del bando, la **partecipazione all'attività formativa è obbligatoria per almeno un referente dell'ente capofila e almeno un referente di una delle realtà partner.**

Per una campagna più efficace, è consigliata la partecipazione da parte di una squadra operativa.

La formazione è gratuita ed è offerta da Sparkasse.

Date incontri formativi online
06 maggio 2025 dalle 17:00 alle 19:00
08 maggio 2025 dalle 17:00 alle 19:00
12 maggio 2025 dalle 17:00 alle 19:00

## 10) FASE 4 – Candidatura dei progetti

Il progetto deve essere presentato attraverso la piattaforma Richieste Online (ROL) accessibile alla pagina [www.fondazionecharitro.it](http://www.fondazionecharitro.it), entro e non oltre il **1 luglio 2025, ore 17.00.**

### Requisiti di ammissibilità dei progetti

I progetti presentati dovranno rispettare i seguenti requisiti:

1. presentati da una **rete di realtà** descritta al punto 3) e composta da almeno **due realtà iscritte al percorso** e che hanno partecipato alla formazione
2. **capofila** con sede legale o operativa in Provincia Autonoma di Trento
3. **avvio** dopo la data di presentazione del progetto ed **entro il 2025**
4. durata massima **12 mesi**
5. **realizzazione** in Provincia Autonoma di Trento
6. ogni realtà **capofila** può presentare un solo progetto, ma può essere partner in più progetti.

Sono ammissibili le spese per le seguenti voci.

- **Logistica, materiali e beni di consumo, attrezzature:** noleggio spazi e sale, noleggio o acquisto di attrezzature necessarie, acquisto di beni di consumo necessari, spese di trasporto
- **Risorse umane:** compensi e rimborsi spese per risorse interne alla realtà capofila ed alle realtà partner
- **Collaborazioni esterne:** compensi e rimborsi spese per risorse esterne alla realtà capofila ed alle realtà partner
- **Rimborsi spese per volontari/e:** rimborsi spese di trasferta e vitto per volontari/e della realtà capofila e delle realtà partner fino ad un massimo di 700 euro
- **Comunicazione:** spese di comunicazione e divulgazione, pubblicità (quotidiani, periodici, radio, mailing, sito, social network, etc.), tasse manifestazioni pubbliche/affissioni

Non sono ammissibili spese per:

- gestione della sede (affitto, utenze, ecc.)
- gadget promozionali
- pubblicazioni editoriali
- valorizzazione dell'attività di volontariato

## 11) Modalità di valutazione e selezione

La **Commissione congiunta dei promotori del bando** valuta i progetti presentati, anche con l'apporto di esperti esterni, a proprio insindacabile giudizio. L'intento è di operare una selezione accurata dei progetti più meritevoli, sostenendo quelli ammessi con contributi ritenuti congrui per la realizzazione dei programmi previsti.

I progetti presentati vengono valutati con riferimento ai seguenti criteri:

CRITERI DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO	PUNTEGGIO
1. Capacità del progetto di favorire l' <b>inclusione sociale</b> di persone che vivono condizioni di fragilità, attraverso pratiche <b>culturali</b> e/o <b>sportive</b>	fino a 15 punti
2. Capacità del progetto di promuovere l' <b>inclusione sociale</b> mediante <b>azioni di sensibilizzazione</b> nei confronti della <b>comunità</b>	fino a 15 punti
3. Analisi di specifici <b>bisogni di inclusione sociale</b> del territorio	fino a 10 punti
4. Coerenza del <b>partenariato</b> e apporto effettivo delle <b>realità partner</b> nella progettazione e realizzazione del progetto	fino a 10 punti
5. Coerenza delle <b>spese</b> e del <b>contributo richiesto</b> rispetto alle attività previste	fino a 10 punti
<b>PUNTEGGIO TOTALE</b>	<b>fino a 60 punti</b>

CRITERI DI VALUTAZIONE DELLA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING	PUNTEGGIO
1. <b>Strategia</b> della campagna di <b>crowdfunding</b> , coerenza progettuale e accessibilità all'obiettivo economico in relazione all'esperienza della rete candidata	fino a 15 punti
2. <b>Contenuti</b> della campagna: qualità e completezza dei testi, dei visual, delle ricompense e dell'idea di video	fino a 10 punti
2. Efficacia del <b>piano di comunicazione</b> : canali a disposizione, piano editoriale, azioni di community engagement	fino a 10 punti
4. Potenziale <b>valore aggiunto offerto dalla campagna</b> in relazione alle azioni di sviluppo del progetto	fino a 5 punti
<b>PUNTEGGIO TOTALE</b>	<b>fino a 40 punti</b>

L'**esito della valutazione** sarà visibile online sul sito della Fondazione a **inizio agosto 2025** e verrà comunicato dalla Fondazione tramite lettera nella piattaforma ROL dalla conclusione della procedura di valutazione. Per i progetti selezionati la Fondazione comunica l'ammontare del contributo riferito alle spese indicate nella scheda delle spese previste.

La Fondazione si riserva la facoltà di chiedere ulteriore documentazione integrativa qualora ritenuto necessario. Dell'esito della rendicontazione si terrà conto per le valutazioni di eventuali successive richieste di contributo.

Nell'ambito del percorso di **monitoraggio** Fondazione congiuntamente con Gruppo Sparkasse si riserva di chiedere documentazione sullo stato di avanzamento dei progetti o procedere a incontri volti a monitorare lo stato di avanzamento delle attività e del loro esito, e ad approfondire la conoscenza delle attività e gli enti, nell'ottica di migliorare i propri interventi.

## 12) Fase 5 - Le campagne di Crowdfunding

Le campagne di *crowdfunding* dei progetti selezionati saranno pubblicate sulla piattaforma **Ideaginger.it** con il supporto di Ginger. Ogni organizzazione sarà affiancata da un/una *campaign manager* dedicato/a che tramite un incontro di consulenza e un costante supporto in remoto accompagnerà i/le progettisti/e in ogni fase del lavoro, dal lancio della raccolta fondi, fino alla sua conclusione.

I progetti sostenuti attiveranno le loro campagne di *crowdfunding* dal **22 settembre 2025** fino al **22 gennaio 2026**.

Le campagne di crowdfunding saranno pubblicate con la modalità **Tutto o niente**, che prevede l'effettivo trasferimento dei fondi raccolti solamente in caso di raggiungimento o superamento dell'obiettivo iniziale della campagna e saranno pubblicate all'interno dell'area dedicata ai progetti supportati da Sparkasse ([www.sparkasse.ideaginger.it](http://www.sparkasse.ideaginger.it)). La **durata massima** di ciascuna **campagna** sarà di **60 giorni**.

Si sottolinea che le risorse raccolte nella campagna di *crowdfunding* potranno essere finalizzate a coprire una **quota di autofinanziamento** richiesto dal bando e/o per sostenere **eventuali evoluzioni del progetto**. Nel caso in cui la campagna di crowdfunding superi l'obiettivo economico stabilito il contributo di Fondazione Caritro resta invariato.

### Il contributo offerto da Sparkasse

Le realtà che avvieranno le campagne di crowdfunding potranno beneficiare dei seguenti contributi messi a disposizione da Sparkasse:

- il **co-finanziamento fino al 30%** dell'obiettivo della raccolta fondi al raggiungimento del **70%** della raccolta
- il contributo di **350 euro** che copre il costo della piattaforma *Ideaginger.it* ed il supporto tecnico del/lla *campaign manager* a cura di Ginger Crowdfunding

In ogni caso, il **contributo complessivo di Sparkasse** non supererà l'importo di **3.000 euro** per ciascuna campagna. Nel caso in cui un progetto superi il 100% del suo obiettivo tramite *crowdfunding* (c.d. *overfunding*), il contributo di Sparkasse resta invariato. L'assegnazione del contributo è vincolata all'esaurimento del plafond e terrà conto dell'esito della valutazione (di cui al punto 11).

Il contributo di Sparkasse verrà erogato obbligatoriamente su un conto corrente Sparkasse dell'ente capofila o di un partner della rete. In caso di apertura di un conto "Non Profit" non è previsto il canone di tenuta conto.

### Funzionamento di Ideaginger.it

L'utilizzo della piattaforma *Ideaginger.it* è riservato ai soci dell'Associazione Ginger. Per diventare soci è necessario sottoscrivere un apposito modulo e versare una quota associativa di 350 euro (che verrà poi rimborsata da Sparkasse come sopra indicato).

## 13) Guida generale

Le finalità degli interventi della Fondazione tramite i bandi, le modalità tecniche di **presentazione dei progetti**, la **documentazione conclusiva** richiesta per la **liquidazione** del contributo, le modalità di **valorizzazione** delle attività e dei risultati sono descritte dettagliatamente nella guida generale per la presentazione dei progetti pubblicata sul sito [www.fondazionecaritro.it](http://www.fondazionecaritro.it) sezione modulistica.

## 14) Informazioni e supporto

Lo staff della Fondazione Caritro, di Sparkasse e di Ginger sono a disposizione per fornire informazioni e chiarimenti.

Fondazione Caritro	mail: <a href="mailto:info@fondazionecaritro.it">info@fondazionecaritro.it</a> telefono: <b>0461-232050</b> orari di apertura: dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 17.00
Sparkasse	Servizio ESG & Sustainability mail: <a href="mailto:esg@sparkasse.it">esg@sparkasse.it</a>
Ginger Crowdfunding	mail: <a href="mailto:ginger@ideaginger.it">ginger@ideaginger.it</a> telefono: <b>391 7064691</b> orari apertura: dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 13 e dalle 14 alle 16.30

È prevista la possibilità di accedere all'**Ufficio SVOLTA - sportello di supporto per la progettazione** creato da Fondazione Caritro, CSV del Trentino ETS e Fondazione Trentina per il Volontariato Sociale ([www.ufficiosvolta.it](http://www.ufficiosvolta.it)) per ricevere informazioni sul bando e supporto nella progettazione

Le risposte alle domande più frequenti, insieme a eventuali precisazioni, saranno pubblicate nella sezione dedicata al bando sul sito [www.fondazionecaritro.it](http://www.fondazionecaritro.it), all'interno dell'**area FAQ** (Frequently Asked Questions). I contenuti pubblicati in questa sezione sono da considerarsi parte integrante della normativa del bando.

**Iscrizione al percorso**  
da presentare sul form online ([link](#)) entro il 29 aprile 2025

<b>Ragione sociale</b>
Forma giuridica
Indirizzo
E-mail
<b>Referente</b>
Nome e cognome
Carica
Telefono
E-mail
Ambito di attività

<b>Sintesi del progetto.</b> Avete già in mente un progetto da proporre? Se sì, presentatelo brevemente
<b>Budget</b> Selezionate la fascia ipotetica di costo del progetto.
<b>Rete</b> Indicate il partner o i partner con cui vorreste realizzare le attività. Specificate anche se la vostra organizzazione avrà un ruolo di capofila della rete.
<b>Esperienza di raccolta fondi</b> Raccontate sinteticamente la vostra esperienza nella raccolta fondi: quali modalità attivate e qual è l'ammontare di contributi raccolti annualmente per ciascuna modalità. Indicate anche se non avete esperienza, o molto poca, sarà utile per indirizzare correttamente la formazione.
<b>Conoscenza del crowdfunding</b> Come ente, come valutereste la vostra conoscenza del crowdfunding? Nulla, limitata, intermedia, avanzata. Inserire eventuale commento.
<b>Esperienza con il crowdfunding</b> Come ente, avete mai lanciato una campagna di crowdfunding? Se la campagna che avete attivato è ancora disponibile, indica il link.
<b>Comunicazione</b> Quali canali di comunicazione utilizzate abitualmente (social, newsletter, materiale cartaceo, giornali, radio, etc.).

**FORMAZIONE**

Partecipante 1 – realtà capofila (nome cognome, ruolo, indirizzo email)
Partecipante 2 – realtà capofila (nome cognome, ruolo, indirizzo email)
Eventuali altri partecipanti

**ACCREDITAMENTO DELLA REALTÀ CAPOFILA**  
su piattaforma ROL

**ANAGRAFICA**

<b>Denominazione sociale</b>
Codice fiscale /partita I.V.A.
Indirizzo
Telefono
Social Network
E-mail
Sito web
Forma giuridica
Data di costituzione
Riconoscimento giuridico
ONLUS

**LEGALE RAPPRESENTANTE**

Nome e cognome
Data di nascita
Codice fiscale
Carica
Documento d'identità
Telefono
E-mail

**DATI DI BILANCIO**

Entrate totali ultimo esercizio
Uscite totali ultimo esercizio

**COORDINATE BANCARIE**

Banca di appoggio
Agenzia
Intestatario del c/c
IBAN

**ALLEGATI**

Atto costitutivo
Statuto
Elenco cariche sociali
Documento di identità del legale rappresentante
Ultimo bilancio consuntivo approvato



## PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

da presentare su piattaforma ROL entro il 1° luglio 2025

### PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

#### TITOLO

[Redacted area for Title]

**SINTESI DEL PROGETTO** Breve descrizione dei contenuti e prospettive del progetto (*Chi, cosa, dove, perché, come*) (fino a 500 caratteri)

[Redacted area for Synthesis]

#### CONTESTO DEL PROGETTO E ANALISI DEL BISOGNO

Contesto in cui si vuole sviluppare il progetto, bisogni sociali e fragilità individuati a cui si intende rispondere, valore aggiunto del progetto rispetto ad altre proposte del contesto di riferimento (fino a 1.500 caratteri)

[Redacted area for Context and Analysis]

#### REALTÀ CAPOFILA

Presentazione della realtà capofila, settore di attività ed esperienza, caratteristiche della base sociale e della governance. Eventuali link che rimandano alla storia dell'ente. (fino a 1.000 caratteri).

[Redacted area for Reality Capofila]

**OBIETTIVI DEL PROGETTO** *Elenco per punti*

[Redacted area for Objectives]

**TERRITORIO COINVOLTO** (*selezionare Comunità di Valle e specificare i luoghi*)

[Redacted area for Territory Involved]

### STRUTTURA DEL PROGETTO

#### AZIONI PREVISTE

Descrizione delle azioni di progetto, specificando attività previste, periodo, luoghi, risorse coinvolte etc. (eventuali allegati di approfondimento)

[Redacted area for Actions]

#### RETE

Descrizione e storia della rete, funzionamento e ruoli nel progetto (fino a 1.000 caratteri)

[Redacted area for Networks]

#### RISULTATI ATTESI

Risultati attesi per i soggetti coinvolti e la comunità, e indicatori quantitativi e/o qualitativi individuati per la valutazione del raggiungimento degli obiettivi (*elenco per punti*)

[Redacted area for Expected Results]

### TEMPISTICHE

Data di avvio

Data di conclusione

[Redacted start date]	[Redacted end date]
-----------------------	---------------------

## RESPONSABILE DEL PROGETTO

Nome e cognome	
Telefono	
E-mail	
Sintesi profilo professionale	

## DESTINATARI

Numero dei destinatari previsti

Tipologia di destinatari individuata e motivazioni della scelta (*fino a 1.000 caratteri*)

## DESCRIZIONE DELLA RETE DEI PARTNER

Elencare le realtà coinvolte nel progetto indicando sinteticamente il ruolo operativo ricoperto

REALTÀ PARTNER	ALLEGATO
1)	<i>Lettera d'intenti</i>
2)	<i>Lettera d'intenti</i>

## CAMPAGNA DI CROWDFUNDING

### TITOLO DELLA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING

**DESCRIZIONE SINTETICA DEL PROGETTO** Descrivi l'obiettivo della campagna di crowdfunding e perché reputi il reward based crowdfunding uno strumento efficace per finanziare il progetto. (*fino a 1.500 caratteri*)

**SQUADRA DI LAVORO** Presenta sinteticamente le persone che collaboreranno nella gestione e promozione della campagna di crowdfunding indicando il contributo operativo che ciascuna porterà alle attività di progettazione della campagna, comunicazione, pubbliche relazioni e fundraising.

**ESPERIENZA DI RACCOLTA FONDI** La vostra rete, le organizzazioni che la compongono o le persone che compongono la vostra squadra di lavoro, hanno già esperienze di raccolta fondi? Se sì indica le principali. (*fino a 2.000 caratteri*)

**OBIETTIVO ECONOMICO DELLA CAMPAGNA** Indica l'obiettivo economico della campagna di crowdfunding. (in caso di esito positivo della selezione Sparkasse cofinanzierà fino al 30% dell'obiettivo, fino a un massimo di 3.000 euro.)

**DATA INDICATIVA DI LANCIO DELLA CAMPAGNA E DURATA** Indica quando vorresti avviare la raccolta fondi, dal 22 settembre 2025 al 22 gennaio 2026, e per quanti giorni.

**TESTO DI PRESENTAZIONE DELLA CAMPAGNA DI CROWDFUNDING** Scrivi il testo che utilizzeresti per raccontare la tua campagna su *Ideaginger.it*. Rivolgiti ai tuoi potenziali sostenitori con l'obiettivo di coinvolgerli, spiegare le caratteristiche e il valore del progetto, come utilizzerai i fondi raccolti e chiedere il loro supporto economico. (fino a 4.000 caratteri)

**SCRIPT DEL VIDEO** Descrivi come vorresti realizzare il video della tua campagna, raccontando le scene e immaginando i dialoghi. (fino a 3.000 caratteri)

**RICOMPENSE** Elenca almeno 4 ricompense dedicate ai tuoi sostenitori. Per ogni ricompensa indica l'importo economico richiesto per ottenerla e riporta una breve descrizione.

**VISUAL** Hai già preparato dei materiali grafici dedicati al crowdfunding, come per esempio loghi, infografiche o fotografie? Allega qui le principali.

**SEGMENTI DEI POTENZIALI SOSTENITORI** Indica i segmenti dei donatori che vuoi coinvolgere nella raccolta fondi e perché pensi ti sosterranno. (fino a 2.000 caratteri)

**CANALI DI COMUNICAZIONE** Indica i canali di comunicazione a disposizione della rete che saranno utilizzati per promuovere la campagna di crowdfunding. Per ogni canale specifica possibilmente il n° di contatti che permetterebbe di raggiungere, per esempio il numero di iscritti ai profili social o a una newsletter. (fino a 2.000 caratteri)

**STRATEGIA DI COMUNICAZIONE** Racconta le principali azioni di comunicazione e community engagement con cui promuoverai la campagna di crowdfunding e descrivi le prime due settimane del piano editoriale dedicato alla comunicazione della raccolta fondi. (fino a 2.000 caratteri)

## PIANO ECONOMICO

BUDGET	IMPORTO RICHIESTO ALLA FONDAZIONE	IMPORTO NON RICHIESTO ALLA FONDAZIONE
<b>Logistica, materiali e beni di consumo, attrezzature</b>	<b>totale</b>	
Noleggio spazi e sale, noleggio o acquisto di attrezzature necessarie, acquisto di beni di consumo necessari, spese di trasporto ( <i>specificare le diverse voci di spesa</i> )		
<b>Collaborazioni</b>	<b>totale</b>	
Compensi e rimborsi spese per risorse esterne alla rete formata da realtà capofila e da realtà partner ( <i>specificare il numero</i> )		
<b>Risorse umane interne alla rete</b>	<b>totale</b>	
Compensi e rimborsi spese per risorse interne alla realtà capofila ed alle realtà partner ( <i>specificare le spese per ciascuna risorsa</i> )		
<b>Rimborsi spese per volontari/e</b>	<b>totale</b>	
Rimborsi spese di trasferta e vitto per volontari/e della realtà capofila e delle realtà partner fino ad un massimo totale di 700 euro		
<b>Comunicazione</b>	<b>totale</b>	
Spese di comunicazione e divulgazione, pubblicità (quotidiani, periodici, radio, mailing, sito, social network, etc.), tasse manifestazioni pubbliche/affissioni		

SCHEDA DELLE ENTRATE	valori in euro
<b>Risorse della realtà capofila</b>	<b>totale</b>
<b>Risorse messe a disposizione dai partner</b>	<b>totale</b>
<b>Raccolta Fondi - Risorse che ci si prefigge di raccogliere con la campagna di crowdfunding</b>	<b>totale</b>
<b>Co-finanziamenti di altri enti esterni alla rete</b>	<b>totale</b>
Contributi di enti pubblici ( <i>specificare il contributo di ciascun ente</i> )	
Contributi di enti privati ( <i>specificare i contributi di ciascun ente</i> )	
<b>Eventuali ingressi a pagamento</b>	<b>totale</b>
<b>Contributo richiesto alla Fondazione</b> ( <i>entro il limite del 70% del costo complessivo del progetto e per non più di 15.000 euro</i> )	
<b>TOTALE DELLE ENTRATE</b>	