

MISURA / AZIONE PSL	Misura M03 Regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari Sottomisura 3.2: Sostegno per attività di informazione e promozione, svolte da associazioni di produttori nel mercato interno- Tipologia A
OPERAZIONE PSR	3.2.01 – Informazione e promozione dei prodotti di qualità
TIPOLOGIA AZIONE	A
OBIETTIVO MISURA / AZIONE PSL	<p>L'operazione ha l'obiettivo di valorizzare e migliorare la conoscenza dei prodotti tutelati da sistemi di qualità riconosciuti a livello comunitario o nazionale.</p> <p>Obiettivi dell'operazione sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sostenere i programmi di attività di informazione e promozione della qualità dei prodotti rivolti ai cittadini e svolti dagli organismi che rappresentano i produttori che partecipano ai sistemi di qualità; • migliorare la conoscenza sulle caratteristiche dei prodotti tutelati e certificati da sistemi di qualità; • ampliare e valorizzare il mercato di tali prodotti, promuovendone l'immagine verso i cittadini e i diversi operatori del mercato; • valorizzare gli aspetti economici e commerciali delle singole produzioni. <p>L'operazione risponde al fabbisogno di incremento della redditività e del valore aggiunto del settore agricolo, concorre al raggiungimento dell'obiettivo generale di stimolare la competitività del settore agricolo e al perseguimento dell'obiettivo specifico del PSL di favorire i processi di aggregazione e cooperazione delle imprese agricole e agroindustriali in ambito di filiera. Inoltre, contribuisce alla priorità di migliorare la competitività dei produttori primari integrandoli meglio nella filiera agroalimentare attraverso regimi di qualità, la creazione di un valore aggiunto per i prodotti agricoli, la promozione dei prodotti locali, le filiere corte, le associazioni e organizzazioni dei produttori e le organizzazioni interprofessionali, nonché agli obiettivi trasversali legati all'innovazione ed alla sostenibilità ambientale.</p> <p>Il PSL ha individuato obiettivi di sviluppo ed iniziative di informazione e promozione con riferimento ai prodotti di qualità del territorio come il vino, tutelato localmente dal Consorzio vini IGT Terre Lariane e dal Consorzio Tutela Valcalepio (Valcalepio DOC, Terre del Colleoni DOC, IGT Bergamasca) e a tutti gli altri prodotti agroalimentari DOP/IGP/STG/DOCG, ai prodotti certificati con Sistema Qualità Nazionale per la zootecnia (SQNZ)/Sistema Qualità Nazionale produzione integrata (SQNPI), ai prodotti da Agricoltura Biologica (Reg. (CE) 834/2007).</p> <p>L'azione intende valorizzare, qualificare e promuovere in modo coordinato sul mercato interno sia locale che extralocale, infatti i prodotti hanno l'esigenza di qualificarsi e soprattutto di promuoversi sul mercato al fine di incrementare e valorizzare gli aspetti economici e commerciali delle singole produzioni ed acquisire maggior penetrazione e visibilità nel mercato agroalimentare.</p> <p>L'operazione sarà attivata nell'ambito degli interventi integrati strategici del PSL (2 <i>Progetto integrato per la qualificazione e valorizzazione della filiera corta e dei mercati agricoli</i> ; 4: <i>Progetto Filiera olivicola olio d'oliva</i>; 5: <i>Progetto Filiera Vitivinicola</i>; 6: <i>Progetto Filiera agroalimentari "minori" per la salvaguardia della biodiversità</i>, individuati dal partenariato ed inseriti nel PSL (si rimanda al PSL), che prevedono l'integrazione degli interventi attivati tramite le operazioni 1.1.01 – 1.2.01 – 4.1.01 – 4.2.01 – 6.4.01 – 7.5.01 – 7.6.01</p>
INTERVENTI PREVISTI NELLA MISURA / AZIONE DEL PSL	<p>Gli interventi previsti riguardano le seguenti azioni:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Azioni di informazione</u>, rivolte a cittadini, tecnici, operatori, finalizzate a migliorare la conoscenza dei regimi di qualità, delle caratteristiche dei processi produttivi, delle tecniche agricole e delle proprietà qualitative, nutrizionali e organolettiche dei prodotti di qualità; 2. <u>Azioni promozionali</u> realizzate a sostegno della fase di commercializzazione dei prodotti e rivolte prevalentemente agli operatori del settore (buyers, ristoratori, stampa e opinion leader), attraverso l'utilizzo dei diversi strumenti di comunicazione; <p>L'operazione si attua tramite il sostegno a programmi di informazione e promozione finalizzati a migliorare la conoscenza sull'esistenza e sulle caratteristiche dei prodotti tutelati da sistemi di qualità riconosciuti a livello comunitario o nazionale, al fine di incrementare e valorizzare gli aspetti economici e commerciali delle singole produzioni.</p> <p>Le attività di informazione e promozione potranno comprendere le seguenti azioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - azioni di informazione finalizzate a rafforzare il rapporto tra produzione e consumo tramite la conoscenza dei processi produttivi e delle attuali tecniche agricole, nonché delle proprietà qualitative, nutrizionali ed organolettiche degli alimenti; - azioni promozionali mirate alla diffusione della conoscenza delle produzioni di qualità e alla

	<p>valorizzazione della loro immagine presso i diversi soggetti del mercato, attraverso l'utilizzo dei diversi strumenti di comunicazione;</p> <ul style="list-style-type: none"> - organizzazione e partecipazione a manifestazioni ed eventi; - azioni promozionali a carattere pubblicitario che possono indurre i consumatori all'acquisto di un determinato prodotto, comprese le azioni pubblicitarie rivolte ai consumatori nei punti di vendita.
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. Sono escluse le organizzazioni professionali e interprofessionali.
COSTI AMMISSIBILI	<p>Sono ammissibili 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><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>Sono ammissibili 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"> • Prodotti agroalimentari DOP/IGP/STG • Vini DOC/DOCG/IGT • Sistema Qualità Nazionale per la zootecnia (SQNZ) • Sistema Qualità Nazionale produzione integrata (SQNPI) • Indicazione facoltativa "prodotto di montagna" • 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><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</p>

	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. Non è concesso alcun finanziamento per azioni di informazione e di promozione riguardanti marchi commerciali.
MODALITÀ DI ATTUAZIONE	L'operazione sarà attivata mediante bando ad evidenza pubblica con previsione di una finestra di apertura. Il bando, approvato dal CdA, verrà sottoposto per l'approvazione di Regione Lombardia e poi pubblicato sul sito ed affisso agli albi pretori degli Enti facenti parte del territorio del GAL.
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
	300.000,00 €	180.000,00 €	77.616,00€

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
		50.000,00 €		50.000,00 €	50.000,00 €	30.000,00 €

INDICATORI	Nome indicatore		U. m.	Valore atteso al 2020
	Indicatori QCM&V	O1 - Spesa pubblica totale		€
O4 - Numero di imprese/beneficiari supportato		n°	30	
Indicatori PSL	N interventi attivati		n°	2
	N. prodotti di qualità interessati		n°	2
Indicatori ambientali	Interventi in attività di formazione, informazione e consulenza su tematiche ambientali, per tematica		n°	1
	Soggetti coinvolti in attività di formazione, informazione e consulenza su tematiche ambientali, per tematica		n°	3
	Costo totale attività di formazione, informazione e consulenza su tematiche ambientali, per tematica		€	30.000,00 €
	N. di interventi informativi su prodotti a certificazione biologica, DOC, DOCG, IGP		n°	2
	N. di soggetti coinvolti negli interventi relativi a prodotti a certificazione biologica DOC, DOCG, IGP		n°	30
	Costo totale per interventi relativi a prodotti a certificazione biologica DOC, DOCG, IGP			180.000,00 €

CRITERI DI SELEZIONE

MACROCRITERI DI VALUTAZIONE			PUNTI
Regime di qualità			35
Qualità del progetto			35
2	Livello di innovazione degli strumenti di promozione utilizzati		15
3	Integrazione tipologia interventi		10
4	Ampiezza del progetto		5
5	Tipologia e qualità degli indicatori di impatto previsti		5
Livello di aggregazione			30
6	Iniziative integrate tra più prodotti		15
7	Numero di agricoltori che aderiscono al sistema di qualità		10
8	Relazione con iniziative promozionali o programmatiche di Regione Lombardia		5
			PUNTEGGIO MASSIMO
			100
ELEMENTI DI VALUTAZIONE			PUNTI

Regime di qualità		35
1.1	Agricoltura biologica	35
1.2	Regime di qualità relativo a prodotti delle aree svantaggiate di montagna (Prodotti DOP/IGP e Vini DOC/DOCG)	30
1.3	Indicazione facoltativa "Prodotto di montagna"	15
1.4	Nuovi prodotti DOP/IGP e Vini DOC/DOCG *	30
1.5	Prodotti DOP/IGP e Vini DOC/DOCG *	25
Qualità del progetto		35
2	Livello di innovazione degli strumenti di promozione utilizzati	15
2.1	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 70% del valore del progetto finanziato	15
2.2	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 50% del valore del progetto finanziato	10
2.3	Utilizzo di strumenti innovativi (telematici e multimediali) per almeno il 35% del valore del progetto finanziato	5
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	2
4	Ampiezza del progetto	5
4.1	Promozione di livello comunitario (per almeno il 70% del valore del progetto finanziato)	5
4.2	Promozione di livello nazionale (per almeno il 70% del valore del progetto finanziato)	3
4.3	Promozione di livello regionale (per almeno il 70% del valore del progetto finanziato)	1
5	Indicatori previsti dal progetto	5
5.1	Presenza di almeno 3 indicatori	5
5.2	Presenza di almeno 2 indicatori	1
Livello di aggregazione		30
6	Iniziative integrate tra più prodotti	15
6.1	Progetti che aggregano più di 3 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	15
6.2	Progetti che aggregano 3 Associazioni rappresentanti prodotti certificati diversi	10
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%	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%	0
8	Relazione con iniziative promozionali o programmatiche di Regione Lombardia	5
8.1	Si	5
8.2	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.