

NEWS - Partnerships del giornalismo - Collaborazioni

NEWS - Journalism Partnerships - Collaborations

TOPIC ID:

CREA-CROSS-2024-JOURPART-COLLABORAZIONI

Ente finanziatore:

Commissione europea
Programma Europa Creativa

Obiettivi ed impatto attesi:

I settori europei dell'informazione svolgono un ruolo cruciale e prezioso in Europa. Tuttavia, si trovano ad affrontare molteplici sfide. In parte a causa del passaggio al digitale, con i lettori che si spostano verso le fonti online e le testate tradizionali che perdono introiti pubblicitari, la sostenibilità economica del giornalismo professionale è stata messa sotto pressione. Molti media a livello locale e quelli che antepongono la loro missione di interesse pubblico ai profitti hanno dovuto chiudere, indebolendo il pluralismo dei media e mettendo a rischio il buon funzionamento della democrazia.

Tema 1. L'obiettivo di "Partenariati giornalistici - Collaborazioni" è aiutare il settore dei media europei a diventare più sostenibile e resiliente, in particolare sostenendo le collaborazioni transfrontaliere tra media. Questo sostegno promuoverà la trasformazione dei media, l'affidabilità delle notizie e le competenze dei professionisti dell'informazione, ad esempio sviluppando standard di produzione dei media e nuovi modelli di business.

Risultati attesi

- Aumento dell'innovazione e della creatività nei modelli di business, nei processi di produzione giornalistica e nei processi di distribuzione;
- Aumento dell'interesse per il giornalismo, tra i vari gruppi sociali, linguistici e di età;
- Aumento della redditività dei contenuti giornalistici prodotti professionalmente.
- Maggiore collaborazione con i media.
- Reti settoriali per lo scambio di buone pratiche tra i professionisti dei media;
- Knowledge-hub per i sotto-settori che ruotano attorno ai formati tecnici (stampa scritta/online, radio/podcast, TV, ecc.) e/o ai generi giornalistici (giornalismo dei dati, temi generali, giornalismo specializzato, ecc;)
- Acquisizione e miglioramento delle competenze professionali dei giornalisti e dei professionisti del settore dei media.

Attività che possono essere finanziate

Questo tema mira ad aiutare il più ampio settore europeo dei media a diventare più sostenibile e resiliente, compresi i piccoli media. È previsto il sostegno a progetti di collaborazione in e tra qualsiasi (sotto)settore e/o genere dei media d'informazione che mirano a migliorare la cooperazione, ad aiutare i media ad adattarsi alle nuove realtà economiche e di consumo e a instillare un cambiamento sistemico in tutto il settore.

Le attività proposte devono essere chiaramente giustificate e basate sulle esigenze dei (sotto)settori scelti. Le attività possono essere diverse, purché la loro rilevanza sia sostenuta da una solida analisi dei bisogni del/i settore/i destinatario/i e aiutino il/i sotto-settore/i prescelto/i ad affrontare le sfide identificate. I progetti devono concentrarsi sulle modalità di sviluppo della trasformazione collaborativa, da un punto di

vista commerciale, tecnologico e/o contenutistico.

I progetti possono mirare a sviluppare, tra l'altro, migliori modelli di ricavi e monetizzazione, nuovi approcci allo sviluppo dell'audience, alla creazione di comunità e al marketing, allo sviluppo di standard professionali/tecnici comuni, a nuovi tipi di redazioni, a reti di syndication o ad altri modelli per lo scambio di contenuti/dati tra i media nell'UE, o a fornire assistenza alle piccole organizzazioni di media. Dal punto di vista dei contenuti, possono mirare ad aumentare l'efficienza e la qualità dell'informazione attraverso collaborazioni giornalistiche innovative. I progetti possono testare metodi e formati di produzione innovativi o contribuire a standard di produzione mediatica di alta qualità in altri modi collaborativi. I progetti possono mirare a incrementare lo scambio di buone pratiche tra i giornalisti e a ottimizzare i flussi di lavoro per quei generi giornalistici che richiedono più tempo e risorse.

Le proposte possono riguardare una o più delle priorità sopra indicate, se pertinenti e basate sull'analisi dei bisogni.

A tal fine, i progetti possono includere eventi, corsi di formazione online e workshop per i professionisti dei media, programmi di scambio, schemi di mentoring, mappatura delle migliori pratiche, sviluppo di standard tecnici a livello di settore, sviluppo di linee guida e standard editoriali, produzione di guide pratiche, sviluppo e sperimentazione di piattaforme e soluzioni tecniche per lo scambio di idee e migliori pratiche, attività promozionali o altre attività che mirano a sostenere la vitalità del settore. È incoraggiata la condivisione delle migliori pratiche tra operatori di mercati mediatici/paesi/regioni con caratteristiche diverse (in termini di lingue, volumi di produzione, dimensioni, livelli di digitalizzazione, ecc. I candidati sono incoraggiati a prendere in considerazione attività a sostegno dei settori dei media che non dispongono dei mezzi per adattarsi all'ambiente digitale.

Il sostegno finanziario a terzi sarà accettato in progetti che prevedono programmi di scambio per giornalisti e altri professionisti dei media, sostegno per la partecipazione a corsi di formazione o eventi, sostegno a giornalisti e media outlet per progetti giornalistici collaborativi, sostegno per la consulenza legale, sostegno per l'acquisizione, lo sviluppo o la manutenzione di strumenti tecnici per il giornalismo collaborativo, sostegno per eventi in questi settori e/o premi per la collaborazione o l'innovazione. In questi casi, i richiedenti devono definire le condizioni in base alle quali il sostegno finanziario a terzi avrà luogo e garantire un processo equo e trasparente.

In ogni caso, i progetti devono includere risultati concreti e stabilire indicatori di performance chiari, oggettivamente verificabili e quantificabili per il medio termine e la fine del progetto. La stima della portata deve essere più precisa della somma dei canali di distribuzione disponibili e deve essere comprovata da un piano di sensibilizzazione dettagliato e da prove di interesse da parte dei gruppi target.

Tutti i progetti devono rispettare gli standard professionali dei media ampiamente accettati. Gli standard scelti devono essere indicati nella proposta e confermati con una dichiarazione firmata su standard e indipendenza (allegata al modulo di domanda). I partenariati che prevedono un lavoro editoriale devono operare in piena indipendenza editoriale.

Tutti i partenariati devono considerare l'impronta ecologica delle attività proposte e, se del caso, descrivere le strategie per garantire un settore dei media più sostenibile e rispettoso dell'ambiente.

Criteri di eleggibilità:

Per essere ammissibili, i richiedenti (beneficiari ed enti affiliati) devono: - essere persone giuridiche (enti pubblici o privati) - avere sede in uno dei Paesi ammissibili, ossia: - Paesi partecipanti a Europa Creativa: - Stati membri dell'UE (compresi i Paesi e territori d'oltremare (PTOM)) - Paesi non UE: - Paesi SEE elencati e Paesi associati al Programma Europa Creativa o Paesi che hanno in corso negoziati per un accordo

di associazione e in cui l'accordo entra in vigore prima della firma della sovvenzione (elenco dei Paesi partecipanti)

I beneficiari e gli enti affiliati devono iscriversi al Registro dei partecipanti - prima di presentare la proposta - e dovranno essere convalidati dal Servizio centrale di convalida (REA Validation).

Per la convalida, sarà richiesto loro di caricare documenti che dimostrino lo status giuridico e l'origine.

Altre entità possono partecipare in altri ruoli del consorzio, come partner associati, subappaltatori, terze parti che forniscono contributi in natura, ecc.

Composizione del consorzio

Le proposte devono essere presentate da un consorzio di almeno tre candidati (beneficiari; non entità affiliate), che rispettino le seguenti condizioni:

- almeno tre entità indipendenti provenienti da un minimo di tre Paesi diversi che partecipano al Programma Europa Creativa

I consorzi possono includere media senza scopo di lucro, pubblici e privati (tra cui stampa scritta/online, radio/podcast, TV, ecc.) e altre organizzazioni che si occupano di media (tra cui associazioni di media, ONG, fondi giornalistici e organizzazioni di formazione per i professionisti dei media, ecc.)

Durata

Di norma, i progetti non devono superare i 24 mesi.

Contributo finanziario:

I parametri della sovvenzione (importo massimo della sovvenzione, tasso di finanziamento, costi totali ammissibili, ecc.) saranno stabiliti nella Convenzione di sovvenzione (Scheda tecnica, punto 3 e art. 5).

Budget del progetto (importo massimo della sovvenzione): per il tema 1: 2.000.000 EUR per progetto;

La sovvenzione sarà basata sul budget (costi effettivi, con costi unitari ed elementi forfettari). Ciò significa che rimborserà SOLO alcuni tipi di costi (costi ammissibili) e i costi effettivamente sostenuti per il progetto (NON i costi preventivati). Per quanto riguarda i costi unitari e gli elementi forfettari, è possibile addebitare gli importi calcolati come spiegato nella Convenzione di sovvenzione (cfr. art. 6 e allegati 2 e 2a).

I costi saranno rimborsati al tasso di finanziamento fissato nella Convenzione di sovvenzione, pari all'80% per l'Argomento 1

Le sovvenzioni NON possono produrre un profitto (cioè un'eccedenza delle entrate + sovvenzione UE rispetto ai costi). Le organizzazioni a scopo di lucro devono dichiarare le loro entrate e, se c'è un profitto, verrà dedotto dall'importo finale della sovvenzione (vedi art. 22.3). Inoltre, si tenga presente che l'importo finale della sovvenzione può essere ridotto in caso di non conformità con la Convenzione di sovvenzione (ad esempio, implementazione non corretta, violazione degli obblighi, ecc.)

Budget disponibile

- NEWS - Giornalismo Partenariati - Collaborazioni 6 000 000 EUR

Scadenza:

Data di apertura prevista

26 ottobre 2023

Data di scadenza

14 febbraio 2024 17:00:00 ora di Bruxelles

Ulteriori informazioni:

[call-fiche_crea-cross-2024-jourpart_en.pdf \(europa.eu\)](#)