ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

LINEE GUIDA PER LA GESTIONE DELLE CAMPAGNE DI RACCOLTA FONDI

Consiglio di Amministrazione delibera del 26/09/2025
(modificate con delibera del Consiglio di Amministrazione del 21/07/2026)

ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

Sommario

Sommario 1

1.PREMESSA 2

2. AMBITO DI APPLICAZIONE E CONTESTO DI RIFERIMENTO 2

3. ELABORAZIONE DI PROPOSTE DI CAMPAGNE DI RACCOLTA FONDI 3

4. PIATTAFORMA UNIMPATTO 5

5. PROGRAMMAZIONE DELLE PUBBLICAZIONI SULLA PIATTAFORMA UNIMPATTO E GESTIONE DELLE CAMPAGNE CONTEMPORANEE 5

6. CRITERI DI VERIFICA DELLE PROPOSTE DA PARTE DELLA COMMISSIONE DONAZIONI ON LINE PER IL PORTALE UNIMPATTO 6

7. FASE DI RENDICONTAZIONE 6

8. CONFLITTI DI INTERESSE 7

9. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI 7

1. PREMESSA

Con delibera del 25/06/2024, il Consiglio di Amministrazione dell'Università di Bologna (di seguito anche "Ateneo") ha conferito delega ai Dipartimenti e altre strutture assimilate all'accettazione di donazioni o legati non aventi contenuto immobiliare fino alla soglia di euro 100.000,00. I Dipartimenti e le altre strutture assimilate sono tenuti a rendicontare l'esercizio della delega.

In tale contesto, assumono particolare rilevanza le donazioni effettuate nell'ambito di campagne di raccolta fondi, poiché l'Ateneo coinvolge i donatori esplicitando gli obiettivi e gli impatti attesi della linea di attività/progetto sotteso alla raccolta fondi ed assume un impegno nei confronti degli stessi. Per tale motivo, l'Università di Bologna ha inteso redigere il presente documento di linee guida:

- in piena coerenza con i principi costitutivi di cui all'art. 1 dello Statuto di Ateneo;
- in aderenza con le attività che svolge con riferimento alla ricerca, alla didattica e alla loro ricaduta pubblica e sociale attraverso apposite iniziative di terza missione;
- in linea con gli obiettivi del Piano Strategico di Ateneo 2022-2027:
- per fornire il sostegno economico indispensabile per le iniziative e le attività;
- per garantire la massima trasparenza sull'utilizzo dei fondi donati.

Le presenti Linee guida si fondano sui valori stabiliti dal Regolamento sull'integrità nella ricerca e dal Codice etico e di comportamento dell'Ateneo. In virtù di essi, ogni campagna di raccolta fondi deve essere condotta con responsabilità, veridicità, trasparenza, accuratezza scientifica e rispetto della reputazione istituzionale. La comunicazione dei progetti oggetto di raccolta fondi dovrà evitare asserzioni fuorvianti o che alimentino aspettative non realistiche, coerentemente con i principi di integrità accademica.

2. AMBITO DI APPLICAZIONE E CONTESTO DI RIFERIMENTO

Le presenti linee guida si applicano a tutte le attività di raccolta fondi promosse dai Dipartimenti, a eccezione di quanto previsto nelle sezioni 4, 5 e 6 che si applicano alle sole attività per cui si richiede la promozione mediante la piattaforma Unimpatto.

Le presenti linee guida si applicano:

(i) alle campagne gestite autonomamente dalle strutture;

(ii) alle campagne per le quali si richiede la pubblicazione sulla piattaforma d'Ateneo Unimpatto, cui si applicano anche le disposizioni specifiche di cui alle sezioni 4.

Piattaforma Unimpatto, 5. Programmazione delle pubblicazioni sulla piattaforma Unimpatto e gestione delle campagne contemporanee, 6. Criteri di verifica delle proposte da parte della Commissione donazioni per il portale Unimpatto.

In particolare, si evidenzia che le presenti linee guida non introducono procedure comparative tra strutture o progetti: è prevista una verifica di ammissibilità interna alla struttura e, per le campagne sulla piattaforma di Ateneo Unimpatto, una verifica di coerenza/ammissibilità a livello di Ateneo.

La programmazione non ha natura comparativa né competitiva: le proposte dichiarate ammissibili sono calendarizzate in funzione della capacità comunicativa d'Ateneo e del piano editoriale, secondo criteri trasparenti.

L'Ateneo garantisce ai singoli professori e ricercatori, nel rispetto della programmazione elaborata dalle strutture di appartenenza, l'accesso ai finanziamenti necessari per lo svolgimento dell'attività di ricerca in relazione alle caratteristiche dei singoli settori disciplinari.

Nell'attività di raccolta fondi, l'Università collabora con singoli individui, aziende, enti, fondazioni, associazioni e istituzioni pubbliche internazionali e nazionali, per perseguire la propria missione, che si tramuta in un vantaggio per tutta la comunità e quindi merita sostegno. A tal fine, si impegna a realizzare gli obiettivi dei donatori e delle donatrici, a gestire prudentemente i fondi e a utilizzare le donazioni per obiettivi chiari.

La comunicazione verso i singoli donatori e donatrici deve essere improntata alla massima trasparenza, in modo che gli stessi siano messi in grado di operare la propria liberalità in modo pienamente consapevole.

3. ELABORAZIONE DI PROPOSTE DI CAMPAGNE DI RACCOLTA FONDI

I Dipartimenti, tramite la Giunta, altra Commissione già istituita o, eventualmente, una Commissione ad hoc, con la partecipazione del proprio delegato alla terza missione, dovranno:

1. raccogliere le proposte progettuali su cui si propone di attivare una raccolta fondi;
2. verificare le proposte progettuali in termini di: solidità scientifica, fattibilità (risorse, tempistiche), impatto sulla fattibilità dell'eventuale esigenza di acquisire autorizzazioni da parte di soggetti terzi o di coinvolgere partner esterni, conformità ai principi etici della ricerca;

3. definire tempistiche e durata, nonché l'obiettivo economico di raccolta fondi che si intende raggiungere;
4. riscontrare che la comunicazione programmata per la raccolta fondi (pubblicazione sul sito dipartimentale, comunicazioni del gruppo di ricerca ai potenziali donatori e a coloro che hanno effettuato donazioni, eventuali materiali comunicativi ecc.) sia coerente e proporzionata;
5. monitorare periodicamente l'andamento del fundraising e dei progetti sottostanti, attraverso la richiesta di rendicontazione scientifica e finanziaria, nonché valutare eventuali azioni correttive;
6. esaminare eventuali richieste di proroga delle campagne di raccolta fondi.

Sui punti 2, 3, 4 e 6 di cui sopra, la struttura proponente assumerà una delibera sulla base dell'istruttoria svolta dalla Giunta/Commissione.

Nel caso in cui la campagna di raccolta fondi riguardi tematiche afferenti all'ambito sanitario, inclusi eventuali studi clinici o interventi rivolti a persone in condizioni di fragilità, le strutture – oltre agli aspetti già menzionati – saranno tenute a valutare l'idoneità della promozione della campagna stessa, considerando sia il valore scientifico dell'iniziativa che la sua effettiva fattibilità.

In particolare, i testi e i materiali comunicativi devono rispettare i seguenti criteri:

- Divieto di promesse terapeutiche: non è consentito dichiarare o lasciare intendere che la ricerca porterà con certezza a un miglioramento clinico, a una cura o a benefici diretti per i pazienti.
- Chiarezza sullo stato della ricerca: deve essere esplicitato se l'attività riguarda fasi di ricerca di base, preclinica, sviluppo metodologico o eventuali studi clinici autorizzati.
- Trasparenza sulle prospettive: eventuali ricadute cliniche devono essere descritte come potenziali, ipotetiche e comunque subordinate alle necessarie validazioni e autorizzazioni.
- Tutela dei gruppi vulnerabili: particolare attenzione deve essere posta quando la campagna riguarda minori o soggetti fragili, evitando linguaggi emotivi o suggestivi che possano generare aspettative indebite.
- Disclaimer: occorre inserire disclaimer in relazione, ad esempio, a: assenza di garanzia su benefici clinici diretti, subordinazione dell'attività progettuale alla concessione delle autorizzazioni previste dalla normativa.

  Esempio di disclaimer obbligatorio: 'La presente campagna sostiene attività di ricerca. Non vi è garanzia di benefici clinici diretti; eventuali sviluppi clinici sono subordinati a ulteriori validazioni scientifiche e alle autorizzazioni delle autorità competenti".

4. PIATTAFORMA UNIMPATTO

Ai fini della pubblicazione della raccolta fondi sulla piattaforma di Ateneo Unimpatto, i Dipartimenti potranno presentare, in occasione dell'avviso pubblicato dall'Area competente indicativamente con cadenza semestrale, le campagne approvate con deliberazione come da precedente art. 3.

Le proposte verranno sottoposte al parere vincolante della Commissione Donazioni on line di Ateneo; la Commissione potrà avvalersi di eventuali tecnici/esperti esterni.

La Commissione di Ateneo verifica la coerenza/ammissibilità a livello di Ateneo dei progetti al fine di attivare le campagne di raccolta fondi. I progetti da ammettere alla campagna di raccolta fondi sono approvati con disposizione del Dirigente competente entro 180 giorni dalla pubblicazione dell'avviso.

La pubblicazione sul sito Unimpatto sarà a cura dell'Area competente.

5. PROGRAMMAZIONE DELLE PUBBLICAZIONI SULLA PIATTAFORMA UNIMPATTO E GESTIONE DELLE CAMPAGNE CONTEMPORANEE

Al fine di garantire la massima efficacia comunicativa delle campagne di raccolta fondi e di evitare eccessiva sovrapposizione di messaggi, la programmazione delle pubblicazioni sulla piattaforma di Ateneo Unimpatto è curata dal Settore Portale, in collaborazione con il Settore Staff e Affari generali dell'Area Innovazione e di concerto con i Delegati alla Comunicazione Istituzionale e all'Impegno Pubblico.

Tale gruppo operativo, ricevuto dalla Commissione Donazioni on line l'elenco delle proposte verificate, definisce un piano di pubblicazione che assicuri:

- un numero massimo di campagne attive contemporaneamente, stabilito in relazione alla capacità comunicativa dell'Ateneo;
- un calendario di avvio e di chiusura per ciascuna campagna, tenendo conto di stagionalità, eventi istituzionali e coerenza complessiva dei messaggi;
- l'equilibrio nella rappresentazione delle diverse aree scientifico-disciplinari.

I progetti eccedenti il numero massimo di campagne attive non vengono esclusi, ma inseriti in una lista di attesa pubblica, con indicazione della finestra temporale prevista per l'avvio.

La priorità di pubblicazione è determinata in via ordinaria dall'ordine di approvazione della proposta da parte della struttura proponente, tenendo conto di eventuali urgenze motivate (ad esempio scadenze connesse a bandi o necessità di intervento immediato).

La durata standard delle campagne è fissata in sei mesi e potrà essere prorogata in casi eccezionali, previa richiesta motivata della struttura e parere favorevole della Commissione Donazioni on line.

Il piano di pubblicazione viene condiviso con le strutture proponenti e aggiornato periodicamente sul sito Unimpatto.

La campagna si chiude, anche prima del termine temporale stabilito, in caso di raggiungimento del target economico.

Qualora il target economico non fosse raggiunto al termine temporale stabilito e la struttura non si sia impegnata a cofinanziare su fondi propri il progetto, l'importo donato concorrerà al finanziamento di borse di studio destinate a studenti e studentesse iscritti/e a corsi di studio negli ambiti disciplinari relativi al progetto stesso. Attraverso i testi e i materiali comunicativi resi disponibili in fase di pubblicazione delle campagne di raccolta fondi, si informeranno i donatori sulla destinazione delle somme raccolte.

6. CRITERI DI VERIFICA DELLE PROPOSTE DA PARTE DELLA COMMISSIONE DONAZIONI ON LINE PER IL PORTALE UNIMPATTO

La Commissione Donazioni on line esaminerà le proposte considerando l'interesse generale dell'Ateneo al finanziamento e l'impatto del progetto in termini di valore pubblico.

7. FASE DI RENDICONTAZIONE

Per ogni campagna di raccolta fondi, sia essa promossa su sito della struttura o sulla piattaforma di Ateneo Unimpatto, è obbligatoria una rendicontazione finanziaria corredata da una relazione finale da parte dei proponenti, sulle attività svolte, sugli impatti prodotti e sui risultati conseguiti.

La rendicontazione deve essere adeguatamente comunicata, in un'ottica di accountability verso i donatori, sul sito della struttura o sulla piattaforma di Ateneo Unimpatto.

L'Area competente sottopone al Consiglio di Amministrazione, con cadenza annuale, la rendicontazione delle campagne gestite sul sito Unimpatto. La predetta rendicontazione verrà sottoposta all'esame della Commissione Donazioni on line.

8. CONFLITTI DI INTERESSE

In coerenza con il Regolamento sull'integrità nella ricerca e con il Codice Etico di Ateneo, ogni progetto proposto per campagne di raccolta fondi deve dichiarare preventivamente l'assenza o la presenza di potenziali conflitti di interesse.

Per conflitto di interesse si intende qualsiasi situazione in cui un interesse personale, familiare, economico o professionale del responsabile scientifico, dei componenti del gruppo di ricerca o delle strutture coinvolte possa condizionare – o apparire in grado di condizionare – l'indipendenza scientifica, la correttezza della comunicazione o la destinazione dei fondi raccolti.

9. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

1. In attuazione del codice in materia di protezione dei dati personali (D.Lgs. n.196/2003, Regolamento UE n.2016/679 e D.Lgs. 101/2018), i dati raccolti saranno utilizzati dall'Ateneo esclusivamente per le finalità previste dalla raccolta fondi e saranno oggetto di trattamento nel pieno rispetto della normativa sopra richiamata e degli obblighi di riservatezza ai quali è tenuta la Pubblica Amministrazione.

2. La base giuridica per il trattamento dei dati per la gestione a fini amministrativi e contabili di donazioni, lasciti e testamenti è da rinvenirsi:

- nell'art. 6, paragrafo 1, lettere b) (trattamenti necessari in esecuzione di un contratto di cui l'interessato è parte o all'esecuzione di misure precontrattuali adottate su richiesta dello stesso), c) (trattamenti per obblighi di legge) ed e) (trattamenti per l'esecuzione di un compito di interesse pubblico) del Regolamento (UE) 2016/679;
- nelle fonti normative che riconoscono all'Università la possibilità di avvalersi di forme autonome di finanziamento, quali contributi volontari, proventi di attività, rendite, frutti e alienazioni del patrimonio, atti di liberalità e corrispettivi di contratti e convenzioni (art. 7 L. 168/ 1989).

3. Per maggiori informazioni sul trattamento dei dati personali effettuato dall'Ateneo si rinvia alla seguente pagina web: Chiunque usufruisca di servizi e strumenti dell'Ateneo o contribuisca alla realizzazione di attività istituzionali — Università di Bologna.