

FONDAZIONE **CON IL SUD**

COMUNICARE & BENE

Per una campagna di comunicazione con il Sud

Sud spread experience_foto di_Luigi D'aponte_Napoli

**SCADE
L'8 APRILE 2016.
A DISPOSIZIONE
50 MILA EURO.**
fondazioneconilsud.it

**“DALLA DENUNCIA ALLA PROPOSTA,
CON IDEE E BUONE PRATICHE NATE DAL BASSO.
UN SUD CHE SI METTE IN GIOCO
DA COMUNICARE... E BENE.”**

Sommario

Lettera d'invito	3
SEZIONE 1. PREMESSA, OBIETTIVI E RISORSE.....	4
1.1 Premessa	4
1.2 Obiettivi	4
1.3 Risorse	4
SEZIONE 2. CRITERI PER LA PARTECIPAZIONE ALL'INIZIATIVA.....	5
2.1 Il Soggetto Responsabile	5
2.2 Altri Soggetti della Partnership	6
2.3 Condizioni di ammissibilità delle proposte	6
2.4 Criteri per la valutazione	6
SEZIONE 3. NORME GENERALI E CONTATTI.....	7
3.1 Modalità di finanziamento	7
3.2 Modalità di presentazione delle Proposte	7
3.3 Esito della selezione e norme generali	7
3.4 Rendicontazione e verifica	7
3.5 Contatti	8

Lettera d'invito

Gentili partecipanti,

il nostro Sud ha una serie di antichi e nuovi problemi di natura civile e sociale che richiedono una forte azione di denuncia, sia nei confronti dei decisori politici ma anche, e soprattutto, verso l'opinione pubblica nazionale e locale.

Ci sono migliaia di operatori e organizzazioni del terzo settore e del volontariato che affrontano quotidianamente questi problemi al Sud, li conoscono molto bene e sperimentano interventi che coinvolgono la comunità locale, che funzionano; risposte efficaci, ma anche proposte lungimiranti che fanno ben sperare.

Legalità, povertà, lavoro, salute, cultura, ambiente, diritti negati, sprechi inaccettabili, incuria dei beni comuni, sono solo alcune voci che compongono il coro delle denunce, ma che rappresentano anche idee e soluzioni proposte dal basso, dalla società civile, da associazioni, cooperative e imprese sociali, da tanti giovani che si mettono in gioco.

Per questo è importante comunicare questo impegno e farlo al meglio, in modo efficace, lasciando il segno.

Attraverso questa iniziativa sperimentale la Fondazione ha intenzione di promuovere una campagna nazionale di comunicazione che a partire dalle buone pratiche su tematiche sociali specifiche al Sud sappia valorizzarle e diffonderle attraverso i linguaggi della comunicazione, nell'ottica di un'azione di sensibilizzazione di istituzioni, media e opinione pubblica.

Con l'iniziativa la Fondazione mette a disposizione fino a 50 mila euro, per sostenere una sola campagna di comunicazione.

Si partecipa *on-line* tramite l'apposita piattaforma Igrant messa a disposizione sul sito della Fondazione.

Non vi sono vincoli espressivi, di linguaggio, strumenti o canali di comunicazione e diffusione della campagna.

Siamo certi di poter contare anche questa volta sulle significative capacità propositive del territorio in termini di innovazione sociale e ricchezza di idee, qualità della progettualità, efficacia della campagna proposta.

Buon lavoro!

**Il Presidente
Carlo Borgomeo**

SEZIONE 1. PREMESSA, OBIETTIVI E RISORSE

1.1 Premessa

La comunicazione rappresenta uno strumento importante per la Fondazione CON IL SUD, in particolare per la sua capacità/sfida di essere - entro specifici limiti - essa stessa uno strumento di attuazione della missione di promozione della infrastrutturazione sociale nelle regioni meridionali, che permette di allungare lo sguardo oltre le iniziative direttamente sostenute dalla Fondazione e tentare di provocare innovazione nei processi di comunicazione sociale.

La presente iniziativa ha l'obiettivo di promuovere una campagna di comunicazione che a partire dalle buone pratiche su tematiche sociali specifiche al Sud sappia valorizzarle e diffonderle attraverso i linguaggi della comunicazione, nell'ottica di un'azione di sensibilizzazione di istituzioni, media e opinione pubblica.

1.2 Obiettivi

L'iniziativa non pone limiti di ambiti tematici, né di mezzi, strumenti o canali di comunicazione. L'obiettivo sarà quello tipico di una campagna di sensibilizzazione/promozione sociale e, comunque, quello di informare e raggiungere un ampio pubblico.

Le tematiche sociali affrontate dalla campagna di comunicazione dovranno riguardare in particolare le regioni del Sud Italia, ma la diffusione della campagna dovrà comprendere l'intero territorio nazionale.

L'iniziativa potrà essere promossa da una organizzazione non profit con sede in una delle regioni del Sud in cui interviene la Fondazione, anche in partenariato con altre organizzazioni; dovrà riguardare una singola tematica sociale, mettendo in relazione la dimensione creativa delle idee con quella più pragmatica della denuncia (compresa quella riguardante le disfunzioni, i deficit o gli "sprechi" degli interventi pubblici) e della proposta.

1.3 Risorse

La Fondazione selezionerà e sosterrà una sola campagna di comunicazione con un ammontare massimo complessivo fino a **50 mila euro**.

SEZIONE 2. CRITERI PER LA PARTECIPAZIONE ALL'INIZIATIVA

Per poter accedere al finanziamento, si dovrà presentare *on line*, una proposta (**Allegato A**), contenente i dettagli relativi alla campagna di comunicazione che si intende realizzare, corredata di una sua presentazione grafica, in formato pdf, non superiore alle 10 pagine (da nominare **Allegato A.1**) e il cui "peso" non superi i 7 MB.

Le proposte potranno essere presentate esclusivamente da organizzazioni del terzo settore e/o del mondo del volontariato, anche in collaborazione con altre organizzazioni appartenenti al mondo non profit e/o profit.

2.1 Il Soggetto Responsabile

- 2.1.1 Il Soggetto Responsabile è l'unico soggetto legittimato a presentare una proposta di campagna di comunicazione.
- 2.1.2 Possono presentare una proposta, in qualità di Soggetto Responsabile, ed eventualmente accedere ai finanziamenti della Fondazione, tutte le organizzazioni senza scopo di lucro, aventi una delle seguenti forme:
- associazione (riconosciuta o non riconosciuta);
 - cooperativa sociale o consorzio di cooperative sociali;
 - ente ecclesiastico;
 - fondazione;
 - impresa sociale.
- 2.1.3 Il Soggetto Responsabile deve essere costituito in prevalenza da persone fisiche e/o da associazioni, imprese sociali, cooperative sociali o loro consorzi, enti ecclesiastici e/o fondazioni.
- 2.1.4 Il Soggetto Responsabile deve, inoltre, dichiarare¹, attraverso l'apposito Modello di Autocertificazione predisposto (**Allegato B**), di:
- a) svolgere attività coerenti con la missione della Fondazione;
 - b) essere stato costituito da almeno due anni alla data di pubblicazione della presente iniziativa, in forma di atto pubblico oppure di scrittura privata autenticata o registrata;
 - c) avere la sede legale e/o operativa, precedente alla data di pubblicazione dell'Iniziativa, in una delle regioni in cui opera la Fondazione (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna e Sicilia);
 - d) aver presentato una sola proposta. Nel caso di presentazione di più proposte da parte di uno stesso Soggetto Responsabile, queste verranno tutte considerate inammissibili.
 - e) garantire che la propria proposta creativa è originale e non viola disposizioni normative vigenti quali, a mero titolo esemplificativo ma non esaustivo, le disposizioni in materia di protezione dei dati personali, dell'immagine, della personalità e reputazione, del diritto d'autore e di tutti i diritti di proprietà industriale ed intellettuale di terzi. Inoltre deve garantire che la proposta creativa non viola alcun diritto di proprietà intellettuale e/o di altra natura di terzi e non sussistono su di essa diritti di terzi che possano in qualche modo limitarne o comprometterne l'utilizzo, l'esposizione e/o la pubblicazione su qualsiasi mezzo da parte della Fondazione CON IL SUD o da soggetti da essa incaricati. In ogni caso, ciascun partecipante si impegna a manlevare e tenere indenne la Fondazione da qualsiasi richiesta e/o pretesa da chiunque avanzata o proposta, esonerando la Fondazione da ogni responsabilità.

¹ La Fondazione si riserva la possibilità di richiedere, in una fase successiva, copia dei documenti necessari a verificare la veridicità delle dichiarazioni fatte.

2.2 Altri Soggetti della Partnership²

- 2.2.1 Oltre al Soggetto Responsabile, la proposta potrà vedere il coinvolgimento³ di altre organizzazioni che potranno appartenere, oltre che al mondo del volontariato e del terzo settore, anche a quello delle istituzioni, dell'università, della ricerca, al mondo economico o a quello dei media. La partecipazione di soggetti "profit" in qualità di Soggetti della Partnership, dovrà essere ispirata non alla ricerca del profitto, ma all'apporto di competenze e risorse finalizzate alla migliore efficacia e riuscita della campagna di comunicazione e dunque alla crescita e allo sviluppo del territorio e della società civile.
- 2.2.2 Sarà valutato positivamente il coinvolgimento di soggetti che dimostrino competenza ed esperienza nell'ambito della comunicazione e dell'innovazione sociale.

2.3 Condizioni di ammissibilità delle proposte

- 2.3.1 Sono considerate ammissibili tutte le proposte che:
- a) siano state inviate, esclusivamente *on line*, alla Fondazione, debitamente compilate in tutte le loro parti e comprensive di tutti gli allegati previsti, entro, e non oltre, le ore 13:00 dell'8 aprile 2016;
 - b) siano presentate da organizzazioni che abbiano le caratteristiche richieste al Soggetto Responsabile e indicate al paragrafo 2.1;
 - c) prevedano la realizzazione di interventi coerenti con gli obiettivi e le aree di intervento indicati nel paragrafo 1.2;
 - d) richiedano alla Fondazione un contributo non superiore a 50.000 euro.
- 2.3.2 Saranno, inoltre, non ammissibili tutte le Proposte che:
- e) siano presentate da persone fisiche, enti pubblici, partiti politici, organizzazioni sindacali, associazioni di categoria, soggetti che a vario titolo svolgono propaganda politica nonché attività in contrasto con la libertà e la dignità della persona, ovvero da soggetti che possono distribuire utili o destinare il patrimonio a finalità lucrative;
 - f) richiedano contributi per la gestione ordinaria delle attività usualmente svolte da uno qualsiasi dei soggetti della partnership.

La Fondazione è in ogni caso dotata di assoluta discrezionalità nella valutazione in ordine alla sussistenza e/o rilevanza dei requisiti di ammissibilità previsti nella Sezione 2.

2.4 Criteri per la valutazione

La Fondazione, ai fini dell'eventuale assegnazione del contributo, selezionerà la campagna di comunicazione che più delle altre:

- a) prevederà modalità di diffusione efficaci e sostenibili, volte a favorire la condivisione del tema sociale con un ampio pubblico;
- b) dimostrerà una adeguata conoscenza del tema affrontato;
- c) risulterà coerente in termini di tempistiche, risorse economiche e professionali, identificando idonee modalità di monitoraggio e valutazione;
- d) costituirà l'occasione per sviluppare reti relazionali tra soggetti diversi, tra organizzazioni non profit e professionalità della comunicazione;
- e) sarà in grado di coinvolgere nella proposta competenze e professionalità adeguate alla realizzazione degli interventi;
- f) prevederà una sua continuità e/o replicabilità nel tempo e nello spazio;
- g) proporrà azioni innovative, rispetto al settore della comunicazione individuato, al linguaggio e al tema affrontato.

² Si ricorda che tutte le organizzazioni, per poter essere considerate partner, devono iscriversi sulla piattaforma Igrant, compilare la propria sezione Anagrafica e richiedere il partenariato al Soggetto Responsabile, tramite i codici identificativi che quest'ultimo fornirà loro. A tal proposito si consiglia di consultare la "Guida alla compilazione on line" messa a disposizione sul sito della Fondazione.

³ La Fondazione si riserva la possibilità di richiedere a ciascuno dei partner coinvolti un documento che comprovi la reale adesione alla proposta, in una fase successiva.

SEZIONE 3. NORME GENERALI E CONTATTI

3.1 **Modalità di finanziamento**

Di norma, il contributo della Fondazione verrà erogato al Soggetto Responsabile in due diversi momenti:

- a) anticipo, pari al 50% del contributo assegnato dalla Fondazione;
- b) saldo, sulla base delle spese effettivamente sostenute e quietanzate.

3.2 **Modalità di presentazione delle Proposte**

Le Proposte, corredate di tutta la documentazione richiesta, devono essere compilate e inviate esclusivamente *on line* attraverso la piattaforma Igrant messa a disposizione dalla Fondazione sul sito www.fondazioneconilsud.it e comunque raggiungibile direttamente dal seguente *link*:

<http://progetti.fondazioneconilsud.it/portal/page223a.do?link=klN1.redirect>

entro, e non oltre, le ore 13:00 dell'8 aprile 2016.

3.3 **Esito della selezione e norme generali**

I proponenti dovranno accettare, mediante la sottoscrizione del punto "Dichiarazioni, Sottoscrizioni e Privacy", tutte le condizioni previste dalla presente iniziativa e dai suoi allegati, nonché l'insindacabile e inappellabile decisione della Fondazione. In fase di valutazione, la Fondazione si riserva la possibilità di effettuare verifiche e incontri di approfondimento con e/o richiedere chiarimenti al Soggetto Responsabile e/o ai Soggetti della Partnership.

Nel caso in cui una proposta venga selezionata, la Fondazione ne darà comunicazione solamente al Soggetto Responsabile mediante invio di apposita comunicazione riportante, fra l'altro, le condizioni sottostanti l'erogazione. La proposta selezionata potrà essere pubblicata sul sito della Fondazione.

La Fondazione potrà in qualsiasi momento richiedere al Soggetto Responsabile (e/o ai Soggetti della Partnership) un confronto sul budget e sugli indicatori più consoni per la specifica proposta.

L'esecuzione della proposta dovrà avere inizio entro 120 giorni dall'assegnazione del contributo. La Fondazione si riserva di revocare l'assegnazione del contributo qualora si verificano inadempienze gravi da parte dei Soggetti della Partnership (ivi incluso il Soggetto Responsabile) e, se del caso, potrà richiedere la restituzione delle somme precedentemente erogate. Saranno ad esempio considerate inadempienze gravi tali da causare la revoca del contributo: la mancanza delle autorizzazioni necessarie ai lavori di ristrutturazione da parte dei soggetti preposti nei tempi previsti, la non veridicità dell'autocertificazione antimafia e delle altre informazioni fornite, e altre gravi cause, ad insindacabile giudizio della Fondazione ed in qualsiasi momento esse si verificano.

Il Soggetto Responsabile sarà in tal caso tenuto all'immediata restituzione di quanto eventualmente già erogato.

La comunicazione con cui si assegna il contributo potrà, inoltre, individuare ulteriori casi di inadempienze considerate gravi.

3.4 **Rendicontazione e verifica**

Il Soggetto Responsabile si farà carico della rendicontazione dell'intera proposta.

Le modalità specifiche di rendicontazione e di verifica della stessa saranno esplicitate dalla Fondazione in sede di assegnazione del contributo.

Il Soggetto Responsabile prende atto, mediante la sottoscrizione del punto "Dichiarazioni, Sottoscrizioni e Privacy", del fatto che le verifiche, che la Fondazione effettuerà rispetto alla documentazione di rendicontazione, potranno comportare una riduzione dell'importo originariamente accordato.

3.5 Contatti

Per ulteriori chiarimenti relativi all'Iniziativa si prega di scrivere al seguente indirizzo email:

comunicazione@fondazioneconilsud.it

Solo ed esclusivamente per problemi tecnici relativi alla piattaforma *Igrant* è possibile contattare telefonicamente l'Ufficio Attività Istituzionali al numero 06/6879721 (**interno 1**) negli orari di assistenza previsti.

Laddove le risposte fornite siano di interesse generale, potranno essere pubblicate nell'area FAQ (Domande Frequenti) sul sito della Fondazione (www.fondazioneconilsud.it) ad integrazione di quanto già previsto dalla presente Iniziativa.