

1) Ai fini dei controlli amministrativi sulle domande di approvazione dei PO, ed in particolare della verifica della ragionevolezza dei costi, per tutte le azioni riferibili a investimenti in strutture, acquisto di macchinari e attrezzature, compresi HW e SW, acquisizione di servizi, le spese che non fanno riferimento a valori standardizzati o massimali stabiliti nelle norme nazionali, devono essere documentate come di seguito definito:

- a) confronto tra preventivi;
- b) valutazione tecnica indipendente sui costi.

I seguenti metodi possono essere adottati singolarmente o in maniera mista laddove l'adozione di un solo metodo non garantisca un'adeguata valutazione.

Nel caso in cui il metodo prescelto sia quello del confronto tra preventivi, è necessario adottare una selezione del prodotto da acquistare basata sull'esame di almeno 3 preventivi di spesa confrontabili, prodotti da fornitori diversi e riportanti nei dettagli l'oggetto della fornitura, e procedere quindi alla scelta di quello che, per parametri tecnico-economici e per costi/benefici, viene ritenuto il più idoneo.

A tale scopo, è necessario che l'OP fornisca una breve relazione tecnico/economica illustrante la motivazione della scelta del preventivo ritenuto valido. La relazione tecnico/economica non è necessaria se la scelta del preventivo risulta essere quella con il prezzo più basso.

Anche nei casi in cui non sia possibile acquisire 3 preventivi per motivate ragioni (es. completamento o ampliamento linee di lavorazione con macchinari coerenti con quelli già presenti, macchine o attrezzature coperte da brevetto, acquisizioni possibili solo in leasing, servizi forniti in esclusiva, ecc.) è necessario che l'OP fornisca una breve relazione tecnico/economica illustrante la motivazione della scelta del preventivo ritenuto valido e della motivazione all'impossibilità di procurarsi 3 preventivi. Anche per i beni e le attrezzature afferenti ad impianti o processi innovativi (es prototipi) e per i quali non è possibile reperire tre differenti offerte comparabili tra di loro, è necessario presentare una relazione tecnica illustrativa della scelta del bene e dei motivi di unicità del preventivo proposto. Stessa procedura deve essere adottata per la realizzazione di opere e/o per l'acquisizione di servizi non compresi in prezziari.

Per quanto riguarda poi la valutazione di ammissibilità di macchine generiche, l'OP dovrà fornire una relazione dettagliata eseguita da un soggetto terzo iscritto a un ordine professionale, in cui vengano individuate e quantificate le peculiari caratteristiche tecniche che le rendono idonee ad un uso specifico nelle coltivazioni ortofrutticole ed evidenzino il carattere innovativo tale da apportare miglioramenti tecnici all'interno di processi produttivi esistenti, finalizzati a facilitare la riduzione dei costi di gestione, il miglioramento della qualità dei prodotti, la difesa delle colture e il rispetto dell'ambiente.

Tale documentazione dovrà essere acquisita dalla Regione prima dell'emanazione del provvedimento di approvazione del PO afferente l'acquisto del bene di cui trattasi.

In alternativa o in abbinamento al metodo basato sui tre preventivi, la Regione può avvalersi della consultazione di listini dei prezzi di mercato o di database aggiornati delle varie categorie di macchine, attrezzature nonché altre categorie di spesa.

Infine la regione può istituire un comitato o commissione di valutazione o svolgere informalmente una ricerca di mercato, anche tramite internet. I membri del comitato di valutazione devono avere esperienza sufficiente nel campo oggetto della valutazione e non devono presentare conflitti di interesse. Il lavoro deve essere documentato.

2) Per quanto riguarda, invece, le attività promozionali inserite nei PO, sia per la parte ordinaria che per la gestione e prevenzione delle crisi, la congruità della spesa sarà verificata utilizzando i massimali riportati nel seguente schema. I massimali sotto individuati sono stati ottenuti mediando i riferimenti provenienti da diverse fonti: azioni di promozione dell'OCM vino, ICE, Camere di commercio e indagini dirette su operatori del settore.

Azioni	Sub Azioni	Spese Eleggibili	Max	Giustificativi	Unità di riferimento
Azioni in materia di promozione e pubblicità	Consulenze	consulenza di marketing- consulente (costo giornata/uomo)	€ 600,00	contratto tra le parti, scrittura privata, lettera di incarico, fogli di presenza	Massimale di spesa riferito al costo giornata per singola unità lavorativa.
	Sviluppo web	progettazione grafica, produzione dei contenuti informativi e realizzazione del sito web.	€ 15.000,00	Preventivo, fattura di progettazione e prodotto realizzato	Massimale di spesa riferito al costo per singolo sito web creato.
		costo dominio	€ 50,00	Preventivo, fattura della società gestore	Massimale di spesa riferito al costo per singolo dominio registrato.
		progettazione e produzione di app	€ 20.000,00	Preventivo, fattura di progettazione e prodotto realizzato	Massimale di spesa riferito al costo per singola app creata.
		creazione di profili personalizzati su social network e gestione di tali profili	€ 10.000,00	Preventivo, fattura di progettazione, prodotto realizzato, elenco dei social network utilizzati	Massimale di spesa riferito al costo per singolo profilo creato e gestito.
	Media Advertising	redazione di editoriali/pubbli-redazionali e comunicati stampa	€ 1.000,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, documento prodotto, elenco dei giornali o riviste interessate	Massimale di spesa riferito al costo per singolo editoriale.
		diffusione di annunci pubblicitari a mezzo stampa su riviste e quotidiani	€ 20.000,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, documento prodotto, elenco dei giornali o riviste interessate	Massimale di spesa riferito al costo per singolo annuncio/campagna promozionale.
		produzione di un radiocomunicato professionale (spot 30")	€ 2.000,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, documento prodotto, elenco delle radio, network e web radio interessate	Massimale di spesa riferito al costo per singolo spot promozionale.
		diffusione di annunci pubblicitari (spot 30") a mezzo radiofonico su radio Nazionali (per radio regionali applicare una riduzione del 50%)	€ 3.000,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, documento prodotto, elenco delle radio, network e web radio interessate	Massimale di spesa riferito al costo per singolo spot promozionale.
		produzione video pubblicitari e/o promozionali	€ 10.000,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, visualizzazione video, elenco canali di diffusione interessati	Massimale di spesa riferito al costo per singolo spot pubblicitario/promozionale.
		diffusione di annunci pubblicitari (15') a mezzo televisivo su emittenti TV Nazionali (per TV regionali applicare una riduzione del 50%)	€ 40.000,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, visualizzazione messaggio, elenco emittenti TV interessate	Massimale di spesa riferito al costo per singolo spot pubblicitario/promozionale.
		Progettazione e realizzazione cartellonistica on the road (comprensivo dei costi di affissione)	€ 1.500,00	Preventivo, eventuale contratto con società o agenzia di comunicazione, fatture, materiale prodotto, foto	Massimale di spesa annuo per singolo cartello.
	Media Advertising-Web	<b>Planificazione Web Marketing, tra cui:</b> 01-Attività di ottimizzazione siti web (SEO=Search Engine Optimization) 02-Web advertising 03-Gestione editoriale 04-Social media marketing 05-Collaborazioni editoriali 06-E-mail marketing 07-Analisi e report	€ 40.000,00	Preventivo e contratto sottoscritto con agenzia di comunicazione. Fatture, materiale prodotto.	Massimale di spesa riferito al costo annuo per singolo brand e mercato di riferimento.
		<b>Investimenti Web Marketing, tra cui:</b> 08-Keyword advertising 09-Display advertising 10-Programmatic advertising 11-Native advertising 12-Remarketing Social Media Advertising 13-Mobile advertising 14-Blogger 15-Testimonial 16-Influencer	€ 50.000,00	Preventivo e contratto sottoscritto con agenzia di comunicazione. Fatture, relazione descrittiva finale con indicazione delle attività svolte per singolo brand e mercato di riferimento.	Massimale di spesa riferito al costo annuo per singolo brand e mercato di riferimento.
		17-banner pubblicitari su siti tematici di settore e/o di grande visibilità.	€ 8.000,00	Preventivo, contratto, cronoprogramma, giustificativi.	Massimale di spesa riferito al costo annuo per singola campagna promozionale.
	Materiale promozionale	progettazione grafica	€ 3.000,00	preventivi, fattura	Massimale di spesa riferito al costo per singolo progetto.
		produzione roll up	€ 150,00	preventivi, fattura	Massimale di spesa riferito al costo per singolo roll-up.
		stampa (poster, brochure, folder, ecc), a pezzo	€ 0,50	preventivi, fattura	Massimale di spesa riferito al costo per singola unità.
	Promozione assistita presso punti vendita, GDO	servizio organizzazione evento	€ 10.000,00	preventivi, fattura	Massimale di spesa riferito al costo per singolo evento.
		allestimento e noleggio attrezzature	€ 5.000,00	preventivi, fattura	Massimale di spesa riferito al costo per singolo evento.
hostess		€ 250,00	preventivi, fattura	Massimale di spesa riferito al costo giornata per singola unità lavorativa.	
Studi per valutare i risultati delle azioni di informazione e promozione (TRACKING) N.B. solo per progetti > 500.000 euro	Spese soggetto terzo incaricato della valutazione dell'efficacia delle attività svolte e dei risultati conseguiti.	Massimo 3% costo progetto	preventivi, fattura	Massimale di spesa per anno.	
	affitto area (€/mq)	€ 250,00	preventivo, fattura	Massimale di spesa per singolo evento e mq di area espositiva.	
	allestimento spazio espositivo standard (16mq)	€ 2.000,00	contratto di servizio, scrittura privata, lettera di incarico, fattura per prestazione di servizio o ricevuta dei singoli prestatori d'opera, fattura di società specializzata	Massimale di spesa per singolo evento e per 16 mq di area espositiva.	
Partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale	Iscrizione	€ 500,00	preventivo, fattura	Massimale di spesa per singolo evento espositivo.	
	Eventuali maggiorazioni dovute a scelte di tipologie di allestimenti NON standard (es: hostess, interpreti, noleggi audio/video ecc.), o contratti in esclusiva (unità del fornitore) , dovranno essere giustificate tramite specifici e particolareggiati preventivi.				

## LEGENDA

**01-Attività di ottimizzazione siti web (SEO=Search Engine Optimization)**: include tutte le attività di ottimizzazione di un sito web volte a migliorarne il posizionamento nei risultati organici dei motori di ricerca come Google e Bing (es. analisi delle keywords maggiormente performanti, analisi di link-building).

**02-Web advertising**: include le attività di pianificazione della campagne su web, creazione degli annunci, creazione landing-page dedicate, ottimizzazione delle campagne su web.

**03-Gestione editoriale**: include le attività per la realizzazione di articoli tematici legati al brand da veicolare sui siti e social media.

**04-Social media marketing**: include le attività di realizzazione del piano editoriale mensile, programmazione e pubblicazione dei post, moderazione dei contenuti.

**05-Collaborazioni editoriali**: include le attività di gestione di partnership per la promozione del brand (ricerca e valutazione food-blogger, ricerca e valutazione di portali tematici, ricerca e valutazione dei brand ambassador).

**06-E-mail marketing**: include le attività di progettazione e invio di news-letter periodiche e comunicazioni all'occorrenza.

**07-Analisi e report**: include le attività di monitoraggio costante dell'andamento della visibilità online e invio report mensili.

**08-Keyword advertising**: include le attività di abbinamento di messaggi pubblicitari a determinate parole chiave digitate sui motori di ricerca.

**09-Display advertising**: include le attività per l'acquisizione di spazi pubblicitari all'interno di un contenuto di interesse degli utenti.

**10-Programmatic advertising**: include le attività, svolte attraverso specifici software, che permettono di mostrare determinati contenuti a coloro che potenzialmente ed effettivamente sono più interessati agli stessi.

**11-Native advertising**: include le attività che permettono di calare la pubblicità all'interno di uno specifico contesto senza interrompere l'attività dell'utente, in quanto assume le medesime sembianze del contenuto principale, diventandone parte e amplificandone il significato catturando l'attenzione del potenziale consumatore.

**12-Remarketing Social Media Advertising**: include le attività che servono a mostrare ulteriore pubblicità a chi ha già mostrato interesse a specifiche attività e/o prodotti (as. Esempio visitando un sito).

**13-Mobile advertising**: include le attività necessarie per proporre spot promozionali di qualità al consumatore, che si adattino perfettamente all'esperienza mobile (smartphone).

**14-Blogger**: include le attività per promuovere il brand all'interno di blog tematici, gestito da specifici blogger, caratterizzati ognuno da un numero elevato di follower.

**15-Testimonial**: include le attività in cui si sfrutta la notorietà di un personaggio reale o fittizio, che presta il proprio volto per promuovere un prodotto o un servizio, facendosi indirettamente garante della credibilità del messaggio pubblicitario e dunque anche della qualità del prodotto reclamizzato.

**16-Influencer**: include le attività per promuovere il brand attraverso opinioni rilasciate da soggetti reali, molto attivi sui social, caratterizzati ognuno da un numero elevato di follower.

**17- Banner**: Annuncio pubblicitario su una pagina web, collegato al sito dell'inserzionista tramite un link. L'unità di misura è la campagna pubblicitaria su base annua; la campagna pubblicitaria dovrà essere definita da uno specifico numero di giorni in cui il banner è visibile sulla testata on-line, dalla posizione e dimensione dello stesso; se la campagna pubblicitaria ha una durata inferiore all'anno, il massimale dovrà essere ridotto in modo proporzionale