

BANDO CONNESSI 2024

ATTIVITA' E SPESE AMMISSIBILI

Sono considerate ammissibili le attività e le corrispondenti spese, al netto dell'IVA, realizzate e interamente pagate nel periodo che decorre dalla data di apertura del bando, fino al termine previsto per la realizzazione delle stesse (max 240 gg dalla determina di concessione vedi artt. 12 e 13) relative a:

A. ATTIVITA' DI DIGITAL MARKETING

spese sostenute per l'implementazione di una strategia di marketing digitale volta ad aumentare la visibilità dell'azienda a livello digitale.

Sono considerate ammissibili solo le spese per i seguenti interventi:

- Content marketing (creazione e la distribuzione di contenuti rilevanti, come articoli, blog, ecc),
- Social Media Marketing su pagine aziendali (creazione e pubblicazione di contenuti, interazione con i follower e misurazione delle prestazioni su piattaforme di social media come Facebook, Instagram, Twitter.....)
- Display Advertising (creazione di annunci grafici, selezione di piattaforme e rete di annunci, test creativi A/B, retargeting- escluse spese di campagna)
- Email marketing (creazione, pianificazione ed invio di messaggi promozionali, informative o di relazione tramite email a potenziali target - esclusi canoni di abbonamento a piattaforme che offrano questo servizio)

Il preventivo presentato dall'azienda - utilizzando il modello di preventivo- Allegato P-in fase di domanda dovrà contenere una descrizione dettagliata delle attività che verranno realizzate. In fase di rendicontazione dovrà essere presentato un documento riassuntivo che riepiloghi le attività realizzate, le performance ed i mercati target raggiunti.

La spesa massima ammissibile per questa tipologia di interventi potrà essere pari ad euro 6.000,00 (IVA esclusa)

B. CAMPAGNE DI PROMOZIONE SU MOTORI DI RICERCA, MARKETPLACE E/O CANALI SOCIAL

Tutte le spese previste ed ammissibili in questa tipologia DEVONO ESSERE OBBLIGATORIAMENTE realizzate sul sito/ecommerce/pagine social di titolarità dell'azienda, come indicato in fase di domanda.

Le spese incluse in questa tipologia sono relative esclusivamente all'acquisto di ADV su canali digitali e ad eventuali spese di gestione della/e campagna/e medesima/e da parte di fornitori terzi.

La spesa massima ammissibile per questa tipologia di intervento (sia autonomo dell'impresa che attraverso un fornitore terzo) potrà essere pari ad euro 8.000,00 (IVA esclusa).

B1) Campagne gestite autonomamente dall'azienda richiedente **Acquisto ADV da parte dell'azienda richiedente**

Spese sostenute direttamente dall'azienda per l'acquisto di ADV (senza utilizzo di fornitori a supporto della realizzazione delle campagne), per campagne di promozione attraverso i principali motori di ricerca (es. Google), marketplace (es. Amazon, Zalando...) o piattaforme social (Facebook, LinkedIn) indirizzate ai mercati internazionali.

In fase di presentazione del progetto **non sarà necessaria la compilazione del modello di preventivo Allegato P**, ma l'azienda dovrà presentare uno o più screenshot delle campagne che verranno realizzate nel corso delle attività, in cui sia chiaramente evidenziato l'arco temporale di svolgimento, il budget allocato su ciascun canale ed i mercati esteri su cui verranno focalizzate le campagne di promozione.

In fase di rendicontazione l'azienda dovrà documentare l'effettiva realizzazione delle campagne di promozione pianificate, presentando le fatture ricevute dalle società proprietarie dei canali di comunicazione selezionati (es. Google, Facebook, LinkedIn etc...) **in cui sia chiaramente indicato il/i mercato/i target dell'azione svolta** e allegare un prospetto riassuntivo che contenga tutte le metriche registrate durante la campagna.

B2) Campagne totalmente realizzate da fornitori

Spese sostenute con fornitori di servizi digitali a cui vengono demandate entrambe le attività di:

- a) creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio delle campagne;
- b) acquisto di ADV per campagne di promozione attraverso i principali motori di ricerca, marketplace o piattaforme social indirizzate ai mercati internazionali.

In questa fattispecie il budget dedicato alle spese di cui al punto a) dovrà essere uguale o inferiore a 30% del valore complessivo dell'attività. (valore di a) = oppure inferiore al 30% della somma di a+b).

Il preventivo del fornitore, presentato in fase di domanda utilizzando il modello di preventivo- **Allegato P-**, dovrà indicare chiaramente la distinzione tra l'importo dedicato all'acquisto di advertising e quanto destinato alle fasi di pianificazione, gestione e monitoraggio. Il preventivo dovrà inoltre dare evidenza dei canali di promozione che verranno utilizzati ed i mercati esteri su cui verranno incentrate le campagne Adv. In fase di rendicontazione l'azienda dovrà documentare l'effettiva realizzazione delle campagne di promozione pianificate, presentando sia le fatture del fornitore selezionato, sia quelle che il fornitore ha ricevuto dalle società proprietarie dei canali di comunicazione selezionati (es. Google, Facebook, LinkedIn etc...), **in cui sia chiaramente indicato il/i mercato/i target dell'azione svolta**; dovrà, inoltre, dare evidenza del mercato/dei mercati internazionali su cui sono state realizzate le attività di ADV e allegare un prospetto riassuntivo che contenga tutte le metriche registrate durante la campagna.

B3) Campagne gestite da fornitore, con acquisto di ADV da parte dell'impresa richiedente

Spese sostenute con fornitori di servizi digitali a cui vengono demandate le attività di, creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio di campagne di promozione; mentre le spese di acquisto ADV per tali campagne saranno sostenute direttamente dall'impresa richiedente.

Le campagne saranno realizzate attraverso i principali motori di ricerca (es. Google), marketplace (es. Amazon...) o piattaforme social (Facebook, LinkedIn) indirizzate ai mercati internazionali.

In fase di presentazione del progetto l'azienda dovrà presentare:

- a) preventivo del fornitore prescelto (utilizzando il modello di preventivo-Allegato P-) per le spese di creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio della/e campagna/e.
- b) uno o più screenshot di pianificazione delle campagne ADV che verranno realizzate nel corso delle attività (ed i cui costi saranno sostenuti direttamente dall'impresa), in cui sia chiaramente evidenziato l'arco temporale di svolgimento, il budget allocato su ciascun canale ed i mercati esteri su cui verranno focalizzate le campagne di promozione.

In questa fattispecie il budget dedicato alle spese di cui al punto a) dovrà essere uguale o inferiore al 30% del valore complessivo dell'attività data dalla somma delle spese di cui ai punti a) + b).

In fase di rendicontazione l'azienda dovrà documentare l'effettiva realizzazione delle campagne di promozione pianificate, presentando le fatture ricevute dalle società proprietarie dei canali di comunicazione selezionati (es. Google, Facebook, LinkedIn, etc...) **in cui sia chiaramente indicato il/i mercato/i target dell'azione svolta** e allegare un prospetto riassuntivo che contenga tutte le metriche registrate durante la campagna.

L'azienda dovrà, inoltre, documentare l'effettiva attività di creatività, pianificazione, gestione, realizzazione e monitoraggio della campagna presentando le fatture del fornitore selezionato.

C. ATTIVITA' di SEO (Search Engine Optimization) e SEM (Search Engine Marketing)

Tutte le spese previste ed ammissibili in questa tipologia DEVONO ESSERE OBBLIGATORIAMENTE realizzate sul sito/ecommerce di titolarità dell'azienda, indicato in fase di domanda.

Spese sostenute per migliorare l'indicizzazione ed il posizionamento all'interno dei motori di ricerca del sito internet (es. Google, Bing etc...), al fine di aumentare il traffico da parte di potenziali interlocutori esteri.

Saranno considerate ammissibili solo le spese per i seguenti interventi:

Analisi del Sito Web, Ricerca delle Parole Chiave, Ottimizzazione On-Page, Creazione di Contenuti di Qualità, Link Building, Ottimizzazione per Dispositivi Mobili, Ottimizzazione della Velocità del Sito, Monitoraggio e Analisi, Rapporti e Comunicazione, Ottimizzazione per la Voice Search, Gestione delle Recensioni, Strategia di Contenuto a Lungo Termine, Ottimizzazione per i Rich Snippets

In fase di domanda l'azienda dovrà presentare un preventivo del fornitore (redatto sul modello di preventivo - Allegato P) in cui vengano dettagliate le attività ed il sito internet dell'azienda (come indicato nell'art.3) su cui verranno realizzate.

In fase di rendicontazione dovrà essere inclusa una breve relazione che analizzi la variazione degli accessi al sito nel periodo di intervento ed il numero di backlinks generati attraverso le attività realizzate.

La spesa massima ammissibile per questa tipologia di intervento potrà essere pari ad euro 6.000,00 (IVA esclusa).