

MISURA / AZIONE PSL	AMBITO 1 IL SISTEMA DELLA PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DELLA FILERA CORTA DI QUALITA'
OPERAZIONE PSR	3.2.01 – Informazione e promozione dei prodotti di qualità
TIPOLOGIA AZIONE	A
OBIETTIVO MISURA / AZIONE PSL	In termini generali l'operazione promuove la conoscenza dei prodotti di qualità riconosciuti a livello comunitario o nazionale, dal punto di vista del loro processo produttivo e delle loro peculiari caratteristiche qualitative, nutrizionali ed organolettiche. Nel'ambito particolare del PSL relativo all'azione rivolta al sistema della promozione e valorizzazione della filiera corta di qualità, la presente operazione consente di perseguire i seguenti obiettivi specifici: _ definire una strategia comunicativa e promozionale unitaria rivolta ad accrescere la riconoscibilità delle TERRE del PO come specifica entità territoriale all'interno di un'area vasta, anche attraverso la conoscenza dei suoi prodotti locali di qualità; _ indirizzare gli operatori turistici verso forme di turismo che legano la conoscenza del territorio anche attraverso la scoperta di prodotti locali di qualità: tutto questo mediante opportune strategie comunicative e promozionali.
INTERVENTI PREVISTI NELLA MISURA / AZIONE DEL PSL	Gli interventi previsti riguardano il sostegno finanziario ad Associazioni di produttori operanti attivamente nei regimi di qualità per l'organizzazione di eventi e manifestazioni oppure per la realizzazione di: a) azioni di informazione sui processi produttivi e le proprietà qualitative, nutrizionali ed organolettiche delle produzioni di qualità; b) azioni di valorizzazione dell'immagine dei prodotti di qualità, anche attraverso la promozione dei prodotti stessi mediante campagne pubblicitarie oppure la partecipazione ad iniziative del settore.
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	<u>Sono ammissibili</u> le spese inerenti alle seguenti attività di informazione e promozione: <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><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.

	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.
CONDIZIONI DI AMMISSIBILITÀ	<p><u>Sono ammissibili</u> solo attività d'informazione, promozione e pubblicità nel mercato interno relative ai prodotti locali 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"> • Prodotti agroalimentari DOP/IGP/STG • Vini DOC/DOCG/IGT • Sistema Qualità Nazionale per la zootecnia (SQNZ) • Sistema Qualità Nazionale produzione integrata (SQNPI) • Agricoltura Biologica (Reg. (CE) 834/2007) • Vini aromatizzati (Reg. (CEE) 1601/1991) • Bevande spiritose Indicazioni geografiche (Reg. (CE) 110/2008) <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>I programmi proposti saranno considerati finanziabili previa verifica sulla demarcazione con le misure di sostegno previste dalle OCM per il prodotto agricolo oggetto del programma.</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. 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>
MODALITÀ DI ATTUAZIONE	BANDO
ALIQUOTA DEL SOSTEGNO	Il contributo concesso è pari al 70% della spesa ammessa a finanziamento. Nel caso di azioni di pubblicità il contributo è pari al 50% della spesa ammessa a finanziamento.

IMPORTO DEL SOSTEGNO	Spesa ammissibile	Contributo pubblico totale	Contributo FEASR
	€ 200.000,00	€ 140.000,00	€ 60.368,00

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
€ 0	€ 0	€ 140.000,00	€ 0	€ 0	€ 0	€ 0

INDICATORI	Nome indicatore	U. m.	Valore atteso al 2023
Indicatori QCM&V	O1 - Spesa pubblica totale	€	€140.000,00
	O4 - Numero di beneficiari coinvolti nelle iniziative	n°	8
Indicatori PSL	n. attività di promozione realizzate	n.	28
	n. di imprese coinvolte	n.	40
	n. di eventi e/o manifestazioni di promozione dei prodotti di qualità	n.	15

Indicatori ambientali*	<i>n. interventi di informazione su tematiche ambientali</i>	n.	4
	<i>n. soggetti coinvolti in attività di informazione su tematiche ambientali</i>	n.	150
	<i>Costo totale per la realizzazione di interventi di informazione su tematiche ambientali</i>	Euro	5.500,00
	<i>n. interventi di informazione sui prodotti con certificazione biologica, DOC, DOCG, IGP</i>	n.	12
	<i>n. di soggetti coinvolti in attività di informazione sui prodotti con certificazione biologica, DOC, DOCG, IGP</i>	n.	23.000,00
	<i>Costo totale per la realizzazione di interventi di informazione sui prodotti con certificazione biologica, DOC, DOCG, IGP</i>	Euro	60.000,00
* 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	10
3	Integrazione tipologia interventi	10
4	Ampiezza del progetto	10
5	Tipologia e qualità degli indicatori di impatto previsti	5
Livello di aggregazione		30
6	Iniziative integrate tra più prodotti	10
7	Numero di agricoltori che aderiscono al sistema di qualità	10
8	Relazione con iniziative promozionali o programmatiche di Regione Lombardia	10
PUNTEGGIO MASSIMO		90

ELEMENTI DI VALUTAZIONE		PUNTI
Regime di qualità		25
1.1	Agricoltura biologica	15
1.2	Regime di qualità relativo a prodotti delle aree svantaggiate di montagna (Prodotti DOP/IGP e Vini DOC/DOCG)	0
1.3	Indicazione facoltativa "Prodotto di montagna"	0
1.4	Nuovi prodotti DOP/IGP e Vini DOC/DOCG *	5
1.5	Prodotti DOP/IGP e Vini DOC/DOCG *	5
Qualità del progetto		35
2	Livello di innovazione degli strumenti di promozione utilizzati	10
2.1	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 70% del valore del progetto finanziato	10
2.2	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 50% del valore del progetto finanziato	5
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)	3
5	Indicatori previsti dal progetto	5
5.1	Presenza di almeno 3 indicatori	5
5.2	Presenza di almeno 2 indicatori	3
Livello di aggregazione		30
6	Iniziative integrate tra più prodotti	10
6.1	Progetti che aggregano più di 3 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	10
6.2	Progetti che aggregano 3 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	5
6.3	Progetti che aggregano 2 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	3
7	Numero di agricoltori che aderiscono al sistema di qualità	10

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%	10
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%	5
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%	3
8	Relazione con iniziative promozionali o programmatiche di Regione Lombardia	10
8.1	Si 1	10
8.2	No 0	5
PUNTEGGIO MASSIMO		90

* 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.