

BANDO
PER L'INNOVAZIONE
DIGITALE
E I NUOVI PUBBLICI
NEI MUSEI

Edizione 2017

PUBBLICAZIONE BANDO:
25 ottobre 2017

SCADENZA CALL:
22 dicembre 2017

un progetto di



FONDAZIONE
CR FIRENZE

Nell'ambito del programma



	PREMESSA: Il contesto attuale	5
1	IL BANDO: innovazione digitale e nuovi pubblici nei musei	6
1.1	Obiettivi	8
1.2	Oggetto e risorse	9
2	LINEE GUIDA	10
2.1	Destinatari del Bando e soggetti ammissibili	11
2.2	Azioni finanziabili	12
2.3	Spese ammissibili / non ammissibili	13
2.4	Modalità di presentazione della domanda	13
2.5	Selezione e criteri di valutazione	15
2.6	Commissione Valutatrice	17
2.7	Modalità di comunicazione degli esiti del Bando	17
2.8	Modalità di erogazione del contributo e rendicontazione	18
2.9	Manleva e responsabilità	19
2.10	Obblighi dei beneficiari, rinunce e revoche	20
3	FASI DEL BANDO E TIMELINE	22
4	PRIVACY E TRATTAMENTO DATI	24
5	INFORMAZIONI E CONTATTI	24



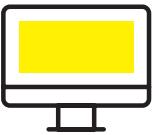
REGO



LA



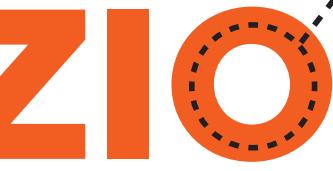
MENTO



DI PARTE



CIPA



ZIONE

Premessa: il contesto attuale

L’Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali del Politecnico di Milano ha condotto nel 2016 un’analisi campione su 476 musei italiani, rivolta in particolare allo studio dei servizi e dei prodotti digitali offerti agli utenti. L’indagine ha rilevato per ciascun museo la mancanza o l’esistenza di un sito web con le relative funzionalità, la disponibilità di applicazioni multimediali per la fruizione, la presenza e la partecipazione dei musei sui social network¹. Sono stati poi analizzati solo i musei dotati di un sito o di una piattaforma web (circa il 57% del totale) appurando come non sempre esso sia costruito in modo da facilitare l’utente nell’interazione con i suoi contenuti (mancanza di *call to action* chiare, di avvisi evidenti di biglietteria online, di accesso diretto ai profili social, ecc). La traduzione in lingue straniere è disponibile nel 54% dei casi analizzati. I numeri diminuiscono sensibilmente quando si indaga la presenza di servizi web più avanzati come la possibilità di acquistare online *merchandising* o materiale legato al museo (6% dei casi), di effettuare donazioni (anche in questo caso 6%) o di partecipare ad azioni di *crowdfunding* (1%).

In Toscana la situazione non è diversa.

Dall’indagine ISTAT condotta nel 2016², risulta che su 548 musei a cui è stato somministrato il questionario, solo il 18% mette a disposizione del pubblico servizi e supporti multimediali o interattivi alla visita. Tra questi al primo posto svetta l’ormai tradizionale sala-video (disponibile per il 30% dei musei toscani), seguita da allestimenti interattivi o ricostruzioni virtuali (21%); quasi a pari merito, tra il 15% e il 16%, è la disponibilità di tablet, audioguide e videoguide; in coda (solo nell’11% dei casi) la presenza di applicazioni o *games* personalizzati e scaricabili sui dispositivi mobili degli utenti e l’esistenza dei cosiddetti servizi di prossimità (*QR code*, *ebeacon*, ecc). Solo il 19% dei musei toscani (la maggior parte dei quali si concentra nelle province di Firenze e Arezzo) mette a disposizione del pubblico una connessione wifi.

Riguardo invece alla presenza attiva dei musei in rete e alla comunicazione on-line, il sito web dedicato è adottato dal 56% dei musei toscani (in linea con la media nazionale del 57%), mentre il 41% di essi possiede un account dedicato sui social network (Facebook, Twitter, Instagram) e il 25% fa utilizzo di sistemi di *mail marketing* (newsletter). Molto basse invece le percentuali legate alla presenza di servizi di prenotazioni e acquisto biglietti on-line (solo nell’11% dei casi), e anche quelle relative a strumenti dedicati alla fruibilità delle collezioni, come la disponibilità di un catalogo multimediale (13%) e della visita virtuale al museo (9%).

Lo studio europeo più recente, che ha censito ed analizzato 30 casi-studio sull’*Audience Development*³ ha evidenziato quale fattore chiave di successo, attrazione, coinvolgimento e aumento dei pubblici l’uso innovativo delle tecnologie digitali. Esse, infatti, permettono di esplorare nuove strade nell’ambito della comunicazione e dell’*advertising* evoluto (attraverso i social media e Internet), ma anche nell’area dell’analisi dei pubblici (big data, social data, analisi del *ticketing* e tracciatura dei comportamenti di fruizione e di uso) e nella possibilità di interconnettere le esperienze fisiche e virtuali. La digitalizzazione dei contenuti consente, inoltre, non solo di poterli riutilizzare a fini educativi, creativi e commerciali, ma anche e soprattutto di renderli disponibili a una fascia potenzialmente più ampia e diversificata di utenti (dalle scuole, ai ricercatori, agli imprenditori, al pubblico generico) aprendo nuove opportunità di ingaggio e sviluppo. Tali considerazioni trovano ulteriore fondamento nell’importanza di soddisfare esigenze informative di quei flussi turistici più o meno distanti, di particolari categorie di utenza (ad esempio le persone con disabilità che intendano verificare la possibilità di accesso e fruizione) e di aprirsi quanto più possibile a quella parte di società civile che costituisce attualmente il “non pubblico” e soprattutto alle giovani generazioni, che frequentano sempre meno i musei, considerati non attrattivi a causa dell’assenza di un codice di comunicazione condiviso.

1 Atti del convegno dell’Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, 2016

2 ISTAT - *Indagine sui musei e le istituzioni similari*, Periodo di riferimento dell’indagine: anno 2015 (pubblicazione marzo 2017)

3 COMMISSIONE EUROPEA - DIRECTORATE-GENERAL FOR EDUCATION AND CULTURE - *Study on Audience Development. How to place audiences at the centre of organisations*, 2017

1

BANDO

INNOVAZIONE DIGITALE E NUOVI PUBBLICI NEI MUSEI

Il presente Bando, partendo dall'analisi dei bisogni degli enti museali toscani discesa dall'indagine appena descritta, si pone l'obiettivo di valorizzare i **musei minori**, contribuendo al rafforzamento della relativa identità digitale e al miglioramento dei servizi offerti.

Il Bando, quindi, si rivolge ai musei minori del Comune e della Città Metropolitana di Firenze al fine di supportarli nell'aumento delle rispettive performance tecnologiche e nel potenziamento dei rispettivi strumenti innovativi contribuendo al raggiungimento delle seguenti finalità:

- sviluppo di nuovi pubblici di utenza tramite operazioni differenziate di “*audience engagement*” (per es. utilizzo di *tools* innovativi per la fruizione; realizzazione di applicazioni multimediali; elaborazione di contenuti culturali innovativi divulgabili; azioni di web e social marketing; ecc).
- monitoraggio, conoscenza e profilazione dei flussi di utenti;
- sviluppo di attività di raccolta fondi on-line quali *fundraising* e *crowdfunding* digitale.

A tal fine sono stati individuati due **assi strategici di intervento**:

1. **Comunicazione e promozione digitale:** aumento della competitività dei musei e della relativa offerta culturale attraverso l'innovazione gestionale e la diversificazione dei canali di promozione e comunicazione mediante l'utilizzo di nuove tecnologie, al fine di ampliarne l'utenza e i target di riferimento.
2. **Prodotti e servizi all'utenza:** miglioramento e rafforzamento dei servizi innovativi offerti all'utenza attraverso la realizzazione di allestimenti multimediali, strumenti virtuali, interventi per la fruibilità delle collezioni.

1.1 Obiettivi

- » **FAVORIRE LA FRUIZIONE DEI MUSEI MINORI**
attraverso l'innovazione tecnologica per valorizzare l'offerta culturale dei musei
- » **MIGLIORARE GLI STANDARD DI ACCESSIBILITÀ DEL PATRIMONIO MUSEALE**
attraverso azioni di promozione digitale specifiche
- » **RAFFORZARE L'IDENTITÀ DIGITALE DEI MUSEI**
attraverso l'aumento delle rispettive performance tecnologiche e il potenziamento dei relativi strumenti innovativi
- » **STIMOLARE IL COINVOLGIMENTO DI NUOVI PUBBLICI**, attraverso la realizzazione di progetti o l'acquisto di attrezzature volte all'innovazione delle dotazioni e dei servizi dei musei, al fine di incentivare l'aumento del pubblico già fidelizzato e l'ingaggio di nuove categorie di utenza (in particolare turisti, giovani, famiglie).

1.2 Oggetto e risorse

Il Bando sosterrà la realizzazione di progetti volti a raggiungere gli obiettivi suindicati attraverso il sostegno allo sviluppo di strumenti e alla realizzazione di azioni in grado di sopperire alle esigenze emerse⁴.

A tal fine Fondazione CR Firenze mette a disposizione un importo complessivo pari a **€ 150.000,00**, ripartito in contributi a fondo perduto di natura economica per la realizzazione dei progetti selezionati come vincitori, fino ad esaurimento dei fondi disponibili.

Le proposte progettuali che verranno ritenute valide, e quindi ammesse sulla base dei criteri di valutazione stabiliti dalla procedura qui descritta, beneficeranno di un contributo a fondo perduto fino al limite massimo unitario di € 30.000,00.

Il contributo non potrà superare l'80% del costo complessivo del progetto.

Oltre al contributo di natura economica i musei vincitori⁵ del Bando godranno, inoltre, del sostegno della Fondazione CR Firenze per l'implementazione, all'interno della piattaforma *Google Arts & Culture*⁶, di un'area dedicata alla fruibilità digitale delle proprie collezioni. Tale sostegno si tradurrà nella messa a disposizione di una risorsa umana specializzata che verrà affiancata ai referenti dei musei stessi come supporto operativo per le azioni progettuali previste in termini di *data entry*, creazione di contenuti, rapporti con il team di Google per la realizzazione del piano di lavoro, ecc.

4 Le azioni finanziabili sono specificate al paragrafo 2.2 del presente documento

5 Fondazione CR Firenze si riserva di ampliare anche ad una o più riserve nella graduatoria finale dei musei non vincitori la possibilità di accedere a questa premialità.

6 *Google Arts & Culture* supporta attualmente oltre 1000 istituzioni culturali di 70 paesi, con più di 200 mila opere d'arte digitalizzate ad alta risoluzione, 6 milioni di reperti d'archivio, più di 2000 interni Street View, e più di 2000 mostre digitali a cura di esperti, insieme in un'unica esperienza a disposizione del pubblico.

2

LINEE
GUIDA

2.1 Destinatari del Bando e soggetti ammissibili

Il Bando si rivolge a tutte le realtà museali minori comprese nel territorio del Comune di Firenze e in quelli della relativa Città Metropolitana che intendano migliorarsi in termini di fruibilità, accessibilità e ingaggio di nuovi pubblici tramite il rafforzamento della propria identità digitale.

I beneficiari della procedura sono prioritariamente singoli enti titolari di musei formalmente istituiti, reti o sistemi territoriali il cui capofila presenti un progetto condiviso tra uno o più musei ad esso afferenti.

Nello specifico si indicano di seguito i requisiti formali di ammissione previsti dal presente Bando:

- a) enti senza scopo di lucro con qualsiasi tipologia di natura giuridica e condizione (pubblica o privata, autonoma o integrata all'interno dell'ente di appartenenza), che siano provvisti di statuto/regolamento. In generale le candidature devono essere presentate da enti che risultino ammissibili in base a quanto previsto dal Codice etico di Fondazione CR Firenze e riportato al capitolo 5.2 del documento “Rapporti con i beneficiari delle erogazioni” (disponibile sul sito della Fondazione alla pagina http://www.fondazionecrfirenze.it/wp-content/uploads/Codice_Etico.pdf);
- b) sede legale e/o operativa nel Comune di Firenze e in quelli della relativa Città Metropolitana;
- c) musei che siano aperti da almeno un anno;
- d) numero di visitatori annuo compreso tra un minimo di 1.000 e un massimo di 100.000 unità, calcolato sulla media degli ingressi degli ultimi 3 anni di attività (se applicabile);
- e) musei sedi di collezioni permanenti;
- f) accessibilità minima garantita (25 ore/settimana, comprese anche aperture festive);
- g) utilizzo di titoli di accesso formali, intesi come bigliettazione tracciabile gratuita e/o a pagamento.

2.2 Azioni finanziabili

Interventi volti a favorire l'innovazione e l'identità digitale dei musei quali, a titolo esemplificativo:

1. Area comunicazione e promozione digitale:

- Realizzazione/aggiornamento di siti web istituzionali (acquisto dominio; implementazione piattaforma; realizzazione contenuti testuali fotografici e video; ecc.);
- Implementazione di strumenti di profilazione digitali e/o attività di web marketing per la fidelizzazione e l'ingaggio del pubblico (adv su web, canali social, Google adwords, ecc.).

2. Area prodotti e servizi all'utenza:

- Realizzazione di prodotti multimediali e di accessibilità virtuale, quali software che consentano la narrazione, la fruizione e l'esplorazione virtuale di patrimoni, collezioni e di luoghi connessi al museo; software per il supporto ad attività didattiche con informazioni interattive dedicate alla visita di bambini e ragazzi (app o/e e-book, strumenti di *gaming*, ecc); software per servizi di prossimità; cataloghi multimediali; sistemi di *story telling*, ecc;
- Acquisto di attrezzature hardware e dispositivi mobili da mettere a disposizione dell'utenza (tablet, postazioni multimediali fisse, video, audioguide, videoguide, ecc.);
- Implementazione della rete wifi interna al museo da mettere a disposizione dei visitatori;
- Attivazione di servizi digitali integrati (sistemi di prenotazione on-line di biglietti e attività didattiche; servizi informativi; canali di vendita on line di prodotti/servizi; e-commerce; ecc.).

2.3 Spese ammissibili / non ammissibili

Sono ammesse le voci di spesa dell'elenco che segue e che dovranno essere quantificate nel piano economico del progetto, in particolare:

- a) acquisto di beni e attrezzature informatiche ⁷
- b) acquisto/noleggio software
- c) spese di promozione e diffusione digitale
- d) consulenze specialistiche esterne (per es. assistenza informatica, elaborazioni grafiche, servizi foto e video, traduzioni, produzione contenuti web, ecc)
- e) materiali di consumo
- f) abbonamento a servizi specialistici ⁸ (per es. sistemi internet wifi, programmi on-line per l'analisi dati web e social media, ecc)

Non saranno invece considerati ammissibili per la parte di contributo richiesto a Fondazione CR Firenze i costi relativi al personale interno del museo (dipendenti, collaboratori, giovani in tirocinio, rimborsi spese, ecc) nonché le voci generali di funzionamento ordinario della struttura museale.

2.4 Modalità di presentazione della domanda

7 L'acquisto di prodotti, impianti, attrezzature, hardware e software è ammissibile a condizione che gli stessi siano stati consegnati e installati presso la sede per la quale è stato richiesto il contributo.

8 In particolare eventuali spese di abbonamento a servizi specialistici (per es. canoni utilizzo wifi a disposizione dei visitatori) sono rimborsabili per una annualità a partire dalla partenza del progetto.

La presentazione delle domande di partecipazione avverrà esclusivamente in formato elettronico mediante l'apposita procedura ROL attivata sul sito internet www.fondazionecrfirenze.it nella sezione BANDI TEMATICI, entro e non oltre il 22 dicembre 2017 (salvo eventuali proroghe in corso d'opera debitamente comunicate). Per poter accedere all'apposita piattaforma è necessario recuperare i propri dati di registrazione (user e password) in caso di enti già registrati; in caso di enti non registrati è necessario procedere ex novo seguendo le indicazioni della guida scaricabile dal sito web istituzionale (www.fondazionecrfirenze.it/wp-content/uploads/2016/11/Iter_di_accesso_domandeROL.pdf) e inserendo i dati/documenti obbligatori richiesti (statuto e atto costitutivo, carta di identità del legale rappresentante, ecc).

Si specifica di seguito la documentazione necessaria per partecipare al Bando:

- a) PROGETTO da compilare on-line, non superando il numero di battute specificato nel *dashboard*, articolato in:
 - » Descrizione generale
 - » Analisi di contesto
 - » Obiettivi generali e specifici
 - » Azioni proposte
 - » Destinatari
 - » Risultati e impatti attesi
 - b) BUDGET DI PROGETTO da compilare on-line secondo le voci richieste nel dashboard, in particolare:
 - » costo totale del progetto
 - » importo richiesto a Fondazione CR Firenze
 - » mezzi propri dell'ente richiedente
 - » eventuali cofinanziamenti ottenuti
 - » elenco delle spese totali per la realizzazione del progetto
 - c) ALTRA DOCUMENTAZIONE OBBLIGATORIA
 - » Form “Informazioni aggiuntive museo”
 - » Documenti (*storyboard, rendering, ecc.*) che illustrino compiutamente il progetto proposto
 - » Form “Cronoprogramma delle attività ⁹”
 - » Accordo con eventuali partner co-finanziatori o sponsor
 - » Form “Quadro economico di dettaglio”
- 9 Si specifica che il progetto dovrà essere realizzato entro e non oltre 12 mesi dalla comunicazione dell'assegnazione del contributo.

2.5 Selezione e criteri di valutazione

Le domande e i progetti pervenuti dovranno rispettare i seguenti requisiti formali:

- rispetto dei termini di scadenza del Bando per l'inoltro della domanda;
- completezza dei contenuti richiesti e regolarità della documentazione prodotta;
- sussistenza dei requisiti formali e delle condizioni di partecipazione indicati;
- coerenza con i temi e gli obiettivi previsti dal Bando.

I progetti che avranno superato la verifica formale saranno valutati in un'unica fase e in base ai criteri specificati di seguito:

- a. *Rilevanza e qualità della proposta progettuale:*
- chiarezza nella descrizione degli obiettivi e loro rispondenza alle finalità del Bando;
 - coerenza del progetto con le criticità e con i bisogni individuati nella premessa;
 - innovatività dell'approccio e pertinenza degli interventi nel soddisfare gli obiettivi descritti;
 - efficacia e coerenza delle azioni proposte rispetto al raggiungimento e/o superamento degli standard minimi nell'erogazione dei servizi innovativi previsti nei regolamenti MIBACT;
 - capacità di utilizzo delle nuove tecnologie per l'aumento della fruizione del patrimonio museale.

b. *Valore e impatto culturale e sociale:*

- significatività della proposta culturale per i cittadini e per la comunità;
- capacità di favorire l'accesso alla cultura da parte del maggior numero di persone e in particolare dei cosiddetti “nuovi pubblici”, nonché di agevolare l'accessibilità ai musei dei giovani, dei bambini e di soggetti deboli o categorie svantaggiate;
- capacità di rispondere ai bisogni di gestione dei flussi turistici (in termini di permanenza e promozione di altri luoghi attrattivi);
- efficacia nel rafforzare l'offerta in territori particolarmente deboli per ciò che concerne l'infrastrutturazione culturale;
- coinvolgimento di altri *stakeholder* locali nel sostegno economico, nell'erogazione dei servizi e nelle consulenze professionali (associazioni locali, imprese territoriali, ecc.);
- possibilità di standardizzare e rendere replicabili gli interventi previsti dal progetto anche in altre simili strutture territoriali (altri musei della rete, del contesto territoriale, ecc.).

c. *Fattibilità economica e finanziaria:*

- coerenza del dimensionamento economico degli interventi previsti rispetto ai risultati e agli impatti attesi;
- capacità di raggiungere una soglia minima per una quota in autofinanziamento del progetto;
- presenza di cofinanziamenti di varia natura da parte di altri enti, associazioni, sponsor, ecc.

2.6 Commissione Valutatrice

La valutazione dei progetti sulla base dei criteri sopradescritti, verrà effettuata da una Commissione Valutatrice nominata dal Consiglio di Amministrazione di Fondazione CR Firenze.

La Commissione Valutatrice, fermo restando il principio della qualità complessiva dei progetti presentati, stabilirà per ciascuno dei criteri di valutazione descritti al paragrafo 2.5, i relativi punteggi, controllerà l'ammissibilità alla selezione previo possesso dei requisiti formali e completezza della documentazione inviata, esaminerà i progetti presentati ammissibili, redigerà la graduatoria finale dei vincitori.

L'assegnazione dei contributi sarà deliberata a insindacabile giudizio della Commissione Valutatrice.

La presentazione della domanda di partecipazione al Bando implica l'accettazione incondizionata delle condizioni e delle modalità in esso indicate e delle decisioni della Commissione Valutatrice.

2.7 Modalità di comunicazione degli esiti del Bando

Ogni tipo di comunicazione relativa al Bando sarà pubblicata sul sito www.fondazionecrfirenze.it nell'apposita sezione BANDI TEMATICI. L'esito della valutazione e la graduatoria finale verranno comunicati entro il 23 febbraio 2018 sul sito e attraverso i social network di Fondazione CR Firenze, oltre che tramite lettera in formato elettronico inviata a tutti i soggetti partecipanti al Bando.

2.8 Modalità di erogazione del contributo e rendicontazione

L'erogazione del contributo in favore dei beneficiari sarà disposta secondo le modalità che seguono:

- 20% del contributo ad avvenuta comunicazione della relativa assegnazione, previa presentazione di una dichiarazione attestante l'avvio delle attività a firma del legale rappresentante dell'ente responsabile del progetto vincitore;
- 50% ad avvenuta presentazione di una relazione descrittiva delle attività svolte nel primo semestre insieme alla rendicontazione delle spese sostenute;
- 30% ad avvenuta presentazione della relazione finale sulle attività svolte e del rendiconto analitico e riepilogativo di tutte le spese sostenute ¹⁰.

10 La relazione finale insieme alla rendicontazione di tutto il progetto dovrà essere presentata a Fondazione CR Firenze al massimo entro 30 giorni dalla scadenza ultima del progetto.

2.9 Manleva e responsabilità

Ciascun progetto presentato non deve violare alcuna norma a tutela del diritto d'autore o di altri diritti di terzi ed è da ritenersi originale.

A tale riguardo, ogni soggetto proponente dovrà dichiarare espressamente per sé e per i suoi aventi causa di manlevare integralmente Fondazione CR Firenze da qualsivoglia rivendicazione da parte di terzi. Fondazione CR Firenze si ritiene indenne da ogni responsabilità e controversia, di qualunque genere e tipologia, connessa ai progetti presentati ed eventualmente finanziati dal Bando e dall'esito della loro effettiva realizzazione. In particolare, per ogni progetto finanziato dal Bando, i soggetti richiedenti si assumono a loro volta ogni responsabilità legata al pieno rispetto di tutte le norme e gli adempimenti connessi alle prestazioni lavorative, alla tutela e sicurezza dei lavoratori, all'applicazione delle prescrizioni del Nuovo Codice degli Appalti e delle direttive ANAC per interventi soggetti a evidenza pubblica.

Con la presentazione del progetto ogni soggetto richiedente dichiara di far proprio il Codice Etico di Fondazione CR Firenze, di rispettarlo e farlo rispettare ai terzi (documento disponibile alla pagina http://www.fondazionecrfirenze.it/wp-content/uploads/Codice_Etico.pdf).

Ogni soggetto richiedente concede liberatoria a Fondazione CR Firenze per l'eventuale pubblicazione su siti web o altri strumenti di sintesi o estratti del proprio progetto a fini promozionali e di divulgazione del Bando.

2.10 Obblighi dei beneficiari, rinunce e revoca

I soggetti destinatari del finanziamento sono tenuti a:

- realizzare puntualmente le attività e gli interventi secondo le specifiche stabilite dal progetto presentato, secondo il cronoprogramma proposto e nel rispetto delle normative vigenti, garantendo l'eventuale copertura della quota di co-finanziamento indicata in sede di domanda;
- partecipare ad eventuali incontri convocati da Fondazione CR Firenze;
- dare tempestiva comunicazione di qualsivoglia evento che possa incidere sul normale andamento del progetto al fine di richiedere eventuali modifiche al progetto approvato;
- facilitare l'attività di monitoraggio e vigilanza condotta da Fondazione CR Firenze garantendo l'accesso a documenti, informazioni e luoghi, per il migliore espletamento delle attività di verifica;
- contribuire alla disseminazione dei risultati di Progetto e segnalare nei propri materiali di comunicazione off e on-line il supporto fornito da Fondazione CR Firenze tramite dizione concordata e apposizione del relativo logo istituzionale.

La rinuncia da parte dei beneficiari del bando deve essere motivata e comunicata nel più breve tempo possibile tramite posta elettronica, con un'espressa dichiarazione scritta e a firma del legale rappresentante (allegando copia fotostatica di un documento di riconoscimento valido).

La revoca di un contributo assegnato a uno dei progetti selezionati potrà esser disposta da Fondazione CR Firenze nei seguenti casi:

- mancato avvio delle azioni progettuali nei tempi previsti o interruzione definitiva delle stesse anche per cause non imputabili al beneficiario;
- mancato rispetto dei tempi di realizzazione dell'intervento previsti, fatte salve le ipotesi di proroghe;
- realizzazione parziale delle azioni previste dal progetto con conseguente mancato raggiungimento degli obiettivi previsti;
- rinuncia ad avviare o a realizzare il progetto;
- rilascio di dati, notizie o dichiarazioni false o reticenti;
- inadempimenti rispetto al regolamento del Bando e agli obblighi da esso previsti;
- mancato invio dei dati di monitoraggio finanziario, fisico e procedurale, secondo le modalità descritte nel presente Bando.

Fondazione CR Firenze si riserva di utilizzare i contributi inutilizzati derivanti da rinunce o revoche assegnandoli a progetti presenti in graduatoria e non finanziati.

3

FASI DEL BANDO E TIME LINE

FASE I

APERTURA E SCADENZA DEL BANDO

Il Bando verrà pubblicato on-line sul sito www.fondazionecrfirenze.it nella sezione Bandi Tematici e aperto ai soggetti interessati dalle ore 14.00 del **25 ottobre 2017**. La Call del Bando scadrà alle ore 23.00 del **22 dicembre 2017**, salvo proroghe che saranno comunicate tempestivamente attraverso il sito internet www.fondazionecrfirenze.it.

FASE II

**SELEZIONE E PUBBLICAZIONE
ELENCO DEI VINCITORI DEL BANDO**

Entro il **23 febbraio 2018**, salvo proroghe tempestivamente comunicate, l'esito della valutazione sarà pubblicato sul sito internet www.fondazionecrfirenze.it nella sezione Bandi Tematici e comunicato a mezzo lettera in formato elettronico a tutti i soggetti proponenti.

FASE III

AVVIO E TERMINE DEI PROGETTI

I progetti vincitori dovranno concludersi entro 12 mesi a partire dalla comunicazione dell'esito della valutazione e dell'aggiudicazione dei contributi.

4 PRIVACY E TRATTAMENTO DATI

Fondazione CR Firenze garantisce che il trattamento dei dati, siano essi acquisiti via posta elettronica, moduli elettronici o con altra modalità, è conforme a quanto previsto dalla normativa in materia di protezione dei dati personali. Si veda al riguardo <http://www.garantepvacacy.it/>. Titolare del trattamento dei dati è Fondazione Cassa di Risparmio di Firenze:
Via Maurizio Bufalini, 6 - 50121 Firenze.

5 INFORMAZIONI E CONTATTI

Per qualsiasi tipo di informazione si può fare riferimento al numero 055 5384244 (dal martedì al giovedì, ore 9.00 - 13.00), al sito internet www.fondazionecrfirenze.it o all'indirizzo mail laboratoriculturali@fondazionecrfirenze.it.