



**GIUGNO 2022**

**BANDI E**

**OPPORTUNITÀ**

**EUROPEI**

**PATRIZIA TOIA**



Toiapatrizia



patriziatoia



Toiapatrizia



patriziatoia.it



<b>COMUNICAZIONE .....</b>	<b>2</b>
<b>Campagne di informazione e sensibilizzazione sui rischi della migrazione     irregolare.....</b>	<b>2</b>
<b>SVILUPPO TERRITORIALE.....</b>	<b>5</b>
<b>Premi "Capitale europea dell'innovazione".....</b>	<b>5</b>

## COMUNICAZIONE

### Campagne di informazione e sensibilizzazione sui rischi della migrazione irregolare

Invito a presentare proposte per ottenere sovvenzioni comunitarie per azioni nel settore della prevenzione della migrazione irregolare e della lotta al traffico di migranti del **Fondo Asilo, Migrazione e Integrazione (FAMI)**. Aumentare la consapevolezza dei rischi del traffico di migranti e della migrazione irregolare è fondamentale per prevenire la mobilità clandestina e l'intraprendere viaggi pericolosi verso l'UE. È importante sviluppare una **contro-narrazione** a quella promossa dai trafficanti di esseri umani, anche sui social media. Il Fondo Asilo, migrazione e integrazione ha già contribuito al finanziamento di diverse attività di informazione e sensibilizzazione. Grazie agli inviti a presentare proposte del 2017, 2018 e 2019, sono state lanciate campagne di informazione e sensibilizzazione nei Balcani occidentali, in Africa e in Asia.

Basandosi sulle lezioni apprese dalle campagne precedenti, la Commissione europea ha recentemente pubblicato uno [studio](#) sulle migliori pratiche nelle campagne di sensibilizzazione sull'immigrazione irregolare, evidenziando i modi per migliorare la qualità e l'efficacia delle campagne future. Il bando in questione intende **valorizzare i risultati e l'esperienza accumulata negli ultimi anni**, in modo da migliorare in modo efficace il coinvolgimento del potenziale target di riferimento.

### OBIETTIVI

L'obiettivo generale del bando è contribuire al cambiamento di percezione e di comportamento dei cittadini di Paesi terzi che stanno pensando di immigrare irregolarmente nell'UE e dei principali responsabili di tale scelta (ad esempio, famiglie, leader religiosi o comunitari, insegnanti, migranti di ritorno). In questo contesto saranno sostenuti **progetti di informazione e campagne di sensibilizzazione nel settore della migrazione lungo le principali rotte migratorie verso l'UE**, in particolare le rotte del Mediterraneo orientale, centrale e occidentale, la rotta dei Balcani occidentali e la via della seta. I Paesi terzi di particolare interesse sono Algeria, Bangladesh, Gambia, Iraq, Marocco, Niger, Nigeria, Pakistan, Senegal, Tunisia e Turchia.

Si intende **sostenere progetti che perseguono i seguenti obiettivi specifici:**

- Fornire informazioni affidabili, concrete ed obiettive sui rischi della migrazione irregolare, durante il viaggio (pericoli della migrazione irregolare) e dopo l'arrivo (difficoltà di vivere nell'UE in modo non regolare e rimpatrio). Così come sulle alternative legali di migrazione e sulle opportunità economiche se si rimane nel Paese di origine;
- Potenziare le fonti di informazione credibili per contrastare le narrazioni dei trafficanti di migranti;
- Rafforzare la cooperazione multi-stakeholder tra soggetti quali organizzazioni della società civile, ricercatori, organi di stampa, attori statali locali e altri stakeholder;
- Migliorare la stabilità delle attività di comunicazione e dei risultati della campagna.

Le proposte che si concentrano su campagne di informazione e sensibilizzazione rivolte solo alla diaspora all'interno degli Stati membri dell'UE e non coinvolgono Paesi terzi saranno respinte nell'ambito dell'invito a presentare proposte.

## **ATTIVITÀ FINANZIABILI**

I progetti dovranno garantire i seguenti **risultati chiave**:

- Un **report iniziale**, includendo i risultati dell'analisi preparatoria effettuata per sviluppare la strategia di comunicazione;
- Un **documento di strategia di comunicazione su misura**, compresa la definizione dell'ambito geografico, la differenziazione del bacino d'utenza, selezione degli argomenti e dei messaggi, piano per l'uso di media, social media e qualsiasi altro canali di comunicazione, piano dettagliato per il lancio della campagna;
- Un **documento sulla metodologia di monitoraggio e valutazione**, che descrive una strategia di miglioramento, un *framework* di risultati e i metodi di raccolta dati pianificati;
- Il **risultato della campagna d'informazione e di sensibilizzazione**, compresi i servizi progettati, prodotti e diffusi durante la campagna;
- Resoconti di **monitoraggio trimestrali**, compresi quelli sull'attuazione, gli imprevisti e le misure di adattamento e i progressi verso il raggiungimento degli obiettivi chiave di rendimento indicati;
- Un **bilancio intermedio** sui progressi ottenuti utilizzando il modulo standard che sarà disponibile sul *Participant Portal*;
- Un **report finale**, compresi i risultati, così come le osservazioni del monitoraggio e valutazione del progetto.

Le proposte di progetto devono contenere le **seguenti componenti**:

1. **Analisi preparatoria** in vista dello sviluppo di una strategia di comunicazione su misura per il progetto, in particolare per identificare il contesto migratorio, i destinatari delle attività di comunicazione, le loro caratteristiche, le motivazioni, i bisogni e le lacune di informazione, nonché i canali e gli strumenti di comunicazione, al fine di progettare l'approccio più efficace per influenzare il loro comportamento. Il lavoro preparatorio dovrebbe anche basarsi il più possibile sui risultati e sulle lezioni apprese da precedenti campagne e attività di comunicazione svolte nello stesso paese e dovrebbe (se possibile) utilizzare i dati primari e secondari disponibili.
2. Una **strategia di comunicazione su misura** basata sul risultato dell'analisi preparatoria, in particolare per definire:
  - L'idea generale della struttura della campagna, i messaggi chiave da veicolare, gli elementi visivi che la identificano;
  - Una strategia del cambiamento che guidi sia l'ideazione che la valorizzazione della campagna;
  - Il bacino di utenza e la sua suddivisione (sesso, età, educazione, professione, ecc.);
  - La copertura territoriale della campagna in base al target individuato (quale paese/regione e quale parte di quel paese in particolare) e il contesto migratorio specifico (paese d'origine rispetto a quello di transito o di destinazione);
  - I canali di comunicazione da utilizzare, garantendo un mix di media tradizionali e social;
  - Gli strumenti alternativi di comunicazione, se opportuni, come spettacoli teatrali, concorsi (fotografici, musicali, video) e premi (ad esempio per giornalisti), visite scolastiche, coinvolgimento di celebrità e testimonial;

- Un approccio creativo che permetta la partecipazione e il feedback dei destinatari e un piano dettagliato per il lancio e la gestione della campagna;
  - Indicatori chiave di prestazione (KPI), sia qualitativi che quantitativi, da utilizzare per monitorare l'attuazione e valutare i risultati della campagna.
3. La **produzione e la realizzazione della campagna di comunicazione**, in particolare:
- Pre-testing dei concetti e dei contenuti della campagna su campioni/focus group del bacino di utenza identificato;
  - Produzione dei contenuti della campagna;
  - Lancio delle attività di comunicazione.
4. **Il monitoraggio e la valutazione dei risultati e dell'impatto della campagna.**
5. **Una strategia per la sostenibilità delle attività della campagna** che tenga conto dei potenziali risultati a lungo termine, compresa la cooperazione con le autorità dei Paesi terzi interessati.

I progetti dovrebbero cercare sinergie con le attività di comunicazione in corso, realizzate nell'ambito di azioni finanziate dall'UE, ed evitare doppioni.

## **BENEFICIARI**

- Enti pubblici e persone giuridiche private non-profit.
- ✓ *I progetti devono essere presentati da un **consorzio** costituito da **almeno tre soggetti** (il coordinatore di progetto + 2 partner co-beneficiari) **di 3 diversi Stati UE.***
- ✓ *La Commissione europea è favorevole a proposte con un'ampia portata geografica che coinvolgano candidati di diversi Stati membri dell'UE. Il **consorzio dovrebbe includere partner chiave rilevanti** come autorità locali e regionali, autorità pubbliche nazionali, partner economici e sociali, datori di lavoro, attori dell'economia sociale e organizzazioni della società civile, comprese le associazioni di migranti e le comunità locali.*

## **BUDGET DISPONIBILE**

Il bando ha una dotazione complessiva di **8.000.000 euro**

- La sovvenzione UE è compresa tra **500.000 e 1.000.000 euro** per i progetti rivolti a un solo **Paese terzo.**
- La sovvenzione UE è compresa tra **500.000 e 1.500.000 euro** per i progetti rivolti a più Paesi terzi.
- Cofinanziamento UE: fino al **90%** dei costi ammissibili.

## **SCADENZA 5 luglio 2022**

- Valutazione: luglio 2022 - ottobre 2022
- Informazioni sui risultati della valutazione: novembre - dicembre 2022
- Firma dell'accordo di sovvenzione: gennaio 2023

## SVILUPPO TERRITORIALE

### Premi "Capitale europea dell'innovazione"

L'*European Capital of Innovation Awards (iCapital)* - sostenuto dall' [European Innovation Council](#) nell'ambito del programma [Horizon Europe](#) - è un premio che viene assegnato annualmente alle Città europee che meglio promuovono l'innovazione nelle loro comunità.

Le Città si trovano di fronte ad affrontare delle sfide sociali e di sostenibilità tra le più impegnative, ma hanno anche i mezzi per superarle sviluppando e applicando delle valide soluzioni innovative. Sono il luogo dove idee, persone, enti pubblici e privati si incontrano e si impegnano tra loro per migliorare la qualità della vita della società. Sono il naturale ambiente di lavoro dove si sviluppa un'innovazione rivoluzionaria, poiché le Città offrono un terreno per sperimentare nuove tecnologie e prodotti in un ambiente di vita reale. In questa **ottava edizione** del Premio, in particolare, si riconosce il contributo delle Città allo sviluppo di ecosistemi locali di innovazione a favore di soluzioni creative e del benessere dei cittadini.

### **OBIETTIVI**

Il Premio ha lo scopo di promuovere **casi esemplari di innovazione urbana** che stanno prendendo piede nelle Città ed è un prestigioso riconoscimento per gli amministratori che sono in grado di affrontare con audacia la possibilità di sperimentare la loro *governance*, di promuovere l'innovazione con la massima efficacia e di essere un modello per le altre Città.

Oltre alla gratificazione in denaro, il premio offre una **considerevole visibilità** sotto forma di un interesse pubblico e una maggiore copertura mediatica.

L'edizione 2022 del Premio prevede due categorie:

- **La Capitale Europea dell'Innovazione** (*European Capital of Innovation*)
- **La Città Innovativa Emergente** (*European Rising Innovative City*)

### **BENEFICIARI**

Possono partecipare le Città con un minimo di **50.000 abitanti** degli Stati membri dell'UE e dei [Paesi](#) associati a *Horizon Europe*

### **BUDGET DISPONIBILE**

La Città che vincerà il titolo di **Capitale Europea dell'Innovazione 2022** riceverà **1 milione di euro** per garantire che le sue migliori pratiche innovative siano condivise e moltiplicate. Il **secondo** e

**terzo classificato** di questa categoria saranno premiati con **100.000 euro** ciascuno per sostenere le loro attività di innovazione.

Nella categoria **Città innovativa emergente**, il vincitore sarà premiato con **500.000 euro** e sarà accompagnato da **due secondi classificati** che riceveranno **50.000 euro** ciascuno.

**SCADENZA 30 giugno 2022**

- Informazioni sui risultati della valutazione: ottobre - novembre - dicembre 2022