

FORMATO EUROPEO
PER IL CURRICULUM
VITAE



INFORMAZIONI PERSONALI

Nome	ZANELLA ELENA
Indirizzo	<i>omissis</i>
Telefono	
Fax	<i>omissis</i>
E-mail	
Nazionalità	Italiana
Data di nascita	<i>omissis</i>

ESPERIENZA LAVORATIVA

- Date (da – a) **DAL 2014**
- Nome e indirizzo del datore di lavoro **ELENA ZANELLA**
Ufficio: Via Ampère, 61/a – 20131 Milano
- Tipo di azienda o settore **CONSULENZA**
- Tipo di impiego **LIBERA PROFESSIONE**
- Principali mansioni e responsabilità **Consulenza e formazione per il nonprofit e l'ente pubblico.**
Percorsi SURF, Startup Unità Raccolta Fondi.

Organizzazioni:

Sercop, <http://sercop.it/>

Fondazione Ferrario www.fondazione-ferrario.it

Infine Onlus <http://infine.it/>

Smaisoli Onlus <http://smaisoli.it>

Parco Nord Milano con Associazione Idea <http://parconord.milano.it/>

Uildm Dir. Naz. <http://uildm.org/>

Centro Regionale Trapianti Piemonte e Valle d'Aosta <http://www.piemonte.airt.it/>

Consultorio Familiare Udinese Onlus <http://consultorioudinese.it/>

Associazione Italia Uganda <http://italiauganda.it/>

ENTI E ONP CON CUI HO COLLABORATO NEL CORSO DEGLI ANNI:

Associazione Italia Uganda, Sercop, Consultorio Familiare Udinese Onlus,
Centro Regionale Trapianti Piemonte e Valle d'Aosta, Parco Nord Milano,

Associazione Idea, Infine Onlus, Smaisoli, Fondazione Ferrario, Comune di Pogliano Milanese, Scuola dell'Infanzia A. Chaniac, Fondazione Serena Onlus, Fondazione Aurora Onlus, Uildm Monza, Uildm nazionale, Uildm Milano, AIL Milano, Fondazione Theodora, Associazione Piera Cutino, Istituto Serafico Assisi, Guida-Onlus, Progetto Itaca, Associazione R.A.U. di Rho, AISLA, AriSLA, Fondazione Viali e Mauro, Fondazione Telethon, Scuola Cerreta di Bologna, Comune di Cesano Maderno, Fondazione Uspidalet, Festival del Fundraising, Fundraising School, PGA So, Altis Università Cattolica.

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità

SETTEMBRE 2007 – MAGGIO 2014

Fondazione Serena Onlus – Centro Clinico NEMO. Sedi di Milano (AO Niguarda) e Arenzano (Ospedale la Colletta, Arenzano, GE). Soci fondatori: Uildm, Telethon, Ospedale Niguarda. Soci partecipanti: Aisla, Ass. Fam. SMA.

SANITA' – PRIVATO SOCIALE

DIRIGENTE A TEMPO INDETERMINATO, Contratto Confcommercio

Direttore fundraising, comunicazione, marketing Centro Clinico NEMO di Milano e di Arenzano. Supervisore e coordinatore del fundraising, della comunicazione e del marketing del Centro Clinico NEMO Sud di Messina: dal settembre 2012.

Attività svolta: Startup, costruzione dell'awareness e della reputazione. Pianificazione e attuazione di strategie di fundraising, comunicazione e marketing di breve, medio e lungo periodo sui diversi livelli (canali e strumenti sia on che off line). Comunicazione al board. Individuazione, costruzione e gestione del team. Formazione interna. Autonomia e responsabilità del budget e degli investimenti. Networking and partnership. Web: www.centroclinionemo.it

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità

2011/2014

ASSIF, Associazione Italiana Fundraiser

PRIVATO SOCIALE

CONSIGLIERE VOLONTARIO

Web: www.assif.it

- Date (da – a)
- Nome e indirizzo del datore di lavoro
- Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità

OTTOBRE 2008/DICEMBRE 2009

AriSLA Fondazione per la Ricerca sulla SLA, Milano. Soci fondatori: Aisla, Fondazione Viali e Mauro per la Ricerca e lo Sport, Fondazione Cariplo, Fondazione Telethon.

PRIVATO SOCIALE

CONTRATTO A PROGETTO

Startupper e Responsabile Comunicazione.

L'Agenzia è grant making e si occupa di finanziare la ricerca sulla SLA. Mio il payoff: *Per un futuro senza SLA.*

Web: www.arisla.org

- Date (da – a)

DICEMBRE 2004/SETTEMBRE 2007

- Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di azienda o settore
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
 - Date (da – a)
 - Nome e indirizzo del datore di lavoro
 - Tipo di impiego
 - Principali mansioni e responsabilità
- Lentati & Partners Srl, Milano, ora Studio Lentati.**
- CONSULENZA AL TERZO SETTORE**
CONTRATTO A PROGETTO
 Senior Account Director
 Primaria agenzia di consulenza nel fundraising e nel marketing sociale.
 Clienti: Uildm Nazionale (Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare) di Padova, AIL sezione Milano (Associazione Italiana Leucemie), Fondation Theodora (sede italiana) di Milano, Associazione Piera Cutino Onlus per le Talassemie di Palermo, Istituto Serafico di Assisi (PG), Guida Onlus di Milano, Fonazione File di Firenze, Banca Popolare di Bari.
<http://www.studiolentati.com/storia.asp?s=37&t=2>
- APRILE 2004/DICEMBRE 2004**
M&C Marketing e Comunicazione Srl, Milano.
- CONSULENZA**
CONTRATTO A PROGETTO
 Account
 comunicazione pubblica e sociale
<http://www.lab-mc.com/>
- 2003**
Progetto Itaca Onlus
- PRIVATO SOCIALE**
Tirocinio
 Comunicazione e fundraising
 Web: <http://www.progettoitaca.org/>
- MARZO 1999/DICEMBRE 2002**
Flor Media Srl, Milano
- SOCIETA' EDITRICE**
Libera professione
 Responsabile produzione
- FEBBRAIO 1992/ DICEMBRE 2001**
Atlantide Edizioni
- Founder**
 Editore

responsabilità

56 Libri a catalogo, vendita per corrispondenza. Attività cessata 2001.

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Date (da – a) Settembre 2014 / settembre '15
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Executive Master in Social Entrepreneurship MHUSE,
- ALTIS Università Cattolica in collaborazione con LUISS, Politecnico di Milano, Digital Accademia
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Formazione manageriale per nonprofit, cooperative, associazioni e ONG
 - Qualifica conseguita Master universitario

- Date (da – a) 2000/2004
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Libera università di lingue e comunicazione IULM, Milano
 - Qualifica conseguita Laurea in Scienze e tecnologie della comunicazione. Voto finale: 110/110
Classe 14 delle lauree in Scienze della Comunicazione

- Livello nella classificazione nazionale (se pertinente)

- Date (da – a) 1991
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione ITC G. Maggiolini, Parabiago MI
 - Qualifica conseguita Diploma di Perito Aziendale e Corrispondente in lingue estere.

- Date (da – a) 2008
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Altis, Alte Scuole, Università Cattolica, Milano
 - Principali materie / abilità professionali oggetto dello studio Corso di Management delle Organizzazioni Nonprofit e delle Imprese Sociali, Università Cattolica/Altis Scuola di Alta Formazione, Milano
 - Qualifica conseguita

- Date (da – a) 1998
 - Nome e tipo di istituto di istruzione o formazione Istituto Superiore D'Arte Applicate del Castello Sforzesco, Milano
Corso triennale
 - Qualifica conseguita Diploma di Grafica

CAPACITÀ E COMPETENZE

PERSONALI

Acquisite nel corso della vita e della carriera ma non necessariamente riconosciute da certificati e diplomi ufficiali.

MADRELINGUA

ITALIANO

ALTRE LINGUA

FRANCESE

BUONO

BUONO

INGLESE

BUONO

DISCRETO

DISCRETO

- Capacità di lettura
- Capacità di scrittura

- *Capacità di lettura*
- *Capacità di scrittura*
- Capacità di espressione orale

CAPACITÀ E COMPETENZE

RELAZIONALI

Vivere e lavorare con altre persone, in ambiente multiculturale, occupando posti in cui la comunicazione è importante e in situazioni in cui è essenziale lavorare in squadra (ad es. cultura e sport), ecc.

CREDO NEL LAVORO DI SQUADRA, PURCHE' STRUTTURATO E ARMONIZZATO. LA RICCHEZZA DI OGNUNO, SE BEN INDIRIZZATA, RENDE UN PRODOTTO VINCENTE PERCHE' SOMMATORIA DI PUNTI DI VISTA DIFFERENTI.

CAPACITÀ E COMPETENZE

ORGANIZZATIVE

Ad es. coordinamento e amministrazione di persone, progetti, bilanci; sul posto di lavoro, in attività di volontariato (ad es. cultura e sport), a casa, ecc.

SONO UNA PERSONA ORGANIZZATA, DETERMINATA E ORIENTATA AL RISULTATO.

CAPACITÀ E COMPETENZE

TECNICHE

Con computer, attrezzature specifiche, macchinari, ecc.

Piattaforme Mac e Windows: Pacchetto Office (Word, Power Point, Excel); Quark Xpress; Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Acrobat; Front Page; Free Hand; Wordpress.

Uso professionale dei social media.

CAPACITÀ E COMPETENZE
ARTISTICHE
Musica, scrittura, disegno ecc.

- **GIUGNO 2015, “Professione Fundraiser”, Franco Angeli, I Manuali.**
- DA GENNAIO 2015. EDITORIALISTA SU THEWAY del network UIDU.ORG
<http://theway.uidu.org/>
- DA SETTEMBRE 2012. BLOG LA ZANZARELLA, su Vita.it, versione online di Vita Non Profit, periodico di riferimento per il Terzo Settore
<http://blog.vita.it/zanzarella/>
- DA SETTEMBRE 2010. NONPROFIT BLOG. Cultura e dinamiche del terzo settore. <http://elenazanella.it> 6 categorie, 260 post pubblicati, oltre 1000 commenti pubblicati, 4mila pagine lette al mese. Un blog che è divenuto con il tempo un punto importante di studio e confronto per chi fa fundraising, marketing e comunicazione sociale in Italia

PATENTE O PATENTI

B AUTOMUNITA

ULTERIORI INFORMAZIONI

TAVOLI DI LAVORO

- 2014. Promotrice dell'iniziativa "Il fundraising nella Riforma del Terzo settore", presso il Governo Renzi.
- 2014. Commissione Tecnico-Scientifica del [Festival del Fundraising](#).
- Dal 2012. Parte della Commissione di Segnalazione [Oscar di Bilancio P.A.](#) Aziende Sanitarie Pubbliche, su delega Ferpi
- Da ottobre 2011, Tavolo di lavoro di [FERPI Sociale](#) sulla comunicazione sociale

ATTIVITA' DI FORMAZIONE/DOCENZA

- Fund Raising School, dal 2012 <http://www.fundraisingschool.it/chi-siamo/i-docenti/>
- Skyler Business School, dal 2015 <http://www.skylerbs.com/formatori/>

RICONOSCIMENTI PROFESSIONALI

- Ottobre 2013, Nominee at the Global Fundraiser, category for individuals with five years' fundraising experience who can demonstrate evidence of fundraising success over a sustained period of two years or more (Link: IFC, <http://www.resource-alliance.org/pages/en/how-to-take-part.html>). Le ragioni della Giuria: "The example of successful major donor fundraising by Elena is the latest success in a distinguished career".
- Maggio 2013, Vincitrice dell'Italian Fundraising Award "Fundraiser IFA 2013", Premio nazionale dedicato ai professionisti della Raccolta Fondi (fonte: http://www.festivaldelfundraising.it/152-Italian_%3C_br%3E_Fundraising_Award/157-Albo_d_oro_vincitori/)
- Ottobre 2012, tra le 50 donne più influenti nel Terzo Settore in Italia (fonte: Vita.it, <http://www.vita.it/economia/impresa-sociale/le-50-donne-del-non-profit-italiano.html>)
- Novembre 2009, ALBO D'ORO del PREMIO MARKETING FARMAFFARI 2009, Centro Clinico NEMO – Agenzia Multijob: Istituito dallo Studio SviMM nel 2005, il Premio Marketing Farmaffari mira a "premiare le migliori campagne pubblicitarie, distinte per originalità e semplicità di linguaggio. Vuole essere dunque un riconoscimento per le aziende committenti e per le agenzie di Advertising impegnate nella ricerca di messaggi appunto originali e suggestivi" (Fonte: [Ferpi](#)).

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

- Dal 2004, Socio ASSIF Associazione Italiana Fundraiser
- Dal 2008, Socio professionista FERPI Federazione Relazioni Pubbliche
- Dal 2003, Free lance iscritta al FLIP Free Lance International Press
- Dal 2009, Socio Manageritalia

QUALCHE LINK

- [VIDEO](#). CORTOMETRAGGIO "5 ANNI DI NOI", dicembre 2012
- VIDEO. FUNDRAISER 2013, Maggio 2013
<http://www.youtube.com/watch?v=tHjbrxU5RiQ>
- [VIDEO](#). ISTITUZIONALE 2012, Maggio 2012
- [VIDEO](#). UDINESE PER LA VITA ONLUS PER IL CENTRO CLINICO NEMO, Gennaio 2014
- INTERVISTA. D LA REPUBBLICA DELLE DONNE, Gennaio 2014
<http://webwomenwant-d.blogautore.repubblica.it/2014/01/07/fundraising-online-il-digitale-al-servizio-del-nonprofit-intervista-a-elena-zanella/>
- DISPENSE SU SLIDESHARE <http://www.slideshare.net/ezanella>
- PROFILO LINKEDIN <http://it.linkedin.com/in/elenazanella>

ALCUNI PROGETTI DI RILIEVO:

- STRADA CRESCENDO Welfare di comunità, Comune di Pogliano Milanese (MI) con Cemit Mondadori e Individual (2015)
- NATURALMENTE BIODIVERSI Parco Nord Milano (2014)
- DBDO' FUNDRAISER DATACENTER, database relazionale per l'attività di fundraising
- "CINQUE ANNI DI NOI, con il docufilm UNA GIORNATA AL NEMO" (dicembre 2012)
- "5xmille? 5xnoi!" Campagna di sensibilizzazione al 5x1000 di Fondazione Serena (aprile 2012) [view link](#)
- A SCUOLA CON NEMO: Con Fondazione Mariani e Ossida (dal 12/10, in corso) [view link](#)
- Fondazione Johnson & Johnson/AISLA '4 Ruote e 1 Carrozza: muoversi in libertà... nonostante la disabilità' (12/09);
- Progetto restyling sito web AISLA, dic. 2009;
- Esselunga/Fondazione Serena 'Insieme per i bambini del Centro Clinico NEMO' (10/09 – 04/10);
- Fondazione Johnson & Johnson/Uildm 'Una città possibile' (12/08);
- Start-Up AriSLA (Fondazione per la Ricerca sulla Sclerosi Laterale Amiotrofica). Claim: Insieme per un futuro senza SLA;
- Start-Up Centro Clinico NEMO al Niguarda di Milano. Claim: Le malattie neuromuscolari finalmente al Centro di un grande progetto;
- Evento Giornata Nazionale di raccolta fondi Uildm 'Dispiega le mie ali, contro ogni barriera' (dalla prima edizione del 2005 al 2011);
- "Spinning è Vita" dell'Istituto Serafico di Assisi: ideazione format evento nazionale di visibilità/raccolta fondi. Claim: Sport e Solidarietà hanno una cosa in comune: fanno bene al cuore.
- Progetto di CRM 'Il dono di Natale' e FR su sportelli delle filiali, Gruppo Sanpaolo IMI/Ass. Piera Cutino Onlus, 2006; testimonial: Fiorello

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.lgs. 196 del 30 giugno 2003.

30 set. 15 '15

Firma ELENA ZANELLA



PROPOSTA SURF “ONGOING”

**SUPERVISIONE E AFFIANCAMENTO
ATTIVITA' DI FUNDRAISING, COMUNICAZIONE, MARKETING SOCIALE
SU PROGETTO “#OLTREIPERIMETRI”
per**



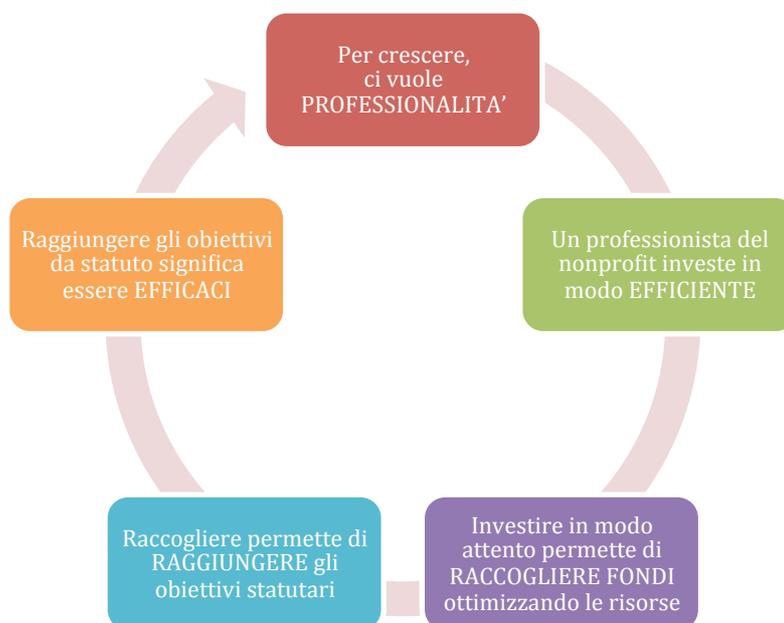
14 aprile 2015 - Proposta 052015

IL PROGETTO SURF.

Arriva il momento in cui un'organizzazione si trova nell'opportunità di poter crescere o nell'esigenza di capitalizzare quanto prodotto. Crescita significa potere offrire servizi di bene comune a comunità più ampie e quindi soddisfare un bisogno più allargato. Crescita significa raggiungere i propri obiettivi di bene comune previsti da statuto. Ma crescita significa anche ripensarsi in termini strutturali e progettuali. Significa pensarsi e ripensarsi in termini di impresa, discutendo su nuovi aspetti di gestione fino a quel momento solo accennati: organizzazione, tecnica, strutturazione interna, pianificazione, formazione. In una parola: riorganizzarsi.

In questa fase, il primo aspetto su cui investire è la costituzione di un'area fundraising che con la comunicazione e il marketing sociale sono i mezzi attraverso i quali intercettare e raccogliere i fondi necessari alla realizzazione dei progetti e contribuire alla sostenibilità dell'ente nel lungo periodo.

PARADIGMA DEL CICLO DELLA PROFESSIONALITA' NEL FUNDRAISING E NELLA COMUNICAZIONE SOCIALE (EZ0910)



L'IDEA PER LA PICCOLA E MEDIA ONP E L'ENTE PUBBLICO

SURF. Il modello operativo che propongo nasce sull'esperienza maturata nel corso degli anni e parte dall'idea che sia più che mai necessario parlare di "specializzazione nell'integrazione". Fundraising, comunicazione e marketing sono competenze che insieme concorrono alla realizzazione degli scopi dell'ONP. Per questo motivo, vanno sviluppati uniformemente all'interno dell'unità di raccolta fondi e stimolati a lavorare in modo sinergico.

FUNDRAISING INTEGRATO



Raccolta Fondi, Comunicazione e Marketing

IL PROGETTO SURF: ATTIVITA' INTERNA ALL'ORGANIZZAZIONE

In linea generale, il progetto SURF si propone di costituire, avviare e accompagnare l'ente nell'organizzazione di un'unità di raccolta fondi e di farlo in modo integrato, sviluppando tutte le aree che più lo rappresentano. A tal fine, è necessaria l'individuazione di una o più figure (il FLO, Fundraising Liaison Officer) che gestiscano operativamente le attività all'interno della ONP. Da responsabilizzare in modo crescente fino all'autonomia. L'attività di consulenza è modulare e prevista su un arco temporale normalmente rappresentabile in 18 mesi così suddivisibili:

- FASE DI ANALISI (3 mesi)
- FASE DI AVVIAMENTO (9 mesi)
- FASE DI ACCOMPAGNAMENTO (6 mesi)

FASE 1: ANALISI

Un'attività di fundraising integrato richiede un'approfondita analisi per lo sviluppo di un quadro logico di riferimento che non può prescindere dai seguenti passi operativi:

1. ANALISI INIZIALE con raccolta di tutte le informazioni attraverso la raccolta della documentazione esistente e di interviste ai referenti interni e la stesura di un documento da condividere.

- Inquadramento: Stato dell'arte; Analisi SWOT
- Analisi delle attività di comunicazione e di raccolta fondi attuali
- Analisi dei target d'area (individui, aziende, istituzioni, media)
- Analisi delle entrate (donazioni, sponsorizzazioni, lasciti, ecc.)

2. Stesura PROPOSTA STRATEGICA PER LA FORMAZIONE DELLE COMPETENZE INTERNE

PIANIFICAZIONE STRATEGIE DI FUNDRAISING, COMUNICAZIONE E MARKETING

- definizione della strategia di fundraising e degli obiettivi da raggiungere in relazione al target
- Individuazione strumenti e canali migliori da adottare per l'ottenimento dei max risultati
- individuazione dei budget: delle necessità economiche e dei risultati che dovranno essere raggiunti grazie alle attività di fundraising per individuare, acquisire e implementare costantemente il numero dei sostenitori.
- individuazione delle migliori attività di comunicazione finalizzate alla raccolta fondi

Tutte le proposte individuate sono studiate in un'ottica di raccolta fondi, ivi compresa la comunicazione. Sono escluse le attività formative di ufficio stampa e di pr.

FASE 2: AVVIAMENTO

- Avviamento unità di raccolta fondi con trasferimento di know how
- relazione di metà percorso
- relazione al 12° mese con previsione crescita FASE ACCOMPAGNAMENTO

Stesura REPORT FINALE al termine dei 12 mesi.

FASE 3: ACCOMPAGNAMENTO

6 mesi per raggiungere l'autonomia. Da valutare in corso d'opera.

SVILUPPO SURF "ONGOING" PER SERCOP

Sercop nasce per volontà dei comuni del rhodense **per rispondere ai bisogni sociali del territorio**, puntando sullo **sviluppo di servizi di qualità**, mediante interventi mirati alla promozione, al mantenimento e al recupero del benessere dei suoi cittadini e al pieno sviluppo delle persone nell'ambito dei rapporti familiari e sociali, con particolare riferimento alle persone in stato di maggior bisogno e fragilità.

OBIETTIVO

L'intervento che ci si propone si inserisce nel progetto #OLTREIPERIMETRI, WELFARE IN AZIONE e ha l'obiettivo di costituire, accompagnare e affiancare l'ente nella costituzione e nell'autonomia della propria unità di raccolta fondi interna fino all'autonomia raggiunta o, almeno, fino al completamento del progetto specifico (36 mesi).

ATTIVITA' FORMATIVA PROPOSTA

L'obiettivo di affiancamento sarà dunque duplice:

1. COMUNICAZIONALE, prevalente: valorizzazione dell'esistente e individuazione delle migliori strategie per favorire l'awareness e il raggiungimento degli obiettivi proposti.
2. DI FUNDRAISING, conseguente: attraverso l'individuazione e la supervisione dei processi di attuazione delle migliori strategie da adottare per intercettare fondi provenienti da canali diversi.

La proposta. Nel perseguimento degli obiettivi di cui al punto 1 e 2 e vista la complessità delle attività di SERCOP, l'attività formativa proposta è modulare e si articola su un arco temporale di 36 mesi così suddivisi:

- FASE 1: ANALISI (3 mesi) che prevedono, in particolare:
 - breve analisi dello stato del progetto e del fabbisogno comunicazionale
 - stesura proposta di piano strategico di fundraising integrato (comunicazione, marketing, raccolta fondi) che svizzerà:
 - fattibilità,
 - azioni di comunicazione e raccolta fondi nel breve e medio periodo (1/3 anni) in relazione ai target e agli obiettivi dati,
 - proposizione di metodi di misurazione
- FASE 2: AVVIAMENTO E COORDINAMENTO DELLE ATTIVITA' ORDINARIE (15 mesi)
- FASE 3: FASE DI ACCOMPAGNAMENTO (18 mesi)

Presenza:

- in sede 1/2 volte al mese secondo pianificazione concordata
- e-mail e skype,
- assistenza telefonica

Per garantire il corretto impiego delle ore, le attività verranno annotate puntualmente in un diario di lavoro che verrà condiviso periodicamente.

BUDGET

FASI	TEMPI	BUDGET
FASI 1 e 2	Pacchetto di 150 ore a consumo entro i 18 mesi dalla firma del presente.	€ 15.000 € a forfait
FASE 3	Pacchetto formativo di 150 ore da sottoscrivere al termine della FASE 2.	€ 15.000 € a forfait

SUPPORTO ONLINE e ONCALL	Al bisogno	Incluso
-----------------------------	------------	---------

Più oneri di legge (IVA e rivalsa Inps se previsti) ed eventuali rimborsi spese documentati. Tranche bimestrali da concordare.

NOTE CONTRATTUALI

E' probabile un cambiamento dell'attività giuridica successiva alla firma del presente. Si autorizza sin d'ora l'eventuale cessione del presente contratto a una società di proprietà di Elena Zanella che garantisce la prosecuzione degli impegni presi e il rispetto di quanto qui concordato.

NOTE OPERATIVE

SERCOP è consapevole che l'attività proposta di FUNDRAISING INTEGRATO prevede investimenti nella realizzazione di strumenti di comunicazione e il coinvolgimento di figure terze. Tutte le attività produttive verranno proposte, discusse e approvate con/da SERCOP che le commissionerà direttamente. In termini del tutto previsionali e non vincolanti, si stima che l'investimento relativo all'area comunicazione potrebbe attestarsi tra i 10/12mila Euro netti per il primo anno di attività.

Le parti si impegnano a garantire la riservatezza sui contenuti di cui al presente.

POGLIANO MILANESE (MI), Lì _____

Elena Zanella

SERCOP

Elena Zanella aderisce:

FERPi

FEDERAZIONE
RELAZIONI
PUBBLICHE
ITALIANA

Docente:



Editorialista:

