

SRG10 - promozione dei prodotti di qualità

Codice intervento (SM)	SRG10
Nome intervento	promozione dei prodotti di qualità
Tipo di intervento	COOP(77) - Cooperazione
Indicatore comune di output	O.32. Numero di altre operazioni o unità di cooperazione sovvenzionate (escluso il PEI indicato in O.1)
Contributo al requisito della separazione dei fondi per	Ricambio generazionale: No Ambiente: No Sistema di riduzioni ES: LEADER: No

1 Ambito di applicazione territoriale e, se pertinente, dimensione regionale

Ambito di applicazione territoriale: **Nazionale, con elementi regionali**

Codice	Descrizione
IT	Italia

Descrizione dell'ambito di applicazione territoriale

L'intervento è attivato da tutte le Regioni italiane, ad eccezione del Friuli Venezia Giulia, del Molise e delle due Province Autonome di Trento e Bolzano. Le Regioni che attiveranno l'intervento provvederanno ad attuarlo, ciascuna sul proprio territorio, attraverso le Autorità di Gestione regionali.

2 Obiettivi specifici correlati, obiettivo trasversale e obiettivi settoriali pertinenti

Codice + descrizione dell'OBIETTIVO SPECIFICO DELLA PAC	Gli obiettivi specifici della PAC raccomandati per questo tipo di intervento sono visualizzati in grassetto
SO3	Migliorare la posizione degli agricoltori nella catena di valore
SO9	Migliorare la risposta dell'agricoltura dell'Unione alle esigenze della società in materia di alimentazione e salute, compresi gli alimenti di qualità elevata, sani e nutrienti prodotti in maniera sostenibile, la riduzione degli sprechi alimentari nonché il miglioramento del benessere degli animali e la lotta alle resistenze agli antimicrobici

3 Esigenza o esigenze affrontate mediante l'intervento

Codice	Descrizione	Definizione delle priorità a livello del piano strategico della PAC	Affrontata nel CSP
E1.6	Promuovere i processi di integrazione e aggregazione delle imprese e dell'offerta	Strategico	In parte
E1.7	Sostenere la creazione ed il consolidamento di filiere locali e dei canali di vendita diretta	Qualificante	Si
E1.9	Migliorare la penetrazione ed il posizionamento sul mercato	Complementare	Si
E3.10	Promuovere la conoscenza dei consumatori	Complementare	In parte
E3.9	Promuovere l'innalzamento della qualità e salubrità delle produzioni agroalimentari e forestali	Complementare	In parte

4 Indicatore o indicatori di risultato

Codice + Descrizione degli INDICATORI DI RISULTATO Gli indicatori di risultato raccomandati per gli obiettivi specifici della PAC selezionati, relativi all'intervento in questione, sono visualizzati in grassetto

5 Concezione specifica, requisiti e condizioni di ammissibilità dell'intervento

Descrivere gli obiettivi specifici e il contenuto dell'intervento compresi i destinatari specifici, i principi di selezione, i collegamenti con la normativa pertinente, la complementarità con altri interventi/serie di operazioni in entrambi i pilastri e altre informazioni pertinenti.

Finalità e descrizione generale

Gli strumenti di promozione e comunicazione delle politiche agricole hanno contribuito alla diffusione dei prodotti sottoposti a schemi di qualità e i consumatori, in base ai risultati della consultazione per la Pac 2023-27, sono favorevoli a potenziare le azioni di sostegno alla qualità in considerazione dei notevoli margini di crescita per questi prodotti sui mercati europei.

L'intervento sostiene la realizzazione di iniziative di informazione e promozione da parte di associazioni di produttori sui regimi di qualità dell'Unione europea e sui sistemi di qualità nazionali e regionali per migliorare la redditività delle imprese e la loro posizione nella catena del valore, consolidare le filiere agroalimentari dei prodotti di qualità e aumentare il grado di conoscenza e il consumo dei prodotti di qualità da parte dei consumatori sul mercato interno all'Unione.

I regimi di qualità riconosciuti a livello nazionale che possono beneficiare dell'intervento devono essere conformi ai criteri previsti dall'art.47, primo paragrafo, lettera a) del Reg. delegato (UE) 2022/126.

L'intervento è finalizzato ad avviare attività di informazione e promozione dei prodotti di qualità presso i consumatori dell'Unione Europea, perseguendo le seguenti azioni:

1.
 1. Promuovere e realizzare azioni di informazione dei sistemi di qualità verso i consumatori e gli operatori;
 2. Incentivare iniziative di promozione dei prodotti di qualità sul mercato interno dell'UE;
 3. Informare i consumatori riguardo le caratteristiche nutrizionali dei prodotti di qualità e aumentare la consapevolezza sui vantaggi ambientali legati all'utilizzo di tecniche di produzione sostenibili previste dai regimi di qualità anche al fine di incrementare e valorizzare gli aspetti economici e commerciali delle singole produzioni;
 4. Favorire l'integrazione di filiera per migliorare la competitività delle aziende agricole.

L'aiuto è quindi concesso per attività di informazione e promozione sulle caratteristiche intrinseche dei prodotti legate al regime di qualità alimentare interessato, nonché sugli aspetti nutrizionali e salutistici, l'etichettatura, la rintracciabilità, ed i metodi di produzione a basso impatto ed eventualmente gli elevati standard di benessere animale, connessi al disciplinare di produzione.

Le iniziative di informazione e promozione devono essere proposte e realizzate sulla base di un progetto di attività. Le iniziative di informazione e promozione devono riguardare uno o più prodotti che rientrano in uno o più regimi di qualità indicati nei criteri di ammissibilità.

Principi concernenti la definizione di criteri di selezione

L'intervento può prevedere l'applicazione di principi di selezione, al fine di amplificarne l'efficacia e stimolare l'adesione di un alto numero di aziende.

Nella seguente tabella sono riportati i principi di selezione individuati dalle singole Regioni e Province Autonome:

Principi di selezione	Regioni
-----------------------	---------

Individuazione di priorità tra i diversi regimi di qualità	Calabria, Emilia-Romagna, Liguria, Lombardia, Piemonte, Puglia, Sardegna, Toscana, Veneto
Qualità delle azioni progettuali	Basilicata, Calabria, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Lombardia, Marche, Piemonte, Puglia, Sicilia, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta
Aggregazione	Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Lombardia, Piemonte, Puglia, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta
Adesioni ad altri tipi di operazione	Lazio, Marche, Piemonte, Sicilia, Umbria, Valle d'Aosta
Tipologia di beneficiario	Marche, Veneto
Uso di terreni agricoli confiscati	Campania
Ambito territoriale delle azioni progettuali (priorità a progetti destinati ai paesi europei)	Basilicata, Campania, Emilia-Romagna
Progetti che comprendono azioni riguardanti più regimi	Emilia-Romagna, Sardegna
Partecipazione a regimi di qualità a valenza ambientale	Emilia-Romagna
Rappresentatività territoriale del beneficiario / Qualità e coerenza del progetto anche con riferimento all'area geografica di realizzazione dell'attività promozionale	Liguria, Sicilia, Veneto
Destinatari dell'azione promozionale e informativa	Liguria, Puglia
Data introduzione/riconoscimento dei sistemi di qualità	Toscana, Sicilia
Integrazione con iniziative regionali	Campania
Altri	

Collegamento con le esigenze e rilievo strategico

Le azioni indicate con le lettere a. e b. rispondono ai fabbisogni di intervento delineati nelle esigenze 1.6: Promuovere l'aggregazione delle imprese e favorire la concentrazione dell'offerta e 1.9: Migliorare la penetrazione ed il posizionamento sul mercato interno dell'UE e sui mercati internazionali.

L'azione indicata con la lettera c. risponde ai fabbisogni di intervento delineati nell'esigenza 3.9: Promuovere l'innalzamento della qualità e salubrità delle produzioni agroalimentari e forestali attraverso percorsi di certificazione, partecipazione a regimi di qualità, promozione di prodotti agroalimentari tipici, etichettatura volontaria, e nell'esigenza 3.10: Promuovere la conoscenza del consumatore e coordinare la comunicazione sulle tematiche della sicurezza alimentare e salute, della tracciabilità e della qualità e identità dei prodotti e la sostenibilità delle produzioni.

L'azione indicata con la lettera d. risponde ai fabbisogni di intervento delineati nell'esigenza 1.7: Sostenere la creazione ed il consolidamento di filiere locali e dei canali di vendita diretta, anche online, dei prodotti agroalimentari e forestali migliorandone l'integrazione con le tipicità e vocazioni territoriali.

Collegamento con i risultati

- Le azioni indicate con la lettera da a) a d) forniranno un contributo per il raggiungimento dei risultati.

Collegamento con altri interventi

L'intervento sarà implementato in maniera autonoma o in combinato con altri interventi attraverso la modalità pacchetto. In quest'ultimo caso, le modalità di esecuzione del pacchetto e le misure inserite all'interno del pacchetto sono definite dalle singole Regioni.

Le attività di informazione e promozione svolte dalle OP e AOP rientrano tra gli interventi previsti dalle misure settoriali approvate.

In tutte le fasi del procedimento è garantita l'unicità del canale di finanziamento per scongiurare ogni rischio di doppio pagamento attraverso un adeguato sistema di gestione e controllo.

Definire i beneficiari ammissibili e gli specifici criteri di ammissibilità, se pertinenti per il beneficiario e la zona

I beneficiari dell'intervento sono le associazioni di produttori che partecipano ai Regimi di qualità indicati nei criteri di ammissibilità.

Possono dunque accedere al sostegno, anche in forma associata, le seguenti categorie di beneficiari:

- i gruppi di produttori, anche temporanei, o le loro associazioni di qualsiasi natura giuridica, incluse le Organizzazioni di produttori e le loro associazioni riconosciute ai sensi della normativa regionale, nazionale e unionale;
- le Organizzazioni interprofessionali;
- i Consorzi di tutela (riconosciuti dal Mipaaf);
- le Cooperative agricole e loro Consorzi;
- le Reti di impresa fra produttori dei regimi ammessi al sostegno.

Criteri di ammissibilità

C01: Sono oggetto di attività di informazione e promozione ammesse ad aiuto le produzioni afferenti ai seguenti regimi di qualità:

1. Indicazioni geografiche DOP/IGP – prodotti agricoli e alimentari registrati nello specifico registro dell'Unione -Reg. (UE) n.1151/2012 relativo ai regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari, compresa l'indicazione facoltativa di qualità "prodotto di montagna";
2. Denominazioni di origini, Indicazioni geografiche e menzioni tradizionali nel settore vitivinicolo - Reg. (UE) n.1308/2013;
3. STG – prodotti agricoli e alimentari registrati nello specifico registro dell'Unione - Reg. (UE) n.1151/2012 relativo ai regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari;
4. Indicazioni geografiche delle bevande spiritose –Reg. (UE) 2019/787 relativo alla definizione, alla presentazione e all'etichettatura delle bevande spiritose;
5. Indicazioni geografiche dei prodotti vitivinicoli aromatizzati - Reg. (UE) n.1151/2012 relativo ai regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari;
6. Produzione biologica – prodotti agricoli e alimentari ottenuti ai sensi del Reg. (UE) n. 848/2018;
7. Produzioni di qualità di cui al Sistema Qualità Nazionale Produzione Integrata – legge 3 febbraio 2011 n.4;
8. Sistema di qualità nazionale zootecnia (SQNZ) – prodotti agricoli zootecnici ottenuti in conformità ai disciplinari di produzione iscritti nell'elenco di cui all'articolo 7 del Decreto del Ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali del 4 marzo 2011;
9. Sistema di qualità benessere animale – produzioni ottenute in conformità ai disciplinari di produzione del Sistema di Qualità Nazionale per il Benessere Animale (SQNBA) di cui all'art. 224bis della L. 17 luglio 2020, n. 77;
10. Regimi di qualità di natura etica e sociale
11. Ulteriori sistemi di qualità nazionali e regionali così come indicati nella seguente tabella.

Regione	Altri sistemi di qualità
---------	--------------------------

Piemonte	
Valle D'Aosta	
Lombardia	
Liguria	
P.A Bolzano	
P.A Trento	
Veneto	Sistema di qualità "Qualità Verificata" (L.R. del Veneto n. 12/2001)
Friuli-Venezia Giulia	
Emilia-Romagna	
Toscana	Legge della Regione Toscana n. 25/1999 "Norme per la valorizzazione dei prodotti agricoli ed alimentari ottenuti con tecniche di produzione integrata e tutela contro la pubblicità ingannevole", marchio Agriqualità.
Umbria	Sistemi di qualità regionale
Marche	· Sistema di certificazione della sostenibilità vitivinicola stato istituito dall'art. 224 ter della legge 77 del 17 luglio 2020; · Regimi facoltativi conformi all'art. 47 lett. b) Reg UE 2022/126 · Marchio QM (Qualità Marche) legge regionale 23 del 10.12.2003
Lazio	
Abruzzo	Marchio Collettivo "Qualità Controllata dalla Regione Abruzzo" - L.R n° 6/2012
Molise	
Campania	
Puglia	
Basilicata	
Calabria	
Sicilia	Sistema di certificazione di processo quali ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 22005, MPS, viva , carbon foot.
Sardegna	"Marchio di qualità agro-alimentare garantito dalla Regione Sardegna" (Deliberazione Giunta Regionale n. 10/16 del 17 marzo 2015 pubblicata sul Buras n. 16 del 9 aprile 2015).

C02: Il sostegno è concesso unicamente per azioni di informazione e promozione effettuate sul mercato interno all'Unione Europea.

C03: Le Regioni/PPAA possono definire ulteriori criteri di ammissibilità. Si riporta nella tabella di seguito il dettaglio delle scelte delle Regioni/PPAA relative agli ulteriori criteri di ammissibilità:

Regione	Altri criteri di ammissibilità	Motivazione
Piemonte		
Valle D'Aosta		
Lombardia		

Liguria		
P.A Bolzano		
P.A Trento		
Veneto		
Friuli-Venezia Giulia		
Emilia-Romagna		
Toscana		
Umbria		
Marche		
Lazio		
Abruzzo	Le attività di informazione e promozione devono essere proposte e realizzate sulla base di progetti. I soggetti beneficiari, in forma singola oppure associandosi in ATI /ATS/Rete, possono presentare, annualmente, la propria candidatura per un solo progetto	
Molise		
Campania	<p>Associare un numero di operatori certificati pari ad almeno:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·3 operatori certificati per prodotti che abbiano fino a 30 operatori certificati; ·almeno il 10% del totale degli operatori certificati per prodotti con più di 30 e fino a 100 operatori certificati; ·oltre 10 operatori certificati per prodotti con più 100 operatori totali certificati <p>La spesa complessiva indicata dal progetto - IVA inclusa solo se realmente e definitivamente sostenuta dal beneficiario finale - deve essere:</p> <ul style="list-style-type: none"> ·\geq € 30.000,00 ·\leq € 1.500.000,00 	
Puglia		
Basilicata		
Calabria		
Sicilia		
Sardegna		

Impegni

Il beneficiario del tipo intervento si impegna a:

I01: realizzare il programma conformemente ed entro i termini definiti dalle singole Regioni fatte salve le proroghe concesse;

I02: fornire tutta la documentazione attestante:

- le attività svolte e la documentazione di supporto;
- la rendicontazione delle attività svolte.

I03: promuovere i regimi di qualità attraverso azioni che:

- non devono incitare i consumatori ad acquistare un prodotto a causa della sua particolare origine, tranne il caso delle denominazioni protette e delle indicazioni geografiche protette. L'origine del prodotto può essere tuttavia indicata, a condizione che i riferimenti all'origine siano secondari rispetto al messaggio principale;
- non possono essere orientate in funzione di marchi commerciali e i marchi, se presenti, devono avere una rappresentazione grafica ridotta rispetto al messaggio principale;
- se riferite a vini protetti e tutelati, devono sempre includere chiari riferimenti ai requisiti legali e regolamentari relativi al consumo responsabile di tali bevande alcoliche e al rischio di abuso di alcol.

I04: Ulteriori impegni di carattere regionale sono esplicitati e motivati nella seguente tabella:

Regione	Altri impegni	Motivazione
Piemonte		
Valle D'Aosta		
Lombardia		
Liguria		
P.A Bolzano		
P.A Trento		
Veneto		
Friuli-Venezia Giulia		
Emilia-Romagna	Obbligo di comunicazione.	La Giunta della Regione Emilia-Romagna dispone i criteri di visibilità delle azioni e le sanzioni per le non conformità.
Toscana		
Umbria		
Marche		
Lazio		
Abruzzo		
Molise		
Campania		
Puglia	·Rispettare le condizioni di affidabilità del richiedente gli aiuti ·Rispettare e mantenere le condizioni di ammissibilità per tutta la durata del progetto.	
Basilicata		
Calabria		

Sicilia		
Sardegna		

Le autorità di gestione regionali definiscono le categorie di spese sostenute nel proprio territorio e dettagliano le categorie di spese.

Ammissibilità delle spese per operazioni sostenute nel presente intervento:

Regione	Promozione dei prodotti di qualità: spese ammissibili
Piemonte	<ul style="list-style-type: none"> · Realizzazione di materiale informativo e promozionale · 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 · 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. -spese generali e di coordinamento
Valle D'Aosta	<ul style="list-style-type: none"> · Pubblicazioni e prodotti multimediali · Realizzazione di immagini fotografiche e video a scopo promozionale · Realizzazione e sviluppo siti web, limitatamente alle attività di informazione e promozione · Costi per cartellonistica e affissioni · Realizzazione di campagne e eventi promozionali, comprese eventuali degustazioni e il materiale promozionale divulgativo distribuito allo stesso scopo

	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di seminari, incontri, workshop, ecc. ·Acquisto di spazi pubblicitari e pubbliredazionali, pubblicità su media e su piattaforma internet ·Organizzazione e partecipazione a fiere e mostre ·Diffusione di conoscenze scientifiche e tecniche sui prodotti dei regimi di qualità ·Spese tecniche generali ·Costi del personale, ovvero i costi derivanti da un contratto tra un datore di lavoro e un lavoratore o costi per servizi prestati da personale esterno.
Lombardia	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di materiale informativo e promozionale ·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 ·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.
Liguria	<ul style="list-style-type: none"> ·Partecipazione a manifestazioni, fiere, concorsi ed eventi simili a livello regionale, nazionale o comunitario o altre iniziative analoghe nel settore delle pubbliche relazioni ·Realizzazione, acquisto e diffusione di materiale informativo – promozionale ·Attuazione di azioni, eventi e campagne di informazione, pubblicitarie e di comunicazione che riguardano la ristorazione, la grande distribuzione

	<p>organizzata, i canali di comunicazione ed i punti vendita</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Missioni di operatori commerciali, della ristorazione e dell'informazione (media) in Italia e all'estero ·Costi diretti di esercizio della cooperazione, compreso costi amministrativi e legali di costituzione ·Costi indiretti.
P.A Bolzano	
P.A Trento	
Veneto	<ul style="list-style-type: none"> ·Organizzazione e partecipazione a fiere, mostre ed altri eventi ·Pubblicazioni e divulgazione di conoscenze destinate a sensibilizzare il grande pubblico, in merito ai prodotti dei regimi di qualità ·Materiale promozionale ·Campagne promozionali, incluse le attività svolte nei punti vendita ·Workshop con operatori economici ·Spese di gestione.
Friuli-Venezia Giulia	
Emilia-Romagna	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di materiale informativo e promozionale, inclusi lo sviluppo di siti web e di applicazioni informatiche e la gestione di social media ·Realizzazione di convegni e seminari informativi rivolti ad un pubblico di consumatori o operatori in presenza o in modalità multimediale, con eventuale attività di degustazione guidata ·Partecipazione a fiere ed esposizioni ·Coordinamento, organizzazione ed esecuzione, nella misura massima del 5% della spesa ritenuta ammissibile per l'insieme delle voci precedenti.
Toscana	<ul style="list-style-type: none"> ·Organizzazione e partecipazione a fiere ·Attività informative e di comunicazione ·Attività di comunicazione presso i punti vendita

	<ul style="list-style-type: none"> ·Spese generali ammesse nel limite del 6% dell'investimento complessivo.
Umbria	<ul style="list-style-type: none"> ·Ricerche di mercato e pianificazione di campagne promozionali ·Attività pubblicitarie ·Organizzazione e partecipazione a fiere e mostre ·Attività informativa e di comunicazione ·Attività di promozione presso i canali HORECA ·Costi per i prodotti da destinare alla degustazione gratuita negli eventi ·Spese generali ammesse nel limite del 6% dell'operazione ammessa al sostegno.
Marche	<ul style="list-style-type: none"> ·Organizzazione e/o partecipazione a fiere e manifestazioni ·Realizzazione di incontri e workshop con operatori ·Attività informativa e di sensibilizzazione attraverso canali di informazione, compresi i siti web, rivolta ai consumatori e operatori ·Realizzazione di materiale divulgativo, quali prodotti multimediali, cartellonistica ed affissioni, opuscoli ·Realizzazione di campagne ed eventi promozionali, incluse le attività di comunicazione svolte presso punti vendita, GDO, operatori dell'industria alberghiera ed imprese di ristorazione ·Organizzazione di iniziative ed eventi di animazione a livello territoriale, rivolte anche agli insegnanti ed agli studenti di ogni ordine e grado ed agli operatori di mense scolastiche e della ristorazione collettiva in genere ·Spese generali, quali quelle per il coordinamento e l'organizzazione delle attività, sostenute dal beneficiario e regolarmente documentate entro il limite massimo del 10% dell'importo totale della spesa ammessa.

Lazio	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di materiale informativo e promozionale ·Campagne informative e pubblicitarie e azioni di comunicazione ·Organizzazione/partecipazione a manifestazioni, eventi, fiere, convegni e seminari informativi e promozionali sulle produzioni di qualità ·Acquisto di spazi pubblicitari e pubbliredazionali, pubblicità su media e su piattaforma internet ·Spese generali.
Abruzzo	<ul style="list-style-type: none"> ·Organizzazione e partecipazione a manifestazioni, eventi e fiere o ad analoghe iniziative nel settore delle relazioni pubbliche ·attività pubblicitarie, a carattere dimostrativo, presso punti vendita specializzati della GDO e del canale HORECA, mostre mercato ed eventi; ·realizzazione di materiale informativo e promozionale ·campagne informative, pubblicitarie e azioni di comunicazione ·realizzazione di convegni e seminari informativi e promozionali sulle produzioni di qualità ·incontri con consumatori, workshop con operatori economici, giornalisti ed incoming ·ricerche di mercato, sondaggi di opinione, acquisizione informazioni da soggetti specializzati ed attività finalizzate al reperimento di potenziali sbocchi di mercato ·campagne informative per la diffusione di conoscenze scientifico/tecniche sui prodotti dei regimi di qualità, ivi comprese le attività presso le scuole.
Molise	
Campania	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione e diffusione di materiale informativo e promozionale escluse quelle obbligatorie per la commercializzazione del prodotto, inclusi gadgets e oggettistica (ideazione, stampa, traduzione, riproduzione

	<p>e distribuzione supporti cartacei, multimediali ed altri)</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di pubblicazioni e prodotti multimediali, sviluppo di applicazioni informatiche e siti web, realizzazione di immagini fotografiche e video a scopo promozionale ·Acquisto spazi pubblicitari e servizi radio-televisivi, realizzazione e collocazione di cartellonistica esterna, acquisto spazi pubbliredazionali su media e su piattaforma internet ·Organizzazione e partecipazione a fiere, mostre, esposizioni ed eventi pubblici, seminari e convegni divulgativi, incontri informativi, open day e workshop tematici a carattere dimostrativo effettuate presso eventi, mostre mercato e punti vendita ·Realizzazione di campagne ed eventi promozionali, incluse le attività svolte nei punti vendita e nel canale HoReCa ·Campagne di sensibilizzazione e informazione relative a questioni riguardanti la certificazione di qualità, anche in relazione al cambiamento climatico ·Spese generali, comprese quelle necessarie per l'organizzazione e il coordinamento delle diverse azioni in progetto ·Il costo dell'IVA può costituire una spesa ammissibile solo se realmente e definitivamente sostenuta dal beneficiario finale.
Puglia	<ul style="list-style-type: none"> ·Costi per attività di informazione e promozione destinate agli operatori del settore ·Costi per attività di informazione e promozione destinate ai cittadini e alle scuole ·Costi per la realizzazione di campagne pubblicitarie, materiale pubblicitario (cartaceo e/o multimediale), realizzazione sito web, advertising on line.

	<ul style="list-style-type: none"> ·Spese per il coordinamento delle attività ammesse con il progetto di informazione e promozione.
Basilicata	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di materiale informativo e promozionale, anche a carattere multimediale ·Realizzazione e sviluppo di siti web a carattere promozionale e commerciale ·Campagne informative e pubblicitarie e azioni di comunicazione ·Organizzazione e partecipazione a manifestazioni, eventi e fiere o ad analoghe iniziative ·Realizzazione di convegni e seminari informativi e promozionali sulle produzioni di qualità ·Incontri con operatori e/o giornalisti ·Attività pubblicitarie a carattere dimostrativo effettuate presso eventi, mostre mercato e punti vendita ·Acquisto di spazi pubblicitari su mezzi e canali di comunicazione ·Ricerche di mercato, sondaggi di opinione ed attività finalizzate al reperimento di potenziali sbocchi di mercato ·Spese per il coordinamento e l'organizzazione delle attività, entro il limite massimo del 5% dell'importo totale della spesa ammessa.
Calabria	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di materiale informativo e promozionale ·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;

	<ul style="list-style-type: none"> ·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 ·Realizzazione di materiale informativo e promozionale ·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; ·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.
Sicilia	<ul style="list-style-type: none"> ·Spese per la fornitura di beni e servizi necessarie alle attività di informazione ·Spese per la realizzazione di campagne promo-pubblicitarie ·Spese per la partecipazione a manifestazioni, fiere ed eventi ·Spese generali, di progettazione e di organizzazione.
Sardegna	<ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione e diffusione di testi, spot, filmati pubblicitari, siti web, materiale informativo, promozionale e pubblicitario ·Realizzazione di attività finalizzate alla conoscenza diretta dei luoghi di produzione, dei metodi di lavorazione dei prodotti, delle caratteristiche del territorio di produzione, nonché degli aspetti nutrizionali e salutistici, l'etichettatura, la rintracciabilità ed i metodi di produzione a basso impatto

	<p>ambientale ed eventualmente gli elevati standard di benessere animale</p> <ul style="list-style-type: none"> ·Realizzazione di degustazioni, percorsi di educazione alimentare, giornate enogastronomiche territoriali ·Partecipazione a fiere, mostre, rassegne ed altri eventi di rilevanza nazionale e internazionale ·Studi e ricerche di mercato e sondaggi di opinione funzionali alle campagne di informazione e promozione ·Spese relative all'attività di coordinamento del progetto.
--	---

Definire il tipo di sostegno (non SIGC) o impegno (SIGC) ammissibile e altri obblighi

<p>Il sostegno è concesso unicamente per azioni di informazione e promozione effettuate sul mercato interno all'Unione Europea. Criteri di ammissibilità specifici sono previsti dalla Lombardia, dall'Abruzzo, dalla Campania.</p> <p>Gli impegni consistono nel realizzare il programma conformemente ed entro i termini definiti dalle singole Regioni fatte salve le proroghe concesse, fornendo tutta la documentazione attestante le attività svolte e la documentazione di supporto e la rendicontazione delle attività svolte; promuovendo i regimi di qualità attraverso azioni mirate riportate nella scheda di intervento. Impegni ulteriori sono indicati da Emilia Romagna e Puglia</p>
--

Specificità in materia di ammissibilità delle regioni, per ciascuna regione interessata, se del caso

vedere paragrafi precedenti

6 Individuazione degli elementi di base pertinenti

(BCAA pertinenti, criteri di gestione obbligatori (CGO) e altri requisiti obbligatori sanciti dal diritto nazionale e dell'Unione), se applicabili, descrizione degli obblighi pertinenti specifici ai sensi dei CGO, e una spiegazione del modo in cui l'impegno va oltre i requisiti obbligatori (di cui all'articolo 28, paragrafo 5, all'articolo 70, paragrafo 3 e all'articolo 72, paragrafo 5).

N.P.

7 Forma e percentuale del sostegno /importi/metodi di calcolo

Forma di sostegno

- Sovvenzione**
 Strumento finanziario

Tipo di pagamenti

- rimborso dei costi ammissibili effettivamente sostenuti da un beneficiario
 costi unitari
 somme forfettarie
 finanziamento a tasso fisso

Base per l'istituzione

La definizione dei costi semplificati non è ancora stata sviluppata e, pertanto, la base legale per la loro istituzione sarà definita in una fase successiva

L'aiuto sarà pari al 70% del costo totale delle spese ammesse.

Le Regioni possono prevedere una dimensione minima e massima dei progetti ammessi

Gamma del sostegno a livello di beneficiario

L'aiuto sarà pari al 70% del costo totale delle spese ammesse.

Le Regioni possono prevedere una dimensione minima e massima dei progetti ammessi

Regione	Dimensione minima (euro)	Dimensione massima (euro)
Piemonte	100.000	500.000
Valle D'Aosta	20.000	-
Lombardia	15.000	400.000
Liguria		
P.A Bolzano		
P.A Trento		
Veneto	15.000	300.000
Friuli-Venezia Giulia		
Emilia-Romagna	30.000	300.000
Toscana	20.000	400.000
Umbria		
Marche		800.000
Lazio	50.000	100.000
Abruzzo	200.000	1.200.000
Molise		
Campania	30.000	1.500.000
Puglia	30.000	200.000
Basilicata		
Calabria	-	1.500.000
Sicilia		750.000
Sardegna	30.000	300.000

Spiegazione supplementare

vedere sezioni precedenti

8 Informazioni concernenti la valutazione degli aiuti di Stato

L'intervento esula dall'ambito di applicazione dell'articolo 42 TFUE ed è soggetto alla valutazione degli aiuti di Stato:

Sì No Misto

Illustrazione delle attività di sostegno che esulano dall'ambito di applicazione dell'articolo 42 TFUE

le attività sostenute possono rientrare o esulare dall'ambito di applicazione dell'articolo 42 TFUE

Tipo di strumento di aiuto di Stato da utilizzare per l'autorizzazione:

Notifica Regolamento generale di esenzione per categoria Regolamento di esenzione per categoria nel settore agricolo Importo minimo

Numero del procedimento aiuti di Stato

N.P.

9 Domande/informazioni aggiuntive specifiche per il tipo di intervento

N.P.

10 Rispetto delle norme OMC

Green Box

Allegato 2, punto 2, dell'accordo dell'OMC

Spiegazione indicante il modo in cui l'intervento rispetta le pertinenti disposizioni dell'allegato 2 dell'accordo sull'agricoltura dell'OMC menzionate all'articolo 10 e all'allegato II del presente regolamento (Green Box)

La misura si pone al di fuori della green box

11 Tassi di partecipazione applicabili all'intervento

Regione	Articolo	Aliquota da applicare	Tasso minimo	Tasso massimo
IT - Italia	91(2)(a) - Regioni meno sviluppate	50,50%	20,00%	85,00%
IT - Italia	91(2)(c) - Regioni in transizione ai sensi dell'articolo 108, paragrafo 2, primo comma, lettera b), del regolamento (UE) 2021/1060	42,50%	20,00%	60,00%
IT - Italia	91(2)(d) - Altre regioni	40,70%	20,00%	43,00%

12 Importi unitari previsti – Definizione

Importo unitario previsto	Tipo di sostegno	Tasso o tassi di partecipazione	Tipo dell'importo unitario previsto	Regione o regioni	Indicatore o indicatori di risultato	L'importo unitario si basa su spese riportate?
1SRG10 - MAR.01 - - Promozione dei prodotti di qualità - progetti singoli	Sovvenzione	91(2)(c)-IT-42,50%	Media	IT;		No
2SRG10 - MAR.01 - pr - Promozione dei prodotti di qualità - progetti in filiera	Sovvenzione	91(2)(c)-IT-42,50%	Media	IT;		No
SRG010-PUG-01 - SRG010 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(a)-IT-50,50%	Media	IT;		No
SRG10 - SIC.01 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(a)-IT-50,50%	Media	IT;		No
SRG10 - UMB.01 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(c)-IT-42,50%	Media	IT;		No
SRG10 - VDA - 01 - P - promozione prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-BAS-01 - Promozione prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(a)-IT-50,50%	Media	IT;		No
SRG10-CAL.01 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(a)-IT-50,50%	Media	IT;		No
SRG10-CAM-01 - Azione 1 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(a)-IT-50,50%	Media	IT;		No
SRG10-LAZ-01 - SRG10-PLUA.00.00 - promozione prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-LIG- 01 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-LOM-01 - SRG10-PLUA.00.01 - promozione prodotti di qualità - progetti piccoli e medi	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-LOM-02 - SRG10-PLUA.00.02 - promozione prodotti di qualità - Progetti grandi	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-PIE-01 - Promozione prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-SAR-01 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(a)-IT-50,50%	Media	IT;		No
SRG10-TOS-01-promozi - SRG10-PLUA.01 - promozione prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10-VEN-01 - Promozione dei prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No
SRG10_ABR.01 - Promozione prodotti di qualità	Sovvenzione	91(2)(c)-IT-42,50%	Media	IT;		No
SRG10_RER.01 - Promozione regimi di qualità	Sovvenzione	91(2)(d)-IT-40,70%	Media	IT;		No

Spiegazione e giustificazione relative al valore dell'importo unitario

1SRG10 - MAR.01 - - Promozione dei prodotti di qualità - progetti singoli

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

2SRG10 - MAR.01 - pr - Promozione dei prodotti di qualità - progetti in filiera

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG010-PUG-01 - SRG010 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10 - SIC.01 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10 - UMB.01 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10 - VDA - 01 - P - promozione prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-BAS-01 - Promozione prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-CAL.01 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-CAM-01 - Azione 1 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-LAZ-01 - SRG10-PLUA.00.00 - promozione prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-LIG- 01 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-LOM-01 - SRG10-PLUA.00.01 - promozione prodotti di qualità - progetti piccoli e medi

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-LOM-02 - SRG10-PLUA.00.02 - promozione prodotti di qualità - Progetti grandi

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-PIE-01 - Promozione prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-SAR-01 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-TOS-01-promozi - SRG10-PLUA.01 - promozione prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10-VEN-01 - Promozione dei prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10_ABR.01 - Promozione prodotti di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

SRG10_RER.01 - Promozione regimi di qualità

L'importo unitario medio deriva dalla valutazione dell'andamento storico delle spese relative alla programmazione 2014-2022

13 Importi unitari previsti - Tabella finanziaria con output

Importo unitario previsto	Esercizio finanziario	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Totale 2023-2029
1SRG10 - MAR.01 - - Promozione dei prodotti di qualità - progetti singoli (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	550.000,00	550.000,00	550.000,00	550.000,00	550.000,00	550.000,00	550.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	800.000,00	800.000,00	800.000,00	800.000,00	800.000,00	800.000,00	800.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)								
2SRG10 - MAR.01 - pr - Promozione dei prodotti di qualità - progetti in filiera (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	200.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)								
SRG010-PUG-01 - SRG010 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	0,00	0,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	80.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	0,00	0,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SRG10 - SIC.01 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	0,00	0,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	140.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	0,00	0,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)	0,00	0,00	0,00	30,00	7,00	30,00	7,00	74,00
SRG10 - UMB.01 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	320.000,00	320.000,00	320.000,00	320.000,00	320.000,00	320.000,00	320.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)				5,00			5,00	10,00
SRG10 - VDA - 01 - P - promozione prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)		40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00		
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)		60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00	60.000,00		
	O.32 (unità: Operazioni)		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00		25,00
SRG10-BAS-01 - Promozione prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)					150.000,00	150.000,00	150.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)					150.000,00	150.000,00	150.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)					3,00	7,00	13,00	23,00

SRG10-CAL.01 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)			750.000,00	750.000,00	750.000,00	750.000,00	750.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)			1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)								
SRG10-CAM-01 - Azione 1 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)		250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	250.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)		1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)	0,00	0,00	7,00	10,00	12,00	3,00	0,00	32,00
SRG10-LAZ-01 - SRG10-PLUA.00.00 - promozione prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)				83.097,84	83.097,84	83.097,84	83.097,84	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)				100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)				2,00	4,00	8,00	2,00	16,00
SRG10-LIG-01 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	0,00	0,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	0,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	0,00	0,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	0,00	
	O.32 (unità: Projects)	0,00	0,00	5,00	5,00	4,00	4,00	0,00	18,00
SRG10-LOM-01 - SRG10-PLUA.00.01 - promozione prodotti di qualità - progetti piccoli e medi (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	75.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)								
SRG10-LOM-02 - SRG10-PLUA.00.02 - promozione prodotti di qualità - Progetti grandi (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	215.000,00	215.000,00	215.000,00	215.000,00	215.000,00	215.000,00	215.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	280.000,00	280.000,00	280.000,00	280.000,00	280.000,00	280.000,00	280.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)								
SRG10-PIE-01 - Promozione prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	0,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	0,00	330.000,00	330.000,00	330.000,00	330.000,00	330.000,00	330.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)	0,00	0,00	8,00	12,00	8,00	12,00	0,00	40,00
SRG10-SAR-01 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	0,00	0,00	156.250,00	156.250,00	156.250,00	156.250,00	156.250,00	

	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)								
	O.32 (unità: Operazioni)	0,00	0,00	11,00	0,00	7,00	0,00	0,00	18,00
SRG10-TOS-01-promozi - SRG10-PLUA.01 - promozione prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	125.000,00	125.000,00	125.000,00	125.000,00	125.000,00	125.000,00	0,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	300.000,00	0,00	
	O.32 (unità: Operazioni)		0,00	0,00	48,00	0,00	48,00	0,00	96,00
SRG10-VEN-01 - Promozione dei prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)	138.889,00	138.889,00	138.889,00	138.889,00	138.889,00	138.889,00	138.889,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)								
SRG10_ABR.01 - Promozione prodotti di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)			750.000,00	750.000,00	750.000,00	750.000,00		
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)			1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00	1.200.000,00		
	O.32 (unità: Operazioni)			2,00	2,00	2,00	2,00		8,00
SRG10_RER.01 - Promozione regimi di qualità (Sovvenzione - Media)	Importo unitario previsto (Spesa pubblica totale in EUR)		128.400,00	128.400,00	128.400,00	128.400,00	128.400,00	128.400,00	
	Maximum planned average unit amount (where applicable) (EUR)		210.000,00	210.000,00	210.000,00	210.000,00	210.000,00	210.000,00	
	O.32 (unità: Operazioni)			4,91	17,17	4,56	7,36	1,05	35,05