



MARZO 2022

BANDI E

OPPORTUNITÀ

EUROPEI

PATRIZIA TOIA



Toiapatrizia



patriziatoia



Toiapatrizia



patriziatoia.it



AGRICOLTURA.....	2
Bandi per la promozione dei prodotti agroalimentari europei	2
CITTADINANZA.....	10
Invito a presentare proposte per proteggere e promuovere i diritti dei bambini	10
CULTURA	12
Progetti di cooperazione europea	12
MEDIA.....	16
Invito a presentare proposte per il finanziamento di un corso sull'Unione europea e sulla politica di coesione dell'UE per le scuole superiori di giornalismo	16

AGRICOLTURA

Bandi per la promozione dei prodotti agroalimentari europei

La Commissione europea ha lanciato i bandi 2022 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 agro-alimentari, 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:

- Rafforzare la consapevolezza e il riconoscimento dei regimi di qualità dell'Unione, nonché migliorare il grado di conoscenza da parte dei consumatori dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione nell'Unione;
- Aumentare la competitività e il consumo dei prodotti agricoli dell'Unione, ottimizzarne l'immagine e accrescerne la quota di mercato.

In caso di turbative gravi del mercato, queste azioni dovrebbero contribuire a ripristinare condizioni normali di mercato.

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

[Regimi di qualità dell'Unione \(Topic 1\)](#)

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).

[Metodi di produzione biologica \(Topic 2\)](#)

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.

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

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.

Frutta e verdura fresca (Topic 4)

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.

Metodi agricoli e prodotti alimentari europei (Topic 5)

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

[Sostegno a programmi semplici destinati a Cina \(compresi Hong-Kong e Macao\), Giappone, Corea del Sud, Taiwan, Asia sud-orientale o Asia meridionale \(Topic 6\)](#)

[Sostegno a programmi semplici destinati a Canada, USA o Messico \(Topic 7\)](#)

[Sostegno a programmi semplici destinati ad altre aree geografiche \(Topic 8\)](#)

[Sostegno a programmi semplici che promuovono i prodotti biologici dell'Unione OPPURE la sostenibilità dell'agricoltura dell'Unione in qualsiasi paese terzo/i \(Topic 9\)](#)

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).*

ENTITÀ CONTRIBUTO

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 21aprile 2022

- Valutazione: aprile 2022 - agosto 2022
- Informazioni sui risultati della valutazione: settembre 2022
- Firma dell'accordo di sovvenzione: dicembre 2022

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

Mercato Interno

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

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.

[Metodi di produzione biologica \(Topic 2\)](#)

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.

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

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.

Sostegno ai programmi multipli - Frutta e verdura fresca (Topic 4)

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

Informazione e promozione in qualsiasi paese terzo (Topic 5)

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.

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

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*

ENTITÀ CONTRIBUTO

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

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

SCADENZA 21aprile 2022

- Valutazione: aprile 2022 - agosto 2022
- Informazioni sui risultati della valutazione: settembre 2022
- Firma dell'accordo di sovvenzione: dicembre 2022

CITTADINANZA

[Invito a presentare proposte per proteggere e promuovere i diritti dei bambini](#)

Il 24 marzo 2021 la Commissione ha adottato la [Strategia dell'UE sui diritti dell'infanzia](#), che comprende più di 40 azioni che la Commissione realizzerà entro il 2024. Il lavoro sulla strategia è stato basato da una serie di consultazioni con i bambini e ha portato a più di 10.000 risposte. Ai bambini è stato chiesto, tra le altre cose, come si sentissero coinvolti nei processi decisionali. La grande maggioranza dei bambini (70%) vorrebbe partecipare di più alle decisioni che riguardano la loro vita.

Nel sondaggio [Europe Kids wants](#) del 2018/19, solo il 7% dei bambini ha indicato di sentirsi sempre ascoltato, compresi i bambini in situazioni vulnerabili.

Per affrontare tutto ciò, la prima area tematica della strategia dell'UE sui diritti dei bambini riguarda la **partecipazione dei bambini**, intesa come il diritto dei bambini di essere ascoltati e l'**obbligo degli adulti** di agevolarla e organizzarla in modo significativo, inclusivo e sicuro.

Questo bando promuove la **realizzazione di proposte** che affrontino allo stesso modo le **esigenze specifiche** di ragazze e ragazzi, in tutta la loro diversità.

OBIETTIVI

Il bando ha lo scopo di potenziare la sostenibilità e gli impatti dei processi di partecipazione dei bambini a livello locale e nazionale nei processi decisionali.

Un forte **coinvolgimento delle autorità pubbliche locali, regionali e nazionali** è essenziale in quanto contribuisce alla sostenibilità dei risultati e garantisce cambiamenti più sistematici. Anche le **scuole** devono assolutamente essere coinvolte nella proposta progettuale, dato che sono un ambiente naturale dove i bambini possono esercitare e sviluppare attività partecipative insieme ai loro coetanei e sperimentare l'impatto del loro impegno sulla loro vita quotidiana.

ATTIVITÀ FINANZIABILI

- Istituire programmi a lungo termine e sostenibili, e meccanismi di partecipazione dei bambini a livello locale e nazionale, anche nelle scuole;
- Fornire sostegno e ampliare la portata operativa dei sistemi di partecipazione dei bambini esistenti con l'obiettivo di inserirli nel più ampio processo decisionale e nel sistema democratico a livello locale e nazionale;
- Apprendimento reciproco, attività di formazione, scambio di buone pratiche, cooperazione;
- *Capacity building* e attività di formazione delle autorità nazionali, regionali e locali;
- Attività di formazione e sensibilizzazione per bambini e adulti sul diritto di essere ascoltati.
- ✓ *La progettazione e l'attuazione delle iniziative dovrebbe essere fatta in **collaborazione con i bambini**, per assicurarsi che l'azione sia ben adattata ai bisogni dei minori.*
- ✓ *Le organizzazioni che si candideranno sono **incoraggiate** a usare, diffondere e costruire su **materiali già esistenti** - ad esempio strumenti, risultati di progetti, manuali, ricerche, studi, mappature, rapporti, etc. - e a spiegare come lo faranno nella proposta progettuale.*

BENEFICIARI

- Enti pubblici o privati
- ✓ *Il progetto può essere nazionale o transnazionale*
- ✓ *La domanda deve coinvolgere almeno **due organizzazioni** (richiedente e partner)*
- ✓ *I beneficiari e gli altri enti partner devono registrarsi nel [Registro dei Partecipanti](#) - prima di presentare la proposta - e dovranno essere convalidati dal Servizio Centrale di Convalida (REA Validation). Per la convalida, sarà loro richiesto di caricare documenti che dimostrino lo status giuridico e l'origine.*

BUDGET DISPONIBILE

Il bando ha una dotazione complessiva di **3.010.000 euro**

- La sovvenzione UE richiesta non può essere inferiore a **75.000 euro**
- Cofinanziamento UE: fino al **90%** dei costi ammissibili

SCADENZA 18 maggio 2022

- Valutazione: giugno 2022 - settembre 2022
- Informazioni sui risultati della valutazione: settembre - ottobre 2022
- Firma dell'accordo di sovvenzione: novembre dicembre 2022

CULTURA

Progetti di cooperazione europea

Invito a presentare proposte per sostegno a **progetti di cooperazione transnazionale** che coinvolgono organismi attivi nel settore della cultura nell'ambito del programma [Europa creativa](#). Il bando è stato pubblicato in conformità con il [programma di lavoro 2022](#) e sarà gestito dall'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura ([EACEA](#))

OBIETTIVI

Saranno sostenuti i progetti di cooperazione che contribuiscono a **uno dei seguenti obiettivi**:

- **Creazione e circolazione transnazionale**, ovvero rafforzare la creazione e la circolazione transnazionali di opere e artisti europei;
- **Innovazione**, ovvero migliorare la capacità dei settori culturali e creativi europei di coltivare talenti, innovare, prosperare e generare posti di lavoro e crescita.

I progetti devono inoltre riguardare **almeno una (e massimo due)** delle seguenti **priorità**

- 1) **Audience**: Aumentare l'accesso e la partecipazione alla cultura, nonché il coinvolgimento e lo sviluppo del pubblico sia fisicamente che digitalmente;
- 2) **Inclusione sociale**: Promuovere la resilienza della società e migliorare l'inclusione sociale attraverso la cultura, in particolare per le persone con disabilità, persone appartenenti a minoranze e persone appartenenti a gruppi socialmente emarginati, così come il dialogo interculturale;
- 3) **Sostenibilità**: In linea con il *Green Deal europeo* e il *Nuovo Bauhaus europeo*, co-creare, adottare e diffondere pratiche più rispettose dell'ambiente, nonché sensibilizzare sullo sviluppo sostenibile attraverso attività culturali;
- 4) **Digitale**: Aiutare i settori culturali e creativi europei a intraprendere o accelerare la loro transizione digitale, anche come risposta alla crisi del COVID-19;
- 5) **Dimensione internazionale**: Sviluppare la capacità dei settori culturali e creativi europei, comprese le organizzazioni di base e le micro-organizzazioni, di operare a livello internazionale.

Oltre a queste priorità, sono state definite anche delle **priorità annuali specifiche per settore**. Per il 2022 sono state definite le seguenti attività di *capacity building* nei seguenti settori:

- **Per il settore musicale**:
 - ✓ *Promozione, diffusione e commercializzazione, della musica, in particolare per affrontare le nuove tendenze (digitali e tecnologiche) derivanti da innovazioni nel mercato e da nuovi modelli di business; o*
 - ✓ *nella circolazione transfrontaliera della musica europea ed esportazione della musica al di fuori dell'UE.*
- **Per il settore del libro e dell'editoria**:
 - ✓ *Potenziare lo sviluppo professionale dei traduttori europei che lavorano per il settore letterario o teatrale; o*

- ✓ *facilitare la promozione internazionale delle opere letterarie e la vendita dei diritti di traduzione al fine di aumentare la circolazione e la diversità dei libri europei, in particolare delle opere scritte nelle lingue meno utilizzate, in Europa e oltre.*
- **Per il settore dell'architettura.** Rafforzare la capacità degli architetti:
 - ✓ *Apprendimento tra colleghi e nel coinvolgimento del pubblico, al fine di diffondere e integrare nei processi di progettazione, pianificazione e costruzione i principi dell'alta qualità nell'architettura contemporanea e negli interventi sul patrimonio culturale; o*
 - ✓ *salvaguardia sostenibile della rigenerazione e del riutilizzo adeguato del patrimonio culturale e nella promozione dei suoi valori; o*
 - ✓ *integrazione dei principi del Green Deal europeo e del Nuovo Bauhaus Europeo nelle pratiche applicate dal settore; o Internazionalizzazione delle carriere.*
- **Per il settore del patrimonio culturale.** Rafforzare la capacità dei professionisti del settore dei beni culturali:
 - ✓ *Coinvolgimento e intermediazione con i cittadini nell'interpretazione, comunicazione e presentazione del patrimonio culturale, per sviluppare relazioni con il pubblico e le parti interessate; o*
 - ✓ *digitalizzazione del patrimonio culturale, dei siti e degli edifici storici, anche attraverso l'uso del 3D e delle tecnologie dell'informazione; o*
 - ✓ *gestione del rischio per il patrimonio culturale, con un focus sulla prevenzione e la preparazione al rischio in relazione ai pericoli naturali e non naturali, compreso l'adattamento al cambiamento climatico e la mitigazione in conformità con i principi del Green Deal europeo.*
- **Per i settori della moda e del design.** Rafforzare la capacità dei professionisti della moda e del design:
 - ✓ *Creazione artistica, promozione, distribuzione e commercializzazione, aiutando i settori ad affrontare in particolare le nuove tendenze digitali (tra cui l'uso delle tecnologie 3D e AI), legali e tecniche derivanti dalle innovazioni del mercato e dai nuovi modelli di business; o*
 - ✓ *integrazione dei principi del Green Deal europeo e del Nuovo Bauhaus Europeo nelle pratiche applicate dai settori; o Internazionalizzazione delle carriere.*
- **Per il settore del turismo culturale sostenibile.** Rafforzare la capacità dei professionisti del turismo culturale:
 - ✓ *Campo del turismo sostenibile (attività di formazione, sensibilizzazione alla sostenibilità, tematiche ambientali, turismo responsabile, ecc.); o*
 - ✓ *sviluppare indicatori (capacità di accoglienza, accesso, efficienza energetica, gestione responsabile dei rifiuti), strumenti di valutazione e registrazione di dati qualitativi e quantitativi; o*
 - ✓ *sostenere la trasformazione digitale per sfruttare l'impatto economico del turismo culturale sostenibile (compreso l'uso di tecnologie 3D e AI).*

I progetti di cooperazione europea sono aperti a tutti i settori culturali e creativi. Tuttavia, considerando che questa azione mira a realizzare gli obiettivi della sezione **CULTURA** del programma, i progetti che coinvolgono esclusivamente **organizzazioni del settore audiovisivo** e i progetti di contenuto esclusivamente audiovisivo **non sono destinati a essere finanziati** nel quadro di questa azione.

ATTIVITÀ FINANZIABILI

Le attività proposte devono essere raggruppate (nel modulo di domanda) in programmi di lavoro coerenti (cioè la principale suddivisione del progetto). Tutti i risultati devono dimostrare lo scopo, la realizzazione, il miglioramento e il successo delle attività proposte. A secondo del focus del progetto (coprodurre, cooperare, sperimentare, innovare, ecc.), le attività ammissibili al finanziamento possono essere molto diverse.

Esempi di programmi di lavoro (work package), attività e risultati che le proposte progettuali potrebbero inserire (elenco non esaustivo):

- **Programma di lavoro: Management, gestione e coordinamento.** (Questo *work package* potrebbe raggruppare le attività relative alla pianificazione, gestione, amministrazione, coordinamento e valutazione del progetto).
 - ✓ **Attività:** *Pianificazione e preparazione, riunioni, valutazione, controllo di qualità, attività di coordinamento, preparazione di report, ecc.*
 - ✓ **Risultati:** *Ordine del giorno o verbali di riunioni, rapporti di valutazione e/o controllo di qualità, rapporti di pianificazione, ecc.*
- **Programma di lavoro: Comunicazione e divulgazione.** (Questo *work package* potrebbe raggruppare le attività di comunicazione e disseminazione volte a garantire la visibilità delle attività del progetto e un'ampia diffusione dei suoi risultati).
 - ✓ **Attività:** *Campagne di comunicazione/divulgazione, eventi promozionali, produzione di materiale di comunicazione/divulgazione, ecc.*
 - ✓ **Risultati:** *Piano/strategia di comunicazione, sito web, newsletter, pubblicazioni/ brochure, post sui social media, banner, gadget, branding, analisi statistica del sito web, relazioni pubbliche e discorsi di presentazione, rassegna stampa, ecc.*
- **Programma di lavoro: Espressione artistica e creativa.** (Questo/i *work package(s)* potrebbero raggruppare attività culturali, artistiche e altre attività creative).
 - ✓ **Attività:** *Prove, preparazione e coordinamento artistico di coproduzioni, co-creazioni, concerti, mostre, fiere, festival, spettacoli, traduzioni letterarie, circolazione di opere, digitalizzazione di materiale del patrimonio culturale, ecc.*
 - ✓ **Risultati:** *Lavori creativi originali (come pezzi teatrali, canzoni, opere d'arte, concerti, ecc.), prodotti basati sulla tecnologia, pubblicazioni (come libri, ecc.), mostre, materiale digitalizzato, ecc.*
- **Programma di lavoro: Capacity building.** (Questo *work package* potrebbe raggruppare diversi tipi di attività di *capacity building*, comprese le attività relative alla circolazione di professionisti e/o artisti europei).
 - ✓ **Attività:** *Attività di apprendistato, programmi di mentoring, corsi di formazione, master class, programmi di inclusione, ecc.*
 - ✓ **Risultati:** *Calendario dei programmi di mentoring, valutazione dei corsi di formazione, programma dei corsi di mentoring, documenti di viaggio, ecc.*
- **Programma di lavoro: Networking e condivisione delle conoscenze.** (Questo *work package* potrebbe raggruppare le attività di *networking* e di condivisione delle conoscenze, comprese le attività di politica/ricerca/innovazione per i settori culturali e creativi).
 - ✓ **Attività:** *Conferenze, workshop, simposi, seminari, ricerche, studi, analisi politiche, sondaggi, laboratori, iniziative di accesso al mercato, ecc.*

- ✓ **Risultati:** Agenda delle conferenze, elenco delle presenze dei workshop, conclusioni/rapporti delle conferenze, documenti di studio, documenti politici ecc.

BENEFICIARI

- Enti pubblici o privati attivi nei settori culturali e creativi stabilite in uno dei Paesi ammissibili ad Europa Creativa
- Altri [Paesi](#) terzi associati al programma

Le proposte devono essere presentate da un **consorzio** di almeno 3, 5 o 10 candidati, che rispettino le seguenti condizioni:

- **Progetti di piccola scala** che coinvolgono **almeno 3 soggetti** (il capofila di progetto almeno 2 partner) di **3 diversi Paesi** ammissibili.
- **Progetti di media scala** che coinvolgono **almeno 5 soggetti** (il capofila di progetto almeno 4 partner) di **5 diversi Paesi** ammissibili.
- **Progetti di larga scala** che coinvolgono **almeno 10 soggetti** (il capofila di progetto almeno 9 partner) di **10 diversi Paesi** ammissibili.

BUDGET DISPONIBILE

Il bando ha una dotazione complessiva di **68.607.267 euro**

- **Progetti di piccola scala:** contributo UE fino all'**80%** del costo del progetto per **massimo 200.000 euro**
 - **Progetti di media scala:** contributo UE fino al **70%** del costo del progetto per **massimo 1.000.000 euro**
 - **Progetti di larga scala:** contributo UE fino al **60%** del costo del progetto per **massimo 2.000.000 euro**
- ✓ *Si prevede di finanziare circa **130 progetti***

SCADENZA 31 marzo 2022

- Valutazione: aprile 2022 - agosto 2022
- Informazioni sui risultati della valutazione: settembre 2022
- Firma dell'accordo di sovvenzione: ottobre dicembre 2022

CONTATTI

Per eventuali quesiti relativi al presente invito, scrivere all'indirizzo **REGIO-CONTRACTS@ec.europa.eu**. Al fine di garantire una gestione efficiente delle richieste di informazione, indicare chiaramente nell'oggetto o nel corpo dell'email il riferimento al presente invito a presentare proposte.

I richiedenti possono inviare i quesiti all'indirizzo sopraindicato al più tardi **10 giorni** prima del termine per la presentazione delle proposte.

MEDIA

[Invito a presentare proposte per il finanziamento di un corso sull'Unione europea e sulla politica di coesione dell'UE per le scuole superiori di giornalismo](#)

L'agenda politica, le decisioni, i programmi e i meccanismi di finanziamento dell'Unione europea **influenzano la vita delle persone nel continente europeo** e oltre. I cittadini dell'UE devono pertanto avere accesso a informazioni accurate e attendibili per capire il perché di queste decisioni e di questi processi. Solo così cittadini informati possono partecipare ai dibattiti pubblici ed esprimersi attraverso processi politici liberi e regolari. **Per raggiungere tale obiettivo l'Unione si affida al lavoro di media e giornalisti indipendenti.**

Al giorno d'oggi è frequente che i giornalisti europei non comprendano a fondo l'Unione europea e non abbiano una conoscenza di base del modo in cui investe nelle loro regioni e città. **Un corso sull'Unione europea e sulla [politica di coesione](#)** rivolto agli studenti di giornalismo aumenterebbe il numero di **giornalisti specializzati negli affari dell'UE** e contribuirebbe più in generale a una copertura informata delle politiche e delle iniziative dell'Unione, comprese quelle attuate a livello regionale e locale. Contribuirebbe inoltre a **ridurre la cattiva informazione e la disinformazione sull'Unione**, consentendo ai giornalisti di individuare le notizie false e di svolgere la loro funzione fondamentale di verifica dei fatti con maggiore efficacia.

La politica di coesione prevede investimenti volti a sostenere la creazione di posti di lavoro, la competitività delle imprese, la crescita economica e lo sviluppo sostenibile e a migliorare la qualità della vita dei cittadini nelle 240 regioni dell'UE. **Un corso sull'UE** dovrebbe pertanto concentrarsi anche sugli **investimenti della politica di coesione**, che rappresentano la prova più tangibile e concreta dell'influenza dell'Unione sulla vita quotidiana di milioni di cittadini, **rafforzando la comprensione e la consapevolezza dei giornalisti** non solo di questa politica ma anche dei suoi effetti sulla vita delle persone

OBIETTIVI

L'**obiettivo principale** del bando è creare **un'offerta formativa di base sistematica sull'Unione europea** nell'ambito del programma di studi giornalistici. La Commissione europea ricerca potenziali beneficiari chiamati a:

- Mettere a punto un programma di studi e materiali didattici per un corso sull'Unione europea e sulla politica di coesione dell'UE per studenti di giornalismo;
- Definirne la strategia di diffusione;
- Creare una rete di scuole superiori di giornalismo accreditate negli Stati membri (almeno due università appartenenti a Stati membri diversi) incaricata di realizzare il corso;
- Impartire il corso agli studenti di giornalismo nel quadro del loro programma di studi (in presenza oppure online).

Gli **obiettivi specifici** del presente invito a presentare proposte sono i seguenti:

- Migliorare il livello di conoscenza, le abilità e le competenze essenziali degli studenti di giornalismo sull'Unione europea e sulla politica di coesione dell'UE;

- Incoraggiare un dialogo accademico sull'Unione europea e in particolare sulla politica di coesione, sui suoi risultati, sul suo ruolo nel realizzare le priorità politiche dell'UE e sul suo futuro;
- Promuovere il miglioramento della qualità e l'innovazione nell'insegnamento dell'Unione europea e della politica di coesione dell'UE nel contesto degli studi giornalistici, in particolare attraverso una maggiore cooperazione tra gli istituti di istruzione.

ATTIVITÀ FINANZIABILI

- Attività di ricerca;
 - Studi, analisi;
 - Azioni volte alla creazione e al miglioramento di reti, scambi di buone pratiche;
 - Attività di cooperazione;
 - Conferenze e attività di formazione;
 - **Qualsiasi altra attività ritenuta idonea a conseguire gli obiettivi del presente invito a presentare proposte.**
- ✓ *La durata del progetto deve essere compresa tra 12 e 18 mesi,*
- ✓ *Non saranno accettate domande per progetti di durata inferiore o superiore a quella specificata nel presente invito a presentare proposte.*

BENEFICIARI

- Possono fare domanda le **università e altri istituti di istruzione** che offrono programmi di giornalismo a livello universitario e post-universitario, situati in uno Stato membro dell'UE e accreditati ai sensi della legislazione di tale paese.
- ✓ *Non sono ammissibili le **persone fisiche**.*

BUDGET DISPONIBILE

Il bando ha una dotazione complessiva di **1.000.000 euro**

- La Commissione prevede di finanziare **una sola proposta**
- Cofinanziamento UE: fino al **90%** dei costi ammissibili

SCADENZA 21 aprile 2022

- Valutazione: aprile 2022 - maggio 2022
- Informazioni sui risultati della valutazione: giugno 2022
- Firma dell'accordo di sovvenzione: ottobre agosto 2022