



Allegato: Spese ammissibili

- a)** servizi di consulenza relativi a uno o più ambiti di attività a sostegno del commercio internazionale tra quelli previsti all'art. 4, comma 3 del presente Bando;
- b)** relativamente agli incontri B2B/B2C fisici o virtuali: viaggio (volo in classe economica); soggiorno in hotel massimo 4 stelle dei rappresentanti degli operatori esteri invitati (sono escluse spese riferite al personale aziendale) per la sola durata dell'evento; spese per servizi e consulenze esterne per l'organizzazione di incontri d'affari e ricerca partner nel periodo di riferimento del Bando (le spese devono essere congruenti con gli indicatori di sintesi); quote di adesione ai vari servizi delle piattaforme convegnistiche digitali e incontri d'affari. Gli incontri dovranno essere comprovati da adeguati giustificativi (elenchi, materiale fotografico, screenshot con data e ora dell'incontro se virtuale, ecc...);
- c)** relativamente alla partecipazione in presenza a fiere e convegni specialistici a carattere internazionale in qualità di espositori, sono finanziabili le seguenti spese:
- area espositiva, progettazione dello stand e noleggio dell'allestimento (incluse spese accessorie di allestimento - servizi di telecomunicazioni, idrici, elettricità, montaggio/ smontaggio - ed ivi compresi eventuali costi di iscrizione, oneri e diritti fissi obbligatori in base al regolamento della manifestazione); trasporto del materiale da allestimento ed espositivo, compresa la relativa assicurazione ed esclusi gli oneri doganali; servizi di interpretariato/traduzione e hostess;
 - sono inoltre ammissibili le spese sostenute in data antecedente al 01/01/2025, relative ad acconti per affitto dell'area espositiva e/o quota d'iscrizione purché riferite a manifestazioni fieristiche che si svolgano nel periodo ammissibile (01/01/2025 - 31/12/2025);
- d)** Nel caso di fiere, eventi e convegni virtuali: iscrizione ai relativi servizi, consulenze in campo digitale, hosting, sviluppo piattaforme per la virtualizzazione, produzione di contenuti digitali, accordi onerosi con media partners (es.: pacchetto "media fee" per la pubblicazione dei dati dell'espositore nei media elettronici e in altri media insieme all'uso della pagina Internet della manifestazione), adesione ai vari servizi delle piattaforme fieristiche/ convegnistiche digitali, realizzazione di spazi espositivi virtuali;
- e)** relativamente all'attività di marketing digitale: posizionamento sui motori di ricerca e sulle piattaforme social, digital advertising (incluse sponsorizzazioni durante un evento), SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), DEM (Direct E-mail Marketing). Al fine del riconoscimento delle spese l'attività realizzata deve essere verificabile in relazione ai mercati target individuati nel progetto e devono essere forniti dati, statistiche puntuali e screenshot dell'attività svolta in lingua, con evidenza delle date. **Tutte le spese dovranno essere sostenute esclusivamente per il tramite di una società di consulenza.** Non saranno ammesse fatture emesse direttamente da piattaforme social, quali Google, Meta, LinkedIn, ecc.;
- f)** relativamente all'attività di business on line: quote di adesione a vetrine e piattaforme digitali, marketplace, sistemi di smart payment internazionali; realizzazione di landing page in lingua estera target del progetto;
- g)** relativamente al sito web aziendale: traduzione dei contenuti del sito nella/e lingua/e estera/e del/i Paese/i target. Non saranno ammesse spese per la predisposizione, sviluppo e/o restyling della piattaforma e-commerce del sito web aziendale e per la registrazione di un nuovo dominio;
- h)** relativamente al materiale promozionale: progettazione, predisposizione, revisione e traduzione dei cataloghi/brochure/presentazioni aziendali nella/e lingua/e estera/e del/i Paese/i target. Non saranno ammesse spese relative al restyling dell'immagine e del logo aziendale e spese di stampa di tutti materiali. Per la realizzazione di video aziendali saranno ammesse le spese solo se l'attività è realizzata nella/e lingua/e estera/e del/i Paese/i target (traduzione dei contenuti e/o contenuti sottotitolati in lingua estera) e se è coerente con i Paesi target individuati. Occorre dare evidenza dell'attività svolta (link al video disponibile almeno sul sito aziendale ed eventualmente su altri canali promozionali).