

<p style="text-align: center;">ALLEGATO F - MODULO DI DOMANDA PER I PROGETTI DI PROMOZIONE DEL VINO SUI MERCATI DEI PAESI TERZI FINANZIATI AI SENSI DEI REG. CE N. 1308/13 E N. 1149/16 E 1150/2016</p>
--

- 1. TITOLO DEL PROGETTO**
- 2. SOGGETTO PROPONENTE**
- 3. PRECISAZIONI RELATIVE AL PROGETTO**
 - 3.1. Paesi terzi e/o mercati dei Paesi terzi a cui è destinato il progetto.
 - 3.2. Prodotti coinvolti.
 - 3.3. Durata e cronoprogramma del progetto.
- 4. DESCRIZIONE DEL PROGETTO**
 - 4.1. Contesto generale – situazione del mercato.
 - 4.2. Obiettivi.
 - 4.3. Strategia.
 - 4.4. Destinatari.
 - 4.5. Contenuto dei messaggi da diffondere in relazione alle specifiche azioni intraprese.
 - 4.6. Azioni.
- 5. IMPATTO PREVISTO**
- 6. PIANO FINANZIARIO**
- 7. PIANO DI FINANZIAMENTO**

NOTA ESPLICATIVA

1. TITOLO DEL PROGETTO

Indicare il titolo del progetto.

2. SOGGETTO PROPONENTE

Breve descrizione del soggetto proponente

3. PRECISAZIONI RELATIVE AL PROGETTO

- 3.1. Il soggetto proponente deve indicare i Paesi terzi e/o mercati dei Paesi terzi a cui è destinato il progetto.
- 3.2. Il soggetto proponente deve indicare i prodotti coinvolti nelle attività di promozione, la tipologia riconosciuta e/o la denominazione d'origine.
- 3.3. Il soggetto proponente deve indicare la durata del progetto (considerando che la durata massima è di 12 mesi), il cronoprogramma delle azioni ed i luoghi in cui si svolgeranno.

Qualora si tratti del proseguimento di uno o più progetti precedenti deve indicare:

- denominazione, durata e paesi terzi e/o i mercati dei paesi terzi destinatari del (o dei) progetto(i) precedenti;
- risultati ottenuti (allegare eventuali relazioni, in merito alla valutazione dei risultati ottenuti, prodotte da soggetti terzi rispetto al beneficiario del contributo), nella misura in cui siano noti al momento della presentazione del progetto;
- se sono state finanziate spese per la creazione di opuscoli, siti web, spot radio, tv ecc., ovvero ogni fase di creazione e/o ideazione di prodotti che sono oggetto del progetto di cui si chiede il proseguimento.

4. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

4.1. Descrizione del contesto socio-economico del Paese terzo o del mercato del Paese terzo e le caratteristiche della domanda dei prodotti oggetto della promozione (in termini di produzione, importazione, consumi e, se pertinente, di contesto normativo/doganale). Fornire un'analisi SWOT del mercato bersaglio in relazione ai prodotti oggetto di promozione.

4.2. Descrizione degli obiettivi che devono essere elaborati secondo la metodologia SMART:

- a. specifici: devono essere precisi per poter essere compresi chiaramente;
- b. misurabili: devono essere conseguiti sulla base di indicatori;
- c. realizzabili: devono essere realistici;
- d. pertinenti: devono corrispondere agli aspetti affrontati dal progetto;
- e. definiti nel tempo: devono essere conseguiti entro il limite temporale previsto dal progetto.

Gli obiettivi devono altresì fornire indicazioni circa le aspettative del soggetto proponente in termini di vendita o aumento di valore oppure aumento della conoscenza del brand.

Qualora il progetto sia destinato a diversi Paesi terzi o mercati dei Paesi terzi, è necessario fornire indicazioni circa gli obiettivi previsti per ciascuna area target. Qualora esistano differenziazioni di obiettivi per target/popolazione all'interno di ciascun Paese terzo o mercato di Paese terzo, è necessario esplicitare tali differenze.

4.3. Indicare i motivi per i quali è stato presentato il progetto in relazione alla realtà produttiva coinvolta dal/dai beneficiari e le motivazioni specifiche adottate per l'individuazione dei Paesi e delle azioni in relazione ai prodotti oggetto di promozione, anche sulla base di idonee analisi di mercato.

4.4. Indicare il gruppo/i destinatario/i delle attività di promozione. Tali gruppi devono essere individuati con precisione e, coerentemente con la strategia del progetto, segmentati (per istruzione o per censo o per stili di vita).

4.5. Indicare il contenuto dei messaggi da diffondere in relazione alle specifiche azioni intraprese, fornendo indicazioni sui temi che saranno trattati nelle azioni di comunicazione e, laddove già disponibili, gli slogan pubblicitari che saranno impiegati. Il soggetto proponente deve altresì confermare che i messaggi di informazione e/o di promozione rivolti ai consumatori e agli altri gruppi destinatari sono conformi alla legislazione di applicazione nei Paesi terzi destinatari.

4.6. Descrizione di ciascuna azione e delle relative sub-azioni, nonché degli strumenti utilizzati per la loro esecuzione (indicandone il numero, il volume e/o le dimensioni nonché i costi unitari stimati). Tutte le azioni incluse nel progetto devono, inoltre, presentare una chiara descrizione della composizione dei costi connessi, indicando per ciascuna spesa eleggibile il costo unitario.

5. IMPATTO PREVISTO

Specificare l'impatto previsto del progetto sulla domanda del prodotto, la familiarità dei consumatori verso il prodotto e/o la sua immagine e/o qualsiasi altro aspetto associato agli obiettivi.

Quantificare i risultati previsti dell'attuazione del progetto.

Descrivere il metodo o i metodi che dovranno essere utilizzati ogni anno per misurare l'impatto. La valutazione deve essere il più possibile quantitativa e qualitativa e non deve riferirsi alla buona esecuzione delle azioni, ma piuttosto misurare il conseguimento degli obiettivi. Specificare in che modo sarà effettuata la valutazione.

Per i progetti pluriennali, la valutazione è effettuata ogni anno.

6. PIANO FINANZIARIO

Nella presentazione del piano finanziario è obbligatorio attenersi alla struttura (titoli/categorie) e all'ordine (numerazione) seguiti nell'elenco di cui all'allegato I. Se il progetto riguarda più paesi, le spese devono essere ripartite per paese e per azione.

Occorre indicare separatamente le spese per onorari degli organismi di esecuzione. Qualora le spese per onorari dell'organismo/degli organismi di esecuzione siano presentate in forma di importo forfettario, il loro livello massimo sarà pari complessivamente al 10% dei costi effettivi di realizzazione delle azioni. Qualora si preveda la fatturazione delle spese di onorario dell'organismo/degli organismi di esecuzione sulla base dei lavori effettivamente realizzati, la proposta deve includere una stima del numero di ore necessarie per effettuare tali lavori nonché il loro costo unitario.

Il piano finanziario deve essere presentato sotto forma di una tabella riepilogativa, espressa in euro e senza cifre decimali, che elenca tutte le azioni progettate, con l'indicazione del costo annuale e del costo totale, esposto al netto dell'IVA (salvo il caso di cui al comma 8 dell'art. 12 del Decreto).

AZIONI	SUB AZIONE	CODICE SUB AZIONE	COSTO UNITARIO	NUMERO/ORE /VOLUME/M ²	COSTO TOTALE
Azione 1					
Azione 2					
Azione 3					
Azione 4					
TOTALE PROGETTO					

7. PIANO DI FINANZIAMENTO

Il soggetto proponente deve compilare la seguente tabella:

PARTECIPAZIONE FINANZIARIA	TOTALE		
	Importo totale del progetto	Contributo richiesto	%
Finanziamento ai sensi del Reg. CE 555/08 – Fondi quota nazionale (non superiore 50%)			
Finanziamento ai sensi del Reg. CE 555/08 – Fondi quota regionale (non superiore 50%)			
Soggetto proponente (almeno il 50% in assenza di eventuale aiuto integrativo)			
Aiuto integrativo (non superiore 30%)			
TOTALE			100

Il sottoscritto dichiara inoltre di essere informato, ai sensi del D.Lgs. n. 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali) che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

Luogo e data _____

FIRMA DEL LEGALE RAPPRESENTANTE
