

Bando “Giovani ricercatori” – 2024 FAQ fase 2

1- Quali sono la data e l’ora di scadenza del bando?

La data di scadenza dei progetti di seconda fase è fissata per:

- Life Sciences: 9 settembre 2024
- Social Sciences and Humanities: 11 settembre 2024
- Physical Sciences and Engineering: 13 settembre 2024

Le proposte dovranno essere presentate entro le ore 17.00. È sempre consentita la trasmissione delle richieste di adesione ai bandi in corso di compilazione, nei trenta minuti successivi alla scadenza del termine del bando.

Si segnala che il portale non consentirà l’invio della richiesta in caso di:

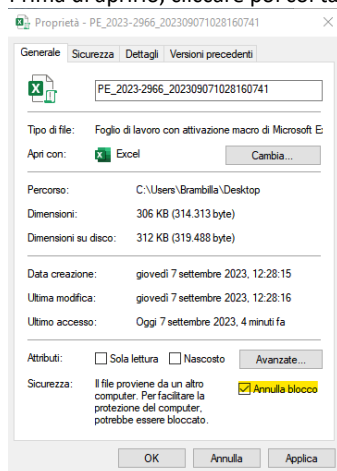
- tentativo di invio successivo alla scadenza;
- incompletezza della modulistica progettuale;
- incompletezza di dati e allegati anagrafici (capofila ed eventuali partner).

2- Dove trovo il Project update in formato word e il file excel relativo al Budget?

Il Project update in formato word è stato inviato all’indirizzo e-mail del responsabile scientifico, contestualmente all’invio del feedback dei revisori di fase 1. È inoltre disponibile nell’Area Riservata, nella sezione “Allegati”.

Il file excel relativo al Budget deve essere scaricato dall’Area Riservata, sezione Azione e Piano economico del portale, avendo cura di non modificare il nome del file scaricato. Prima della compilazione si deve salvare il file in una cartellina non in cloud.

Prima di aprirlo, cliccare poi col tasto destro sul file, selezionare “Proprietà” e poi selezionare “Annulla blocco” e “OK”.



3- Come avviene il processo di valutazione?

I progetti ammessi alla valutazione di merito saranno valutati da *reviewer* selezionati fra i principali esperti internazionali rispetto alle tematiche del progetto. Ogni *reviewer* esprimerà giudizi sulla base dei criteri di valutazione esposti nel testo del bando.

4- La copertura del salario del responsabile scientifico (personale non strutturato) è una spesa ammissibile?

Sì, è possibile chiedere che Fondazione Cariplo copra il salario del responsabile scientifico per il tempo dedicato all’iniziativa. Tale spesa va inserita sotto la voce A06 (personale non strutturato) del piano economico.

5- Qual è la differenza fra partner e collaboratore esterno?

Possono considerarsi partner tutte quelle istituzioni con le quali si è sottoscritto un accordo formale di partenariato. I partner si devono necessariamente candidare come destinatari di una quota del contributo e sono corresponsabili del conseguimento degli obiettivi del progetto. Sono invece da considerarsi collaboratori esterni enti/personone con i quali si svolgerà, durante la progettualità, una collaborazione informale che non include la destinazione di una quota del contributo.

6- Dove devono essere inseriti i preventivi?

I preventivi, se in inglese, devono essere inseriti nel *Project update* (creando un unico file, come indicato sul form). Se invece in italiano, devono essere allegati sotto la categoria "preventivi" nella sezione degli allegati di progetto. In questo caso, qualora si disponga di più preventivi, si raccomanda di caricare un unico file che li contenga tutti.

7- Quando la firma digitale è ritenuta valida?

Affinché la firma digitale sia valida deve essere possibile verificare la sua autenticità (l'identità del firmatario), la sua integrità (assicura l'originalità) e la non-modifica dei documenti firmati. Pertanto, dopo la sua apposizione il documento non deve essere rinominato o accorpati, né se ne deve modificare l'estensione.

8- Quando occorre prevedere la spesa per l'audit? In che voce va inserita nel piano economico?

Per capire se occorre acquisire la relazione del revisore esterno (audit) occorre in primis identificare l'importo da assumere come riferimento (*valore di riferimento*): tale valore si ottiene moltiplicando le spese autocertificabili (sommatoria delle voci A06, A07, A08, A09 e A10) per il coefficiente 1,25.

Nel caso di progetti non in partenariato, se il valore di riferimento risulta pari o superiore al limite di 250.000 €, il progetto è soggetto a audit.

Nel caso di progetti in partenariato, il partenariato è soggetto a audit se il valore di riferimento raggiunge o supera il limite calcolato tramite la seguente formula: $(n-1) \times 250.000 \text{ €}$ con n = numero di soggetti che compongono il partenariato incluso il capofila. Oltre a questa verifica, l'audit sarà richiesto con riferimento ai singoli soggetti del partenariato per cui:

- le spese autocertificabili moltiplicate per 1,25 siano pari o superiori a 125.000 €, nel caso di partenariato soggetto ad audit;

- le spese autocertificabili moltiplicate per 1,25 siano pari o superiori a 250.000 €, nel caso di partenariato non soggetto ad audit;

Il costo dell'audit, se presente, andrà inserito in corrispondenza della voce "Prestazioni professionali di terzi (A07)"

Esempio 1 (progetto non in partenariato):

Spese autocertificabili = 200.000 €

Valore di riferimento = $200.000 \times 1,25 = 250.000$

Limite = 250.000 €

Valore di riferimento \geq Limite \rightarrow Progetto soggetto ad AUDIT

Esempio 2 (progetto in partenariato):

Spese autocertificabili = 250.000 €

Valore di riferimento = $250.000 \times 1,25 = 312.500$

n partner= 2

Limite = $(2-1) \times 250.000\text{€} = 250.000 \text{ €}$

Valore di riferimento \geq Limite \rightarrow Partenariato soggetto ad AUDIT

Spese autocertificabili = 250.000 €

Partner 1= $160.000 \times 1.25 = 200.000 \text{ €} \rightarrow$ SI AUDIT

Partner 2= $90.000 \times 1.25 = 112.500 \text{ €} \rightarrow$ NO AUDIT

Esempio 3 (progetto in partenariato):

Spese autocertificabili = 198.000 €

Valore di riferimento = $198.000 \times 1,25 = 247.500$

n = 2

Limite = $(2-1) \times 250.000\text{€} = 250.000 \text{ €}$

Valore di riferimento $<$ Limite \rightarrow Partenariato non soggetto ad AUDIT

Spese autocertificabili = 198.000 €

Partner 1 = $150.000 \times 1.25 = 187.500 \text{ €} \rightarrow$ NO AUDIT

Partner 2 = $48.000 \times 1.25 = 60.000 \text{ €} \rightarrow$ NO AUDIT

9- Cosa si intende per disseminazione e comunicazione?

I beneficiari del finanziamento devono svolgere attività volte ad aumentare la visibilità del progetto e l'impatto dei suoi risultati, e in particolare:

1. Condividere i risultati della ricerca con i loro potenziali utilizzatori: la comunità scientifica, il mondo dell'industria, altri attori commerciali, la società civile e i decisori politici (disseminazione).
2. Promuovere l'azione e i suoi risultati alla società, fornendo informazioni mirate a pubblici diversificati, in modo strategico ed efficace (comunicazione).

La comunicazione, indirizzata a molteplici pubblici, prevede l'utilizzo di linguaggi e canali differenti adattati al target di riferimento. È intesa come comunicazione unidirezionale (*one-way communication*) quando non richiede interazione coi destinatari della comunicazione; è invece bidirezionale (*two-ways communication*) quella in cui sono necessari feedback e contributi e il flusso di comunicazione è aperto dal progetto al pubblico e viceversa.

Esempi di comunicazione unidirezionale includono: riviste, comunicati stampa, newsletter, manuali, brochure, radio, televisione, video, poster, policy brief etc. Esempi di comunicazione bidirezionale includono dialoghi, dibattiti, conversazioni faccia a faccia, discussioni di gruppo, eventi di intermediazione, tavole rotonde etc.

Materiale di approfondimento:

Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2848/078892>

Publications Office of the European Union, 2023, <https://data.europa.eu/doi/10.2848/289075>