



APRILE 2023

BANDI E

OPPORTUNITÀ

EUROPEI

PATRIZIA TOIA

 **Toiapatrizia**  **patriziatoia**

 **Toiapatrizia**  **patriziatoia.it**



AGRICOLTURA.....	2
Bandi per la promozione dei prodotti agroalimentari	2
IMPRESE	10
Sostegno agli imprenditori ucraini - Erasmus per giovani imprenditori	10

AGRICOLTURA

Bandi per la promozione dei prodotti agroalimentari

La Commissione europea ha lanciato i bandi 2023 per i programmi europei di promozione agroalimentare, nell'UE e all'estero che finanzieranno azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli europei in forma di **campagne di informazione e di promozione**.

La Commissione europea definisce le priorità strategiche per la promozione dei prodotti agricoli europei e i criteri di finanziamento in un [programma di lavoro annuale](#) che individua i prodotti e i possibili mercati.

L'Agenzia esecutiva europea per la ricerca ([REA](#)) mette in atto questa politica strategica per conto della Commissione.

A tal fine:

- **Pubblica inviti a presentare proposte e valuta le proposte ricevute;**
- **Eroga sovvenzioni e gestisce accordi di sovvenzione;**
- **Organizza manifestazioni e campagne di comunicazione all'interno e all'esterno dell'UE.**

Le campagne dovrebbero evidenziare gli elevati standard di sicurezza e qualità, così come la diversità e gli aspetti tradizionali dei prodotti agroalimentari dell'UE, compresi i sistemi di qualità dell'UE. Per le campagne all'estero, le priorità sono fissate sui mercati ad alto potenziale di crescita come il **Giappone**, la **Corea del Sud** o il **Canada**.

Le campagne di promozione dei prodotti agricoli dell'UE sono concepite per creare nuove **opportunità di mercato per gli agricoltori dell'UE** e dell'intera industria alimentare, nonché per aiutarli a consolidare le imprese agricole esistenti.

Esistono due tipi di azioni di promozione:

- **Quelle gestite da associazioni professionali o interprofessionali europee e cofinanziate dall'UE;**
- **Quelle gestite direttamente dalla stessa UE, come le iniziative diplomatiche del commissario competente in paesi extra UE per sviluppare gli scambi di prodotti agroalimentari, la partecipazione a fiere e l'organizzazione di campagne di comunicazione.**

Obiettivi

La politica dell'UE per la **promozione dei prodotti agricoli** ([AGRIP](#)) ha come obiettivo generale quello di migliorare la competitività del settore agricolo dell'Unione.

Più nello specifico, le azioni di informazione e di promozione dovrebbero mirare a:

- a) **Migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione;**

- b) Aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione e ottimizzarne l'immagine tanto all'interno quanto all'esterno dell'Unione;
- c) Rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione;
- d) Aumentare la quota di mercato dei prodotti agricoli e di determinati prodotti alimentari dell'Unione, prestando particolare attenzione ai mercati di paesi terzi che presentano il maggior potenziale di crescita;
- e) Ripristinare condizioni normali di mercato in caso di turbative gravi del mercato, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici.

Per conseguire gli obiettivi di questa politica, le azioni di informazione e di promozione devono essere attuate sia all'interno sia all'esterno degli Stati membri dell'UE, sotto forma di:

- **Programmi semplici**, che possono essere presentati da una o più organizzazioni proponenti stabilite nello stesso Stato membro.
Nel caso dei programmi semplici, le autorità nazionali competenti e il beneficiario o i beneficiari sottoscrivono un contratto, anch'esso denominato convenzione di sovvenzione.
- **Programmi multipli**, che possono essere presentati da almeno due richiedenti stabiliti in Stati membri differenti o da una o più organizzazioni dell'Unione.
Nel caso dei programmi multipli, l'Agenzia esecutiva e le organizzazioni beneficiarie, ossia i beneficiari del cofinanziamento dell'UE, sottoscrivono una convenzione di sovvenzione.

Attività finanziabili

Le campagne di informazione e di promozione possono riguardare le seguenti attività:

- **Relazioni pubbliche** - Azioni di PR, eventi stampa.
- **Sito web, social media** - Configurazione, aggiornamento, manutenzione del sito web; Social media (*configurazione degli account, pubblicazione regolare di post, applicazioni per dispositivi mobili, piattaforme di e-learning, webinar ecc.*).
- **Pubblicità** - Stampa; TV; Radio; Online; Attività in ambienti esterni; Cinema.
- **Strumenti di comunicazione** - Pubblicazioni; Kit mediatici; Gadget promozionali; Video promozionali.
- **Eventi** - Stand in fiere. seminari; Workshop; Incontri tra imprese; Formazione commerciale; Corsi di cucina; Attività nelle scuole; Settimane dei ristoranti, Sponsorizzazione di eventi; Viaggi di studio in Europa.
- **Promozione presso i punti vendita** - Giornate di degustazione; Pubblicità presso i punti vendita.

La proposta di progetto dovrebbe essere **altamente competitiva**. Un elemento di debolezza in una proposta peraltro valida potrebbe abbassare il punteggio complessivo e determinare, di conseguenza, l'esclusione dalla selezione per il finanziamento dell'UE.

Alla luce di ciò, si consiglia di **valutare attentamente i seguenti aspetti** prima di cominciare a redigere una proposta:

- **Pertinenza**: Verificare se la proposta è coerente con il bando e se tratta il tema specifico scelto. Le proposte che non rientrano nell'ambito di pertinenza del bando saranno dichiarate inammissibili. Le proposte che riguardano solo vagamente il tema specifico

potrebbero essere respinte poiché potrebbero non raggiungere il punteggio minimo previsto per il pertinente criterio di aggiudicazione.

- **Completezza:** Verificare se la proposta che si vuole presentare comprende tutte le informazioni rilevanti e tratta tutti gli aspetti descritti nei criteri di aggiudicazione perché sarà valutata esclusivamente sulla base del contenuto dei documenti presentati. Non dimenticare che quantità non significa qualità: Le buone proposte sono redatte chiaramente e sono facili da capire.
- **Impatto:** Le buone proposte dovrebbero essere focalizzate sui risultati e spiegare chiaramente come intendono conseguirli. Le proposte devono includere anche la descrizione metodologica di uno studio di valutazione valido e credibile - eseguito da un organismo esterno indipendente - che non sia concentrato soltanto sulla valutazione del procedimento, ma esamini in particolare l'impatto finale atteso.

[Inviti a presentare proposte per programmi semplici 2022](#)

Mercato Interno

1. [Regimi di qualità dell'Unione](#)

Programmi di informazione e di promozione destinati a rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione, ossia:

- Regimi di qualità: denominazione di origine protetta (DOP), indicazione geografica protetta (IGP), specialità tradizionale garantita (STG) e indicazioni facoltative di qualità;
- Il simbolo grafico (logo) dei prodotti agricoli di qualità caratteristici delle regioni ultraperiferiche dell'Unione.

I programmi di informazione e promozione sui regimi di qualità dell'Unione dovrebbero essere una priorità fondamentale nel mercato interno, poiché tali regimi forniscono ai consumatori garanzie sulla qualità e sulle caratteristiche del prodotto o sul processo di produzione utilizzato.

Uno dei risultati attesi è l'aumento dei livelli di riconoscimento del logo associato ai sistemi di qualità dell'Unione da parte dei consumatori europei e una maggiore conoscenza delle informazioni che i sistemi di qualità mirano a fornire.

Secondo l'Eurobarometro speciale solo il 14% dei consumatori europei riconosce i loghi dei prodotti che beneficiano di una denominazione d'origine protetta (DOP), il 20% riconosce un'indicazione geografica protetta (IGP).

2. [Metodi di produzione biologica](#)

L'obiettivo è quello di aumentare la consapevolezza e il riconoscimento del sistema di qualità dell'Unione sulla produzione biologica. I programmi di informazione e promozione del sistema di qualità dell'Unione sul metodo di produzione biologica dovrebbero essere una priorità chiave nel mercato interno, poiché questo sistema fornisce ai consumatori garanzie sulla sostenibilità, la qualità e le caratteristiche del prodotto e del processo di produzione utilizzato, e i benefici ambientali che genera, realizza un valore aggiunto per i prodotti interessati e aumenta le loro opportunità di mercato.

3. Sviluppo sostenibile del settore agricolo comunitario

Le attività dovrebbero evidenziare la sostenibilità dell'agricoltura dell'Unione, sottolineando il suo ruolo benefico per l'azione sul clima e l'ambiente. Le iniziative promozionali dovrebbero affrontare il modo in cui i prodotti promossi e i loro metodi di produzione contribuiscono alla mitigazione dei cambiamenti climatici (ad esempio, riduzione delle emissioni di gas serra) e/o all'adattamento (ad esempio, risparmio idrico, colture e varietà di colture resistenti al clima).

Le attività dovrebbero interessare almeno uno dei seguenti ambiti:

- Conservazione della biodiversità e uso sostenibile delle risorse naturali (per esempio fauna selvatica, paesaggio, risorse genetiche);
- Gestione sostenibile dell'acqua (per esempio efficienza nell'uso dell'acqua, riduzione dei nutrienti o del carico di pesticidi);
- Gestione sostenibile del suolo (per esempio controllo dell'erosione, equilibrio dei nutrienti, prevenzione dell'acidificazione, salinizzazione, riduzione dei pesticidi);
- Metodi di allevamento sostenibili ed efficienti dal punto di vista del contenuto di carbonio;
- Riduzione dell'uso di antimicrobici;
- Riduzione delle perdite e degli sprechi alimentari;
- Consumo sostenibile;
- Benessere degli animali.

4. Frutta e verdura fresca

Le campagne di informazione e promozione devono evidenziare i benefici del consumo di frutta e verdura fresca in una dieta equilibrata. I messaggi potrebbero concentrarsi in particolare su:

- Puntare a consumare almeno 5 porzioni di una varietà di frutta e verdura ogni giorno;
- Il collocamento di frutta e verdura nella piramide alimentare;
- L'impatto benefico del consumo di frutta e verdura sulla salute.

L'obiettivo è quello di aumentare il consumo di frutta e verdura fresca dell'UE informando i consumatori sulle pratiche alimentari equilibrate e sane.

L'impatto finale previsto è quello di migliorare la competitività e il consumo dei prodotti agroalimentari dell'Unione interessati, aumentare il loro livello di visibilità e la loro quota di mercato.

5. Metodi agricoli e prodotti alimentari europei

Programmi di informazione e di promozione destinati a mettere in evidenza le specificità dei metodi di produzione agricola nell'Unione e le caratteristiche dei prodotti agroalimentari dell'UE e dei regimi di qualità.

Deve essere messa in evidenza almeno una delle specificità dei metodi di produzione agricola nell'Ue, in particolare sul piano della sicurezza alimentare, della tracciabilità, dell'autenticità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali e sanitari (comprese abitudini alimentari corrette e consumo responsabile delle bevande alcoliche ammissibili), del benessere degli animali, del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità (compresi i benefici climatici), come pure delle caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari, specialmente in termini di qualità, sapore, diversità o tradizioni.

Paesi Terzi

6. [Sostegno a programmi semplici destinati a Cina \(compresi Hong-Kong e Macao\), Giappone, Corea del Sud, Taiwan, Asia sud-orientale o Asia meridionale](#)
7. [Sostegno a programmi semplici destinati a Canada, USA o Messico](#)
8. [Sostegno a programmi semplici destinati ad altre aree geografiche](#)
9. [Sostegno a programmi semplici che promuovono i prodotti biologici dell'Unione OPPURE la sostenibilità dell'agricoltura dell'Unione in qualsiasi paese terzo/i](#)

Le finalità di tali campagne devono evidenziare in particolare le specificità dei metodi di produzione agricola nell'UE, soprattutto sul piano della sicurezza alimentare, della tracciabilità, dell'autenticità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali e sanitari, del benessere degli animali, del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità (compresi i benefici per il clima come la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra e/o l'aumento delle rimozioni dell'anidride carbonica), come pure delle caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari, in particolare in termini di qualità, sapore, diversità o tradizioni.

L'impatto finale previsto è quello di migliorare la competitività e il consumo dei prodotti agroalimentari dell'Unione, aumentare la loro visibilità e la loro fetta di mercato in questi paesi destinatari.

Beneficiari

I richiedenti devono essere in possesso di personalità giuridica, essere stabiliti in uno Stato membri UE - compresi i paesi e territori d'oltremare (PTOM) - e rientrare in una delle seguenti categorie:

- Organizzazioni professionali o interprofessionali, stabilite in uno Stato membro;
 - Organizzazioni di produttori o associazioni di organizzazioni di produttori;
 - Organismi del settore agroalimentare il cui obiettivo e la cui attività consistano nel promuovere i prodotti agricoli e nel fornire informazioni sugli stessi e che siano stati investiti, dallo Stato Membro, di attribuzioni di servizio pubblico chiaramente definite in questo ambito. (Devono essere stati legalmente costituiti almeno due anni prima del bando al quale intendono candidarsi).
- ✓ *Le proposte di progetto possono essere presentate da una organizzazione proponente o da più organizzazioni in partnership, tutte del medesimo Stato membro e devono avere una durata prevista compresa fra 12 e 36 mesi*
- ✓ *Le proposte devono specificare la durata dell'azione.*

Budget Disponibile

Il bando ha una dotazione complessiva di **84.000.000 euro**

- Programmi semplici nel mercato interno: fino al **70%** dei costi ammissibili
- Programmi semplici nei Paesi terzi: fino all'**80%** dei costi ammissibili

Scadenza 20 aprile 2023

- Valutazione: aprile 2023 - agosto 2023
- Informazioni sui risultati della valutazione: novembre 2023
- Firma dell'accordo di sovvenzione: dicembre 2023 - febbraio 2024

[Inviti a presentare proposte per programmi multipli 2023](#)

Mercato Interno

1. [Regimi di qualità dell'Unione OPPURE benefici dei prodotti agricoli dell'Unione](#)

Programmi di informazione e promozione volti ad aumentare la consapevolezza e il riconoscimento dei [regimi di qualità](#) dell'Unione.

L'obiettivo è quello di aumentare la consapevolezza e il riconoscimento dei sistemi di qualità dell'Unione, vale a dire:

- Regimi di qualità: denominazione d'origine protetta (DOP), indicazione geografica protetta (IGP), specialità tradizionale garantita (STG) e indicazioni facoltative di qualità;
- Il logo dei prodotti agricoli di qualità specifici delle regioni ultraperiferiche dell'Unione.

[Oppure](#)

Programmi di informazione e di promozione destinati a mettere in evidenza le specificità dei metodi di produzione agricola nell'Ue e le caratteristiche dei relativi prodotti agroalimentari nonché dei regimi di qualità: devono mettere in evidenza almeno una delle specificità dei metodi di produzione agricola nell'Ue, in particolare sul piano della sicurezza alimentare, della tracciabilità, dell'autenticità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali e sanitari (comprese abitudini alimentari corrette e consumo responsabile delle bevande alcoliche ammissibili), del benessere degli animali, come pure delle caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari, specialmente in termini di qualità, sapore, diversità o tradizioni.

2. [Metodi di produzione biologica](#)

Programmi di informazione e di promozione destinati a rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento del regime di qualità dell'Ue relativo al metodo di produzione biologica; tale regime fornisce ai consumatori garanzie sulla sostenibilità, sulla qualità e sulle caratteristiche del prodotto o del processo di produzione utilizzato, nonché sui benefici ambientali che essi generano.

3. [Sviluppo sostenibile del settore agricolo comunitario](#)

Le attività dovrebbero evidenziare la sostenibilità dell'agricoltura dell'Unione, sottolineando il suo ruolo benefico per l'azione sul clima e l'ambiente. Le iniziative promozionali dovrebbero affrontare il modo in cui i prodotti promossi e i loro metodi di produzione contribuiscono alla mitigazione dei cambiamenti climatici (ad esempio, riduzione delle emissioni di gas serra) e/o all'adattamento (ad esempio, risparmio idrico, colture e varietà di colture resistenti al clima).

Le attività dovrebbero interessare almeno uno dei seguenti ambiti:

- Conservazione della biodiversità e uso sostenibile delle risorse naturali (per esempio fauna selvatica, paesaggio, risorse genetiche);
- Gestione sostenibile dell'acqua (per esempio efficienza nell'uso dell'acqua, riduzione dei nutrienti o del carico di pesticidi);
- Gestione sostenibile del suolo (per esempio controllo dell'erosione, equilibrio dei nutrienti, prevenzione dell'acidificazione, salinizzazione, riduzione dei pesticidi);
- Metodi di allevamento sostenibili ed efficienti dal punto di vista del contenuto di carbonio;
- Riduzione dell'uso di antimicrobici;
- Riduzione delle perdite e degli sprechi alimentari;
- Consumo sostenibile;
- Benessere degli animali.

4. [Sostegno ai programmi multipli - Frutta e verdura fresca](#)

Programmi di informazione e di promozione che mirano ad aumentare il consumo di frutta e verdura fresca nel mercato interno nel contesto di abitudini alimentari corrette ed equilibrate.

I programmi devono evidenziare i benefici del consumo di frutta e verdura fresca nell'ambito di un'alimentazione equilibrata, concentrandosi in particolare sui seguenti aspetti:

- Puntare a consumare almeno 5 porzioni di una varietà di frutta e verdura ogni giorno;
- Il collocamento di frutta e verdura nella piramide alimentare;
- L'impatto benefico del consumo di frutta e verdura sulla salute.

Paesi Terzi

5. [Informazione e promozione in qualsiasi paese terzo](#)

I programmi d'informazione e di promozione sono destinati a uno o più paesi terzi. e devono evidenziare in particolare le specificità dei metodi di produzione agricola nell'Ue (sul piano della sicurezza alimentare, della tracciabilità, dell'autenticità, dell'etichettatura, degli aspetti nutrizionali e sanitari, del benessere degli animali, del rispetto dell'ambiente e della sostenibilità, ecc.) come pure delle caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari, in particolare in termini di qualità, sapore, diversità o tradizioni.

6. [Sostegno a programmi semplici che promuovono i prodotti biologici dell'Unione OPPURE la sostenibilità dell'agricoltura dell'Unione in qualsiasi paese terzo/i](#)

Rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento del regime di qualità dell'Ue per la produzione biologica, che garantisce la sostenibilità, la qualità e le caratteristiche del prodotto o del processo di produzione utilizzato, genera benefici ambientali, aggiunge valore ai prodotti interessati e ne amplia gli sbocchi di mercato col fine ultimo di migliorare la competitività e il consumo dei prodotti biologici, ottimizzarne l'immagine e aumentarne la quota di mercato.

Oppure

Mettere in evidenza la sostenibilità ambientale dell'agricoltura Ue, sottolineandone l'apporto benefico all'azione per il clima e all'ambiente: le azioni dovrebbero indicare in che modo il prodotto o i prodotti promossi e il loro o i loro metodi di produzione contribuiscano alla mitigazione dei cambiamenti climatici (ad esempio riduzione delle emissioni di gas a effetto

serra e/o aumento delle rimozioni dell'anidride carbonica) e/o all'adattamento agli stessi (ad esempio colture e varietà resistenti al clima).

In particolare le azioni dovrebbero interessare almeno uno dei seguenti ambiti:

- Conservazione della biodiversità e uso sostenibile delle risorse naturali (per esempio fauna selvatica, paesaggio, risorse genetiche);
- Gestione sostenibile dell'acqua (per esempio efficienza nell'uso dell'acqua, riduzione dei nutrienti o del carico di pesticidi);
- Gestione sostenibile del suolo (per esempio controllo dell'erosione, equilibrio dei nutrienti, prevenzione dell'acidificazione, salinizzazione, riduzione dei pesticidi);
- Metodi di allevamento sostenibili ed efficienti dal punto di vista del contenuto di carbonio;
- Riduzione dell'uso di antimicrobici;
- Riduzione delle perdite e degli sprechi alimentari;
- Consumo sostenibile;
- Benessere degli animali.

Beneficiari

I richiedenti devono essere in possesso di personalità giuridica, essere stabiliti in uno Stato membri UE - compresi i paesi e territori d'oltremare (PTOM) - e rientrare in una delle seguenti categorie:

- **Organizzazioni professionali o interprofessionali, stabilite in uno Stato membro;**
- **Organizzazioni professionali o interprofessionali dell'UE;**
- **Organizzazioni di produttori o associazioni di organizzazioni di produttori;**
- **Organismi del settore agroalimentare** il cui obiettivo e la cui attività consistano nel promuovere i prodotti agricoli e nel fornire informazioni sugli stessi e che siano stati investiti, dallo Stato Membro, di attribuzioni di servizio pubblico chiaramente definite in questo ambito. *(Devono essere stati legalmente costituiti almeno due anni prima del bando al quale intendono candidarsi).*
- ✓ *Le proposte devono essere presentate da un consorzio composto da **almeno due organizzazioni** che devono provenire da **almeno due Stati membri** e soddisfare le condizioni di rappresentatività del prodotto o del settore promosso*
- ✓ ***NON sono ammesse proposte da parte di singoli richiedenti.***

Budget Disponibile

Il bando ha una dotazione complessiva di **82.400.000 euro**

- Fino all'**80%** dei costi ammissibili

Scadenza 20 aprile 2023

- Valutazione: aprile 2023 - agosto 2023
- Informazioni sui risultati della valutazione: settembre 2023
- Firma dell'accordo di sovvenzione: novembre 2023 - dicembre 2023

IMPRESE

Sostegno agli imprenditori ucraini - Erasmus per giovani imprenditori

Il programma [Erasmus per giovani imprenditori](#) aiuta gli aspiranti imprenditori europei ad acquisire le competenze necessarie per avviare e/o gestire con successo una piccola impresa in Europa. I nuovi imprenditori apprendono e **scambiano conoscenze e idee di business** con imprenditori già affermati, dai quali vengono ospitati e con i quali collaborano per un periodo da 1 a 6 mesi.

Dal 2009, più di **20.000 imprenditori** hanno partecipato a questo programma e oltre il 90% di loro ha valutato la propria esperienza come positiva. Da quando è stato lanciato, il programma si è costantemente esteso a Paesi al di fuori dell'UE. L'Ucraina è un Paese partecipante da diversi anni. Dopo l'inizio dell'aggressione militare russa, le **imprese ucraine** hanno incontrato **enormi difficoltà nel continuare o riprendere le loro attività economiche**. In particolare, si è rivelato molto difficile trovare partner adeguati per sostituire le filiere di approvvigionamento interrotte. Inoltre, molti (potenziali) imprenditori sono stati momentaneamente costretti a spostarsi in altri Paesi (compresi gli Stati membri dell'UE) nel tentativo di sfuggire al conflitto.

Obiettivi

La finalità del bando è quella di **selezionare organizzazioni intermediarie (OI)** per l'attuazione del programma Erasmus per giovani imprenditori a livello locale. In tal senso, saranno responsabili del **reclutamento di nuovi imprenditori ucraini (NE)** e di **imprenditori ospitanti (HE)** al di fuori dell'Ucraina e li assisteranno nel beneficiare del programma. Il presente invito a presentare proposte sosterrà pertanto le **iniziative** di organizzazioni che incentivano e facilitano gli scambi di nuovi imprenditori ucraini con imprenditori ospitanti al di fuori dell'Ucraina.

Il bando **non è rivolto direttamente agli imprenditori** che intendono partecipare a uno scambio EYE. Gli imprenditori interessati devono contattare le [Organizzazioni Intermediarie](#), che ricoprono il ruolo di **Centro di Contatto Locale** per l'attuazione del programma.

Gli **obiettivi specifici** sono:

- Offrire una **formazione sul posto di lavoro a nuovi imprenditori ucraini**, con imprenditori affermati, in piccole e medie imprese all'estero nei [Paesi](#) partecipanti al **SMP - [Single Market Programme](#)** - al fine di facilitare un avvio e uno sviluppo di successo delle loro idee imprenditoriali;
- Promuovere la **condivisione di esperienze e informazioni** tra imprenditori ucraini e di altri Paesi europei sugli ostacoli e le criticità che si frappongono all'avvio e allo sviluppo delle loro imprese;
- Migliorare l'**accesso al mercato** e individuare potenziali partner per nuovi imprenditori ucraini in altri Paesi partecipanti all'**SMP**;
- Sostenere il **networking** tra gli imprenditori ucraini e altri imprenditori europei dei diversi paesi partecipanti al SMP, attraverso la costruzione di relazioni ed esperienze;
- Sostenere gli imprenditori ucraini e facilitare il **proseguimento delle attività commerciali** in Ucraina e la fase di ricostruzione del Paese dopo l'aggressione militare della Russia.

Tutto ciò deve essere in linea con i metodi di applicazione del programma, come stabilito nel **Manuale di attuazione Erasmus per i giovani imprenditori per le organizzazioni intermediarie - [Quality Manual](#)**.

Attività finanziabili

Le **proposte di progetto** delle **Organizzazioni Intermediarie** dovranno descrivere in dettaglio le seguenti **attività** (conformemente alle disposizioni del *Quality Manual*):

- a) **Promozione del programma.** I candidati devono descrivere le misure di comunicazione che si propongono per promuovere una maggiore conoscenza, diffondere informazioni sul programma di scambio e raggiungere il maggior numero possibile di potenziali candidati, soprattutto in Ucraina, dove le attività promozionali richiederanno un impegno particolare. Le attività di comunicazione devono essere rivolte in particolare alle organizzazioni imprenditoriali interessate e ad altri organismi che sostengono le imprese e le start-up.
- b) **Coinvolgimento degli imprenditori.** I candidati devono spiegare come coinvolgeranno gli imprenditori a partecipare al programma, ed elencare i canali e gli strumenti specifici che utilizzeranno a tal fine. In particolare, è importante che i richiedenti spieghino dettagliatamente come raggiungeranno e recluteranno nuovi imprenditori ucraini (con sede in Ucraina o temporaneamente sfollati in altri Paesi) e li convincano dei vantaggi della loro partecipazione, data la particolare situazione in cui si trovano questi imprenditori. Agli imprenditori ospitanti, che accolgono nuovi imprenditori ucraini, potrebbe anche essere necessario spiegare che è necessario investire tempo e sforzi particolari in questo scambio, ad esempio perché gli imprenditori ucraini potrebbero aver bisogno di un particolare sostegno professionale e personale durante lo scambio.
- c) **Valutazione delle candidature di NEs (Nuovi Imprenditori) e HEs (Imprenditori Ospitanti).** La Commissione ha sviluppato lo strumento informatico online Erasmus per giovani imprenditori. Sarà necessario vagliare le candidature e consigliare i candidati per garantire un'alta qualità delle registrazioni.
- d) **Sviluppare connessioni.** Il processo di collegamento tra nuovi imprenditori e imprenditori ospitanti è un elemento chiave in questo schema di scambio. Il cosiddetto *matching* sarà considerato di successo se porterà ad una *relationship riuscita* come definito nel *Quality Manual*. Le organizzazioni intermediarie sono invitate a descrivere come prevedono di identificare i migliori abbinamenti, supportare i partner e monitorare le attività prima e durante il soggiorno all'estero.
- e) **Gestione delle convenzioni di finanziamento con nuovi imprenditori, obblighi e assistenza finanziaria.** La candidatura deve descrivere come i richiedenti intendono organizzare la gestione e il controllo di questo supporto finanziario in modo efficace, compresa la prevenzione di qualsiasi eventuale sfruttamento.
- f) **Organizzazione dello scambio.** Per quanto concerne le attività di informazione e di formazione introduttiva che devono essere forniti dalle Organizzazioni Intermediarie, la domanda deve indicare in che numero e quando tali attività saranno intraprese.
- g) **Follow up dello scambio.** Le Organizzazioni Intermediarie devono offrire assistenza locale e a distanza, sia alle nuove imprese in visita durante i soggiorni presso le imprese ospitanti che a queste ultime. La proposta deve specificare i servizi che il consorzio intende offrire alle nuove imprese, con particolare attenzione alle questioni pratiche (alloggio, trasporto, assicurazione, ecc.), alle modalità che attueranno per seguire gli scambi e i meccanismi da mettere in atto per evitare problemi o potenziali situazioni controverse.
- h) **Gestione, controllo della qualità e analisi.** Le proposte devono descrivere in dettaglio come il leader del consorzio (*Lead Organisation*) intraprenderà la gestione del progetto e le misure che adotterà per garantire che tutti i partner del consorzio applichino standard di alta qualità.

- i) **Networking attivo.** La candidatura deve dimostrare l'impegno del consorzio a lavorare attivamente in rete - di persona e/o a distanza - con le altre Organizzazioni Intermediarie, che includerà la partecipazione a cinque riunioni a Bruxelles (o eventualmente in altre località dei paesi partecipanti al SMP).
- j) **Reporting.** I progetti selezionati dovranno riferire regolarmente all'[EISMEA](#) sulle loro attività, sulle relazioni di corrispondenza, sui problemi incontrati, sulle soluzioni attuate, sui servizi di assistenza offerti e sulle risorse spese.

Beneficiari

Per essere ammissibili, i **candidati** devono:

- Essere Enti pubblici o privati dotati di personalità giuridica;
- Avere la sede in uno dei paesi ammissibili, cioè: Stati Membri dell'UE, compresi i [Paesi](#) non membri dell'UE partecipanti al programma *Single Market Programme* (SMP).

I **candidati possono essere**, per esempio:

- Enti pubblici competenti o attivi nel campo degli affari economici, dell'impresa, del sostegno alle imprese o di tematiche correlate;
- Camere di commercio e industria, Camere dell'artigianato o Enti simili;
- Organizzazioni di supporto alle imprese, start-up center, incubatori, parchi tecnologici, etc;
- Istituti di istruzione (superiore) come Università o Istituti di istruzione e formazione professionale.

Le proposte di progetto devono essere presentate da un **partenariato** che rispetti le seguenti condizioni:

- Minimo 4 Enti di 3 diversi Paesi ammissibili;
- Non può comprendere più di 8 candidati in totale;
- Massimo 2 candidati possono provenire dallo stesso Paese nell'ambito dello stesso consorzio;
- Almeno 1 membro del consorzio deve essere stabilito in Ucraina;
- Il leader del consorzio deve avere almeno 3 anni di esperienza nell'attuazione del programma EYE.

Budget Disponibile

Il bando ha una dotazione complessiva di **3.000.000 euro**

- Il budget dei progetti (**importo massimo della sovvenzione**) dovrebbe essere di **600.000 euro** per progetto. Ciò non preclude la presentazione/selezione di proposte che richiedano importi diversi.
- Si prevede di finanziare circa **5 progetti**.

Scadenza 11 maggio 2023

- Valutazione: maggio 2023 - giugno 2023
- Informazioni sui risultati della valutazione: giugno 2023 - luglio 2023
- Firma dell'accordo di sovvenzione: settembre 2023