

MISURA / AZIONE PSL	<i>F 1.a Informazione e promozione nel mercato interno (UE) dei prodotti di qualità della filiera vitivinicola</i>
OPERAZIONE PSR	3.2.01 – Informazione e promozione dei prodotti di qualità
TIPOLOGIA AZIONE	(A/B/C) B
OBIETTIVO MISURA / AZIONE PSL	La filiera vitivinicola identifica i prodotti che nel modo più significativo rappresentano le caratteristiche del nostro territorio; ecco quindi la necessità di garantire la più ampia diffusione possibile delle caratteristiche di queste produzioni certificate mediante una idonea e continua azione di informazione e promozione. L'obiettivo che si persegue con interventi di informazione e promozione é da un lato quello di stabilire un contatto diretto e costante con il consumatore, sia a livello locale che a livello internazionale, per consolidare la sua fiducia nei prodotti in questione, dall'altro mantenere e sviluppare i positivi rapporti di natura commerciale esistenti con acquirenti nazionali ed internazionali.
INTERVENTI PREVISTI NELLA MISURA / AZIONE DEL PSL	<i>Campagne di informazione e promozione (workshop, convegni, manifestazioni ed eventi, fiere) Campagne di informazione e promozione che prevedono la realizzazione di materiale sia cartaceo che multimediale e gadget. Azioni di comunicazione e pubblicitarie</i>
TIPO DI SOSTEGNO	Il sostegno consiste in un contributo in conto capitale a copertura delle spese ammesse.
BENEFICIARI	Associazioni di produttori che comprendono operatori che aderiscono ai regimi di qualità rientranti nell'ambito di applicazione dell'operazione 3.1.01. Sono escluse le organizzazioni professionali e interprofessionali.
COSTI AMMISSIBILI	<p><u>Sono ammissibili</u> le spese inerenti alle seguenti attività di informazione e promozione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione di materiale informativo e promozionale (stampa, audiovisivo, multimediale, internet, social network, ecc) e gadget; • Campagne informative e pubblicitarie e azioni di comunicazione; • Organizzazione e partecipazione a manifestazioni, eventi e fiere o ad analoghe iniziative nel settore delle relazioni pubbliche; • Realizzazione di convegni e seminari informativi e promozionali sulle produzioni di qualità; • Incontri con operatori e/o giornalisti (presentazioni, workshop, educational tour, degustazioni, ecc); • Attività pubblicitarie a carattere dimostrativo effettuate presso eventi, mostre mercato e punti vendita. • Ricerche di mercato, sondaggi di opinione ed attività finalizzate al reperimento di potenziali sbocchi di mercato, solo se propedeutiche alle attività di cui sopra. <p>Sono inoltre riconosciute le spese generali fino ad un massimo dell'8% della spesa ammessa a finanziamento (al netto dell'IVA), che devono essere rendicontate con relativi giustificativi di spesa. Le spese generali comprendono i costi di progettazione e direzione del progetto e di accensione di eventuali fidejussioni richieste per l'erogazione dei contributi.</p> <p>Le Spese generali comprendono le spese per le attività di progettazione e gestione del progetto fino ad un importo massimo del:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 % per spese di progetto ammesse a finanziamento comprese tra € 30 000 e € 100 000, IVA esclusa; • 3 % per spese di progetto d ammesse a finanziamento comprese tra € 100 001 e € 200 000, IVA esclusa <p><u>Non sono ammissibili:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • le spese ordinarie organizzative e di personale dipendente; • l'acquisto di beni strumentali durevoli che prevedono un ammortamento superiore alla durata del progetto; • le spese relative a materiali ed oggettistica costituenti dotazioni necessarie alla commercializzazione del prodotto. • la promozione di marchi commerciali e imprese.

	<p>Tutto il materiale informativo e promozionale ammesso a contributo deve essere conforme alle normative Comunitarie e a quelle dello Stato membro in cui si svolgono tali attività. Il materiale relativo ai vini con denominazione protetta previsti nella presente misura deve sempre contenere esplicito riferimento ai requisiti legali e normativi inerenti al consumo responsabile di queste bevande alcoliche e al rischio di abuso di alcool.</p>
CONDIZIONI DI AMMISSIBILITÀ	<p><u>Sono ammissibili</u> solo attività d'informazione, promozione e pubblicità nel mercato interno relative ai prodotti rientranti in un regime di qualità riconosciuti a livello nazionale e conformi ai requisiti di cui all'articolo 16, paragrafo 1, lettere (a) e (b) del Reg. (UE) n. 1305/2013.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vini DOC/DOCG/IGT • Vini aromatizzati (Reg. (CEE) 1601/1991) <p>Sono ammissibili solo attività d'informazione, promozione e pubblicità nel mercato interno relative ai vini DOC/DOCG/IGT del territorio.</p> <p>I programmi proposti devono ottemperare all'insieme della normativa comunitaria, nazionale e regionale concernente i prodotti in questione e agli Orientamenti comunitari per gli aiuti di Stato a favore della promozione e pubblicità dei prodotti agricoli.</p> <p><u>Non sono ammissibili:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • le attività di informazione e promozione che beneficiano di altri aiuti previsti da normative comunitarie e nazionali; • iniziative incompatibili con gli interessi del mercato unico ed in particolare: azioni pubblicitarie che alterino le condizioni di concorrenza negli scambi tra gli Stati membri e iniziative e azioni pubblicitarie riguardanti precipuamente i prodotti e la marca di una o determinate imprese. <p>Le attività di informazione e promozione non devono incitare i consumatori ad acquistare un prodotto a causa della sua particolare origine, tranne il caso dei prodotti inclusi nei regimi di cui all'articolo 4(3) del Reg. (UE) n. 807/2014.</p> <p>L'origine del prodotto può essere indicata a condizione che i riferimenti all'origine siano secondari rispetto al messaggio principale.</p> <p>Non è concesso alcun finanziamento per azioni di informazione e di promozione riguardanti marchi commerciali.</p> <p>L'operazione è finanziabile su tutto il territorio del Gal.</p>
MODALITÀ DI ATTUAZIONE	Bando
ALIQUOTA DEL SOSTEGNO	<p>Il contributo concesso è pari al 70% della spesa ammessa a finanziamento.</p> <p>Nel caso di azioni di pubblicità il contributo è pari al 50% della spesa ammessa a finanziamento.</p>

IMPORTO DEL SOSTEGNO DI CUI	Spesa ammissibile	Contributo pubblico totale	Contributo FEASR
	€ 891.428,57	€ 600.000,00	€ 258.720,00
SPESE PROMOZIONE	€ 771.428,57	€ 540.000,00	€ 232.848,00
SPESE PUBBLICITARIE	€ 120.000,00	€ 60.000,00	€ 25.872,00

CRONOPROGRAMMA PROCEDURE E FINANZIARIO						
Importi contributo pubblico messo a bando per anno / semestre						
2017	2018		2019		2020	
2° semestre	1° semestre	2° semestre	1° semestre	2° semestre	1° semestre	2° semestre
	€ 300.000,00	€	€ 300.000,00	€	€	€

INDICATORI	Nome indicatore	U. m.	Valore atteso al 2023
Indicatori QCM&V	O1 - Spesa pubblica totale	€	600.000,00
	O4 - Numero di imprese/beneficiari supportato	n°	4
Indicatori PSL	n. filiere valorizzate dai progetti di promozione	n.	2
	Eventi promossi o partecipati e contatti procurati	n	12
		n	
Indicatori ambientali – Interventi e soggetti coinvolti in attività di informazione su tematiche ambientali	Numero interventi	n.	4
	Numero soggetti coinvolti	n.	20.000
	Costo totale	€	200.000,00

* Da definire concordemente con l'Autorità Ambientale del Programma

CRITERI DI SELEZIONE

MACROCRITERI DI VALUTAZIONE		PUNTI
Regime di qualità		25
Qualità del progetto		35
2	Livello di innovazione degli strumenti di promozione utilizzati	
3	Integrazione tipologia interventi	
4	Ampiezza del progetto	
5	Tipologia e qualità degli indicatori di impatto previsti	
Livello di aggregazione		40
6	Iniziative integrate tra più prodotti	
7	Numero di agricoltori che aderiscono al sistema di qualità	
8	Relazione con iniziative promozionali o programmatiche di Regione Lombardia	
PUNTEGGIO MASSIMO		100

ELEMENTI DI VALUTAZIONE		PUNTI
Regime di qualità		25
1.1	Olio DOP del garda bresciano	25
1.2	Vini DOC/DOCG/IGT	20
Qualità del progetto		35
2	Livello di innovazione degli strumenti di promozione utilizzati	12
	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 70% del valore del progetto finanziato	12
2.2	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 50% del valore del progetto finanziato	6
2.3	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 35% del valore del progetto finanziato	3
3	Integrazione tipologia interventi	10
3.1	Presenza di almeno un intervento in almeno tre azioni previste	10
3.2	Presenza di almeno un intervento in almeno due azioni previste	5
4	Ampiezza del progetto	10
4.1	Promozione di livello comunitario (per almeno il 70% del valore del progetto finanziato)	10
4.2	Promozione di livello nazionale (per almeno il 70% del valore del progetto finanziato)	5
4.3	Promozione di livello regionale (per almeno il 70% del valore del progetto finanziato)	2
5	Indicatori previsti dal progetto	3
5.1	Presenza di almeno 3 indicatori	3
5.2	Presenza di almeno 2 indicatori	1
Livello di aggregazione		40
6	Iniziative integrate tra più prodotti	18
6.1	Progetti che aggregano più di 3 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	18
6.2	Progetti che aggregano 3 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	9
6.3	Progetti che aggregano 2 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	2
7	Numero di agricoltori che aderiscono al sistema di qualità	14
7.1	Rapporto percentuale tra n. operatori certificati che aderiscono all'Associazione ubicati in Lombardia e n. totale di operatori certificati uguale o superiore a 70%	14
7.2	Rapporto percentuale tra n. operatori certificati che aderiscono all'Associazione ubicati in Lombardia e n. totale di operatori certificati inferiore a 70% e superiore a 50%	7
7.3	Rapporto percentuale tra n. operatori certificati che aderiscono all'Associazione ubicati in Lombardia e n. totale di operatori certificati inferiore o uguale a 50%	2
8	Relazione con iniziative promozionali o programmatiche di Regione Lombardia	4
8.1	Si	4
8.2	No	0
9	Promozione integrata con il territorio rurale di riferimento	4
9.1	Si	4
9.2	No	0
PUNTEGGIO MASSIMO		100

* I regimi inseriti nel macrocriterio "Regimi di qualità" completano l'elenco dei regimi previsti nel Programma. Il punteggio attribuito ai regimi inseriti sarà comunque inferiore a quello dei regimi prioritari indicati nel paragrafo "Principi concernenti la fissazione dei criteri di selezione" dell'Operazione.