



ALLEGATO 1- Format progetto

Schema relazione tecnica o Format di progetto

Piano Strategico della PAC 2023-2027

**Complemento di programmazione per lo Sviluppo Rurale
Campania**

Intervento SRG10- "Promozione dei prodotti di qualità"

PROPONENTE

.....

TITOLO PROGETTO

.....



Il presente allegato Format progetto (Schema relazione tecnica) è costituito da:

- Linee guida
- Relazione tecnica descrittiva
- Dettaglio finalità e spese scheda 1.1
- Crono-programma iniziative/attività previste dal progetto scheda 1.2
- Informazioni riepilogative proponente scheda 1.3
- Piano finanziamento scheda 1.4



“Linee guida” per la redazione della relazione tecnica

1) MAPPATURA E ANALISI DI MERCATO E DEI TARGET

► Mappatura dei target e focus sugli interessi del pubblico:

- Per fiere ed eventi ed altre azioni di comunicazione e promozione B2B: buyers e importatori in fiere internazionali, distributori, grossisti di canale e GDO, stampa di settore ecc.
- Per fiere ed eventi ed altre azioni di comunicazione e promozione B2C: consumatori finali, giornalisti della stampa lifestyle, opinion leaders e influencer ecc.

2) PROGETTAZIONE E AZIONI PER RAFFORZAMENTO AGGREGAZIONE

► Selezione strategica e attivazione di sinergie tra i vari partecipanti alle aggregazioni:

- Richiedere schede dettagliate delle offerte di prodotto e mercati di riferimento
- Dare priorità ai Consorzi o agli altri partner che rappresentano produzioni distintive o complementari con un reale potenziale a seconda della tipologia di manifestazione fieristica e di campagna di informazione, promozione e comunicazione.
- Facilitare la creazione di pacchetti combinati (es. vini + prodotti caseari)
- Organizzare momenti collettivi per presentazioni unificate.

► Creazione di una Cabina di Regia

- Coinvolgimento degli attori e Identificazione delle persone chiave del team (es. capofila, riferimento amministrativo, consulenti esterni etc.)
- Assegnare ruoli e responsabilità chiare per ogni membro (es. responsabile logistica, marketing, relazioni pubbliche etc.)
- Creare un piano d'azione con tempistiche precise e milestone

► Focus group per consolidamento aggregazioni per raggiungimento obiettivi di una migliore informazione e promozione verso terzi (operatori del settore, consumatori, buyers etc.)



- Creare workshop per uniformare il linguaggio promozionale (tone of voice) degli operatori presenti
- Fornire linee guida per valorizzare la narrazione condivisa dei valori regionali, al fine di incrementare l'awareness del Sistema Campania e della valorizzazione del territorio di provenienza

3) INDIVIDUAZIONE DEGLI SPAZI E DEFINIZIONE DI ALLESTIMENTI

► Criteri di selezione della manifestazione e individuazione degli spazi:

- Prediligere le fiere/eventi di maggior potenziale valutandone l'accessibilità per espositori e visitatori
- Negoziare gli spazi centrali legati ai punti di interesse e collocazioni coerenti al tema fieristico, con presenze accorpate in grado di valorizzare la presenza Regionale

► Design degli spazi:

- Progettare lo stand in modo che rifletta l'immagine del brand e attragga i visitatori
- Definizione di stand modulari e riconoscibili con:
 - Spazi per ogni Consorzio/Associazione/Aggregazione integrati in una "immagine regionale"
 - Prevedere un'area comune centrale dedicata al branding "Campania" per rafforzare la forza della rete e della valorizzazione territoriale di appartenenza.
- Utilizzare materiali di alta qualità, sostenibili e coerenti con l'identità visiva della Regione

4) DISEGNARE L'AUDIENCE EXPERIENCE: ESPERIENZE IMMERSIVE PER COINVOLGERE I VISITATORI

► Attività esperienziali:

- Dimostrazioni dal vivo: es. cooking show e degustazioni, realizzazione di attività artigianali on-site



- Laboratori interattivi: Es. workshop su come riconoscere un prodotto DOP o IGP ecc.

► **Tecnologie immersive:**

- Progetti di realtà virtuale per esplorare le bellezze paesaggistiche e culturali dei territori di produzione dei prodotti a marchio
- Mappe interattive per scoprire le produzioni locali e la loro storia (e connetterle ai progetti e strade delle DOP etc.)

► **Narrazione emozionale:**

- Raccontare storie di produttori dal piccolo (raro/artigianale) al grande (noto/mainstream) per creare una connessione autentica con il pubblico.

5) DEFINIRE UNA STRATEGIA DI MARKETING PRE-FIERA/PRE-EVENTO

► **Definizione degli Obiettivi e del Budget del piano di comunicazione**

► **Verifica delle Competenze Linguistiche del Team - assicurarsi che il team parli le lingue** richieste per interagire con il pubblico internazionale e valutare se è necessario assumere personale esterno per supportare la comunicazione (es. hostess multilingue per accogliere i visitatori)

► **Reclutamento di Professionisti Esterni:**

- **Ambasciatori del marchio:** Per distribuire volantini, materiale promozionale etc. e rappresentare il brand in modo professionale
- **Personale per generazione di lead:** Per raccogliere informazioni sui potenziali clienti in modo strutturato
- **Promoter professionali:** Per attirare i visitatori allo stand
- **Agenzie specializzate:** Collaborare con agenzie per personale qualificato



► Comunicazione Pre-Fiera/Pre-Evento

- Verificare che tutti i materiali tecnici e promozionali (brochure, flyer, video) siano pronti
- Predisporre aree dedicate a presentazioni, dimostrazioni e networking
- Lanciare una campagna di comunicazione per invitare i visitatori a visitare lo stand (es. e-mail, social media, pubblicità)
- Preparare materiale informativo in diverse lingue per raggiungere un pubblico ampio
- Stabilire appuntamenti con buyer o clienti strategici in anticipo

► Briefing del Team e del Personale Esterno

- Realizzare una sessione di briefing per tutto il personale, interno ed esterno, spiegando gli obiettivi dell'evento, il messaggio chiave da trasmettere ai visitatori, i prodotti o servizi da promuovere per raggiungere l'obiettivo comune di informazione, promozione e comunicazione.
- Fornire script o linee guida per gestire domande comuni e situazioni critiche.

► Creazione di Strumenti per la Raccolta dei Contatti

- Predisporre sistemi per raccogliere dati di potenziali clienti (tablet, QR code, moduli digitali, business cards)
- Definire un processo per catalogare e seguire i contatti post-evento.

► Pianificazione di Emergenze e Backup

- Creare un piano di emergenza per gestire imprevisti (es. ritardi nella consegna dello stand, assenza di un membro del team).
- Avere materiali di riserva (es. brochure extra, dispositivi elettronici).
- **Strumenti e Checklist:**
 - Checklist per il materiale: Brochure, biglietti da visita, gadget, elementi decorativi
 - Lista di contatti utili: Fornitori, agenzie, personale esterno
 - Calendario operativo: Scadenze per ogni attività e dettagli logistici



6) COMUNICAZIONE, VISUAL E DIGITALIZZAZIONE E ANALYTICS

► Coordinamento visivo:

- Definire un'identità visiva forte connessa al Sistema Campania: logo, palette cromatica e messaggi unificati
- Realizzare pannelli informativi ed educativi (o info-formativi), segnaletica e materiali promozionali coordinati: Manifesti, Segnali, Opuscoli, Video e multimedia, Articoli promozionali, Gadget, Design di PowerPoint e Keynote
- Utilizzare video emozionali che raccontino valori, territorio e cultura delle DOP e delle IGP e dei prodotti di qualità

► Campagne promozionali e attivazioni:

- Lancio di campagne digitali sui canali social ufficiali dei Consorzi, delle Aggregazioni, delle Associazioni etc.
- Inviti personalizzati a buyer internazionali tramite piattaforme di networking
- Comunicazione mirata e invio di inviti esclusivi a potenziali partner commerciali e distributori con agende preorganizzate

► Collaborazioni strategiche:

- Coinvolgere influencer specializzati nel settore
- Partnership con media locali e internazionali

► Presenza sui media:

- Attivazione di un ufficio stampa per la divulgazione di Comunicati Stampa
- Pianificazione di redazionali sulle diverse testate
- Lancio di spot promozionali in radio e tv

► Materiali di comunicazione:

- Brochure in diverse lingue con focus su prodotti, territori e valori distintivi
- Contenuti multimediali per promuovere la partecipazione su canali digitali.
- Realizzazione di spot e video per campagna di promozione per spot radio/tv e campagne di sensibilizzazione



7) LOGISTICA E ORGANIZZAZIONE

► Pianificazione operativa:

- Fornire un calendario dettagliato con scadenze per spedizioni per i prodotti
- Coordinare la logistica per evitare ritardi o inefficienze
- Organizzare la spedizione di materiali, visual, brochure e allestimenti per lo stand

► Pianificare il trasporto e l'alloggio per il team

- Verificare i requisiti doganali se si partecipa a una fiera internazionale
- Supporto in loco: garantire assistenza continua per eventuali necessità tecniche o operative

► Analisi dei risultati:

- Organizzare un report post-evento con i dati raccolti (es. contatti generati, valore economico delle vendite previste)
- Misurazione del ritorno sull'investimento (ROI)

► Comunicazione di ringraziamento:

- Inviare e-mail personalizzate ai buyer e ai visitatori chiave

► Azioni di continuità:

- Pianificare visite aziendali o incontri successivi con i contatti generati durante la fiera/durante gli eventi, organizzare educational incoming per buyer e altri referenti di settore in Campania sul proprio territorio di riferimento
- Condividere case history di successo per stimolare la partecipazione futura
- Creare un piano di follow-up con i vari attori della rete per mantenere viva la relazione



Relazione tecnica descrittiva

La relazione tecnica deve fornire le seguenti informazioni minime:

Descrizione del prodotto o del “paniere” dei prodotti di qualità oggetto di promozione; indicazione del settore merceologico cui appartiene (*es.: prodotti vitivinicoli, ortofrutticoli e cereali freschi e trasformati, latte, latticini e formaggi, ecc.*) e del regime di qualità e/o della denominazione di origine, nonché dell'attuale posizionamento sul mercato interno ed eventuale valore economico; quantità prodotta certificata e possibili interventi attivabili finalizzati ad ampliare la domanda o a migliorare le condizioni di vendita e i mercati target. Indicare se il prodotto o i prodotti tutelati previsti nel progetto rientrano o meno nel campo di applicazione dell'art. 42 del TFUE.

Numero di produttori totali aderenti al regime o alla tipologia di prodotto o di prodotti certificati cui appartengono quelli previsti nel progetto, con indicazione dei riferimenti al relativo disciplinare e all'Organismo di certificazione.



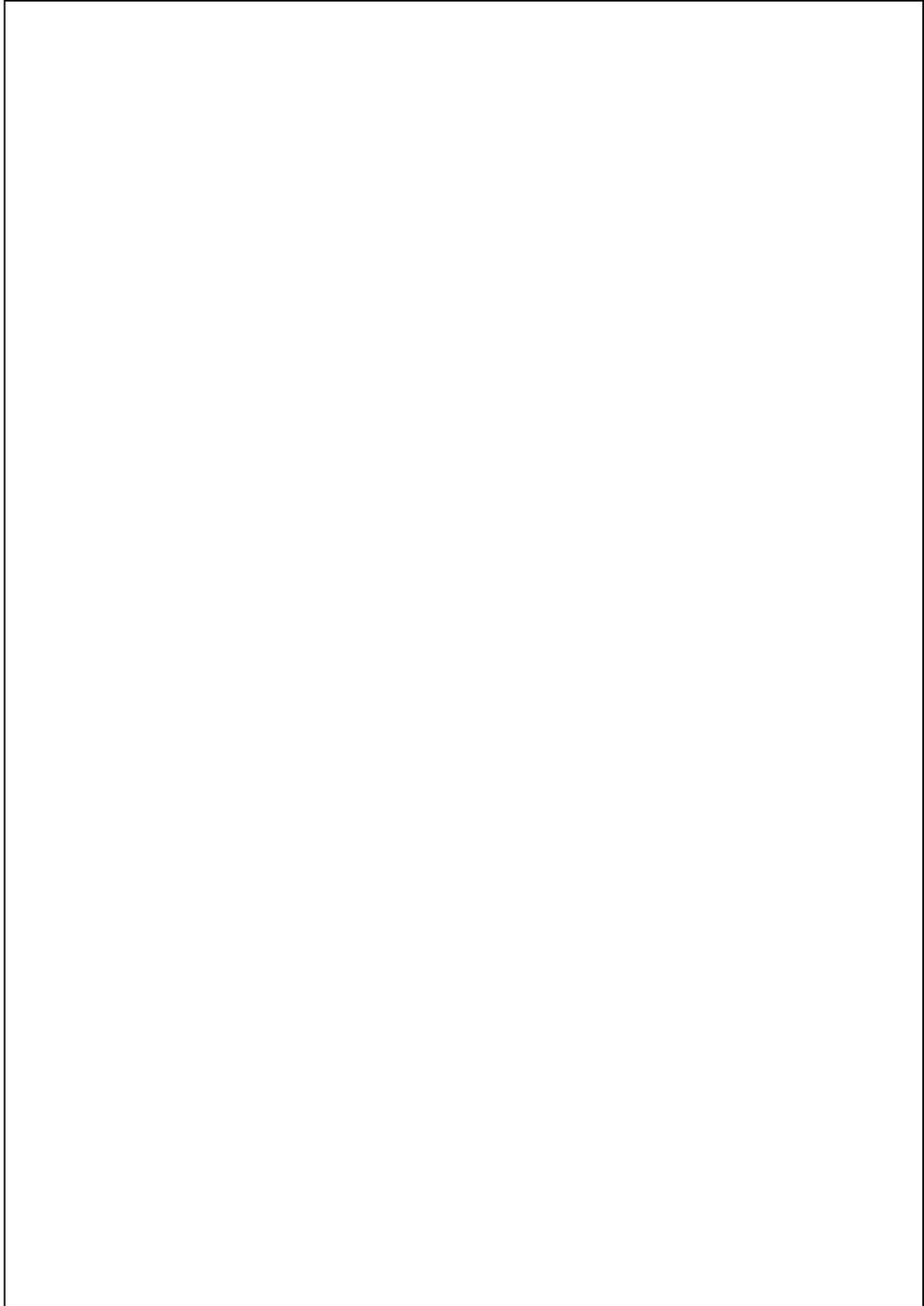
Soggetto proponente: breve descrizione del soggetto proponente, con indicazione delle caratteristiche strutturali ed organizzative (tipologia proponente, sedi, recapiti, strutture produttive, tipologia attività svolta con indicazione dei soggetti partecipanti al progetto (numero di *soggetti partecipanti per ognuno dei prodotti che si intende promuovere*); indicazione delle eventuali esperienze in attività di informazione e promozione già realizzate in precedenza dal proponente e/o dai partecipanti, specificandone la tipologia, l'anno di realizzazione ed i partecipanti che le hanno realizzate.

Descrizione delle attività: con riferimento alle indicazioni contenute nelle "Linee guida per la redazione della relazione tecnica" fornire una sintetica descrizione delle attività che costituiscono la proposta progettuale, esplicitando almeno i seguenti punti:

- motivazioni specifiche adottate per l'individuazione dei Paesi e delle azioni
- analisi del mercato o dei mercati cui è destinato il progetto, con particolare riferimento ai target individuati (riferimento punto 1 Linee guida)
- Definizione della strategia di marketing conseguente (riferimento punti 2 e 5 Linee guida)
- Definizione della comunicazione verso i target individuati (riferimento punti 2, 4 e 6 Linee guida)
- Definizione delle attività di presentazione delle produzioni a marchio ai target individuati (riferimento punti 2 e 3 Linee guida)
- Logistica e organizzazione (riferimento punti 2 e 7 Linee guida)



- Obiettivi/finalità e impatto/risultati attesi
- spesa complessiva del progetto

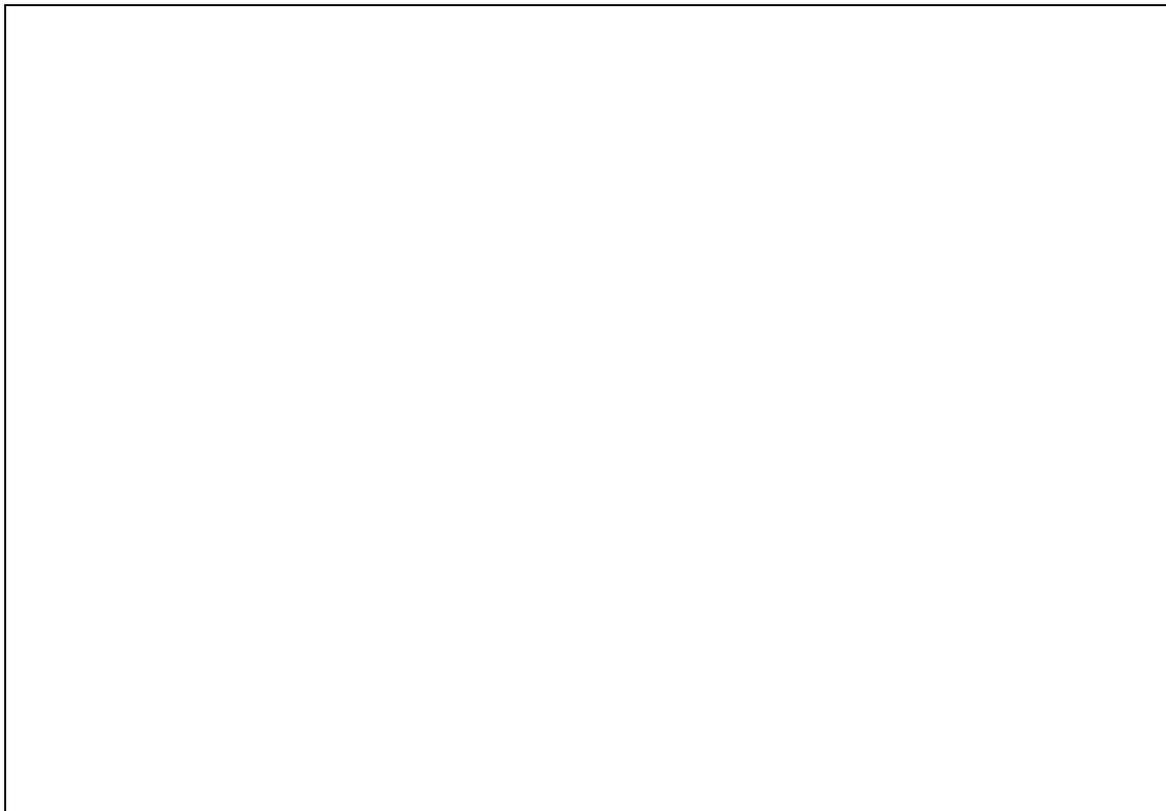


Finalità perseguite: indicazione del numero di finalità perseguite (come da paragrafo 3 Punti A, B, C e D del bando) e, per ognuna, descrizione di tutte le informazioni previste nella scheda n. 1.1 e di seguito riepilogate:

- *descrizione e modalità di svolgimento delle singole azioni/attività/operazioni da realizzare per perseguire la singola finalità, con descrizione degli indicatori utili a misurare i risultati attesi;*
- *data presunta di realizzazione delle azioni/attività per ogni finalità perseguita;*
- *luogo di svolgimento e destinatari/target, con breve descrizione del contesto;*



- spese programmate per la realizzazione di ogni singola finalità;
- documentazione a supporto utilizzata (preventivi e quadro di comparazione);
- obiettivi generali e risultati attesi a seguito della realizzazione della finalità;
- altre informazioni ritenute pertinenti ed utili ai fini dell'istruttoria.



Durata del progetto e cronoprogramma delle azioni /attività di progetto, tenendo in considerazione che le attività proposte con il progetto devono prevedere la loro realizzazione nell'arco temporale massimo previsto dal paragrafo 16 del Bando.



Altri elementi ritenuti utili ai fini dell'attribuzione, in sede di istruttoria, dei criteri di selezione previsti dal Bando, ad esempio numero di soggetti del partenariato che hanno partecipato ad iniziative promozionali organizzati dalla Regione in uno degli ultimi due anni.

Tutte le informazioni indicate nella relazione di progetto devono trovare diretto riscontro con quelle riportate nelle schede allegate



Allegato 1 - scheda analitica 1.1

Dettaglio finalità e relative spese

Scheda n. ____ (da compilare per ognuna delle quattro finalità attuate nel progetto di cui a paragrafo 3 del Bando)

Descrizione finalità _____ (indicare descrizione di cui alle lettere a), b), c) o d) del paragrafo 3 del Bando)

Codice spesa ammissibile di cui al paragrafo 10.1 del Bando (SP01, SP02, ecc.)	Descrizione categorie di spese (es. Realizzazione e diffusione di materiale informativo..., ecc., come da tabella di cui al paragrafo 10.1 del Bando)

Per ciascuna delle categorie di spesa previste, indicare le tipologie di voci di spesa (riferimento paragrafo 10.1 bando), tra quelle ammissibili da Bando ed il relativo ammontare complessivo

Codice spesa	Tipologia di voce di spesa	Importo spesa prevista
COMUNICAZIONE (SP01)	Progettazione materiali e ideazione testi	
	Elaborazione tecnica e grafica di materiali promo pubblicitari	
	Stampa, riproduzione e distribuzione dei materiali promo pubblicitari	
	Produzione e stampa immagini fotografiche	
	Produzione e registrazione video	
	Traduzioni	
	Inviti e comunicazione mirata a buyer e distributori	
COMUNICAZIONE (SP02)	Progettazione e sviluppo di siti e pagine web e di audience experience (app interattive, applicazioni di realtà virtuale per la valorizzazione del territorio e dei prodotti)	
	Gestione di siti, pagine web e social network	
	Sviluppo di applicazioni informatiche	
	Hosting	
	Strumenti per raccolta dati per monitorare il flusso e feedback dei visitatori tramite beacon o contatori, sondaggi, tablet	
	Costi di comunicazione per il follow up del post fiera	
COMUNICAZIONE (SP03)	Strumenti di raccolta dati	
	Lista di contatti utili	
	Acquisto spazi pubblicitari e publiredazionali	
	Realizzazione manifesti e cartellonistica	

	Costi di affissione e diffusione degli spot	
FIERE/EVENTI /CAMPAGNE PROMOZIONALI (SP04-SP05)	Affitto sala e allestimenti, quota di iscrizione alla manifestazione, ecc.	
	Servizi (acqua, luce, pulizie, ecc.)	
	Progettazione e Allestimenti stands	
	Montaggio e smontaggio dell'area espositiva	
	Costi di spedizione dei prodotti e del materiale promozionale	
	Spese di interpretariato, nel limite di complessivi € 300 giornalieri (IVA esclusa e altri oneri inclusi)	
	Spese per personale di servizio, nel limite di complessivi € 300 giornalieri (IVA esclusa e altri oneri inclusi)	
	Spese di viaggio (treno o aereo, entrambi in classe economica) per un massimo di due unità di personale di ciascun beneficiario o in numero maggiore se debitamente giustificato e comunque non oltre le quattro unità per evento	
	Spese di pernottamento e spese di vitto, ove pertinenti, secondo quanto previsto all'Art. 57 Trattamento di trasferta, del CCNL del comparto FUNZIONI LOCALI - Periodo 2019-2021, al punto 10	
	Indennità di viaggio con auto propria, ove pertinente, per un'indennità chilometrica pari a quella riconosciuta ai dipendenti della Regione Campania per spese di viaggio con auto propria	
	Spese di trasporto locale, massimo € 30,00 giornalieri per persona	
	Compensi per i relatori per ogni evento o workshop	
Compensi per ambasciatori del marchio		
Personale per generazione di lead, promoter specializzati, ecc.		

	Spese per progettazione e realizzazione di audience experience (show cooking, laboratori interattivi, workshop ecc)	
	Spese di realizzazione eventi dimostrativi: materiali di consumo	
COMUNICAZIONE (SP06)	Costi di organizzazione workshop	
	Costi realizzazione brochure	
	Costi di affissione e diffusione degli spot	
SPESE GENERALI (SP07)	Mappatura e analisi dei target e degli stakeholder di riferimento per B2B (buyers, importatori in fiere internazionali, distributori, grossisti di canale e GDO), per B2C (consumatori finali, stampa, lifestyle, opinion leader e influencer)	
	Realizzazione report dei dati raccolti	
	Misurazione ritorno investimento	
	Attività di comunicazione e ringraziamento post evento	
	Spese generali, di cui alle "Disposizioni comuni - Interventi non a superficie e/o a capo (Interventi non SIGC) - versione 1.1 (DRD n. 999 del 23.12.2024).	

QUADRO ECONOMICO GENERALE DEL PROGETTO

Codice spesa	Descrizione categoria di spesa	Tipologia di voce di spesa	Spesa imponibile escluso IVA	IVA %	Importo IVA	Spesa totale	Contributo max 70%	Preventivo di riferimento
Totale								

QUADRO ECONOMICO GENERALE DEL PROGETTO RIEPILOGATIVO

SPESA IMPONIBILE IVA ESCLUSA (€)	IMPORTO IVA (€)	SPESA CON IVA (€)	CONTRIBUTO RICHIESTO (€)	ALIQUOTA DI SOSTEGNO (%)

QUADRO ECONOMICO DEL PROGETTO (PER CIASCUN PARTNER¹)

Soggetto di spesa 2:

Codice spesa	Descrizione categoria di spesa	Tipologia di voce di spesa	Spesa imponibile escluso IVA	IVA %	Importo IVA	Spesa totale	Contributo max 70%	Preventivo di riferimento
Totale								

QUADRO ECONOMICO DEL PROGETTO RIEPILOGATIVO (PER CIASCUN PARTNER)

SPESA IMPONIBILE IVA ESCLUSA (€)	IMPORTO IVA (€)	SPESA CON IVA (€)	CONTRIBUTO RICHIESTO (€)	ALIQUOTA DI SOSTEGNO (%)

¹ Nel caso che il Beneficiario sia un Soggetto associativo, produrre un prospetto per il capofila e uno per ognuno dei partner



Descrizione delle azioni/attività/iniziative

Nell'ambito delle voci di spesa ammissibili, descrivere le attività/azioni che si intendono realizzare che devono fornire elementi specifici al fine di consentire anche una valutazione del rapporto tra costi e benefici delle attività pianificate. La descrizione deve riguardare ciascuna attività, nonché gli strumenti utilizzati per la loro esecuzione, indicandone il numero, il volume e/o le dimensioni nonché i costi unitari stimati, da riportare poi nell'allegato "Piano finanziario".

Per le voci di spesa relative a ciascuna attività/azione/spesa prevista, acquisire tre preventivi comparabili, contenenti informazioni puntuali sul fornitore, sulla modalità di esecuzione dell'attività (*piano di lavoro, figure professionali da utilizzare, tempi di realizzazione*) e sui costi unitari di realizzazione o, nel caso in cui non sia possibile disporre di tre preventivi intestati al proponente per i costi relativi a una o più attività, andrà allegata una dichiarazione sostitutiva di atto notorio ai sensi del DPR 445/2000 e ss.mm.ii. a firma del soggetto proponente nella quale si attesti l'impossibilità di individuare altri soggetti concorrenti in grado di fornire i servizi. Per ciascuna voce di spesa compilare l'allegato "Raffronto preventivi".



Epoca di realizzazione

(Indicare data/mese di svolgimento delle singole attività/iniziativa - Periodo di impegno complessivo richiesto dalla fase preparatoria a quella di conclusione del progetto, delle eventuali risorse interne impiegate, con dettaglio delle singole figure occorrenti)

Luogo di svolgimento Paese target:

in altro Stato UE in altra Regione in Campania

Descrizione sintetica delle motivazioni a supporto dei luoghi e destinatari/target previsti

Spese programmate per la realizzazione delle azioni ritenute necessarie al raggiungimento della finalità

Indicare Paese _____ Epoca presunta realizzazione _____

Codice spesa	Tipologia voce di spesa	Specifica dell'azione/attività/iniziativa/spesa	unità di misura	nr unità	Costo unitario	Importo	n. eventi e/o n. acquisti	Costo Totale
						-		-
						-		-
						-		-
						-		-
						-		-



							-		-
							-		-
							-		-
							-		-
							-		-
		-	-	-	-	-	-		-
		-	-	-	-	-	-		-
TOTALE									-

Raffronto preventivi

Azione/attività/spesa/iniziativa Voce di spesa	ID Preventivo	Numero preventivo	Data preventivo	Denominazione Fornitore	Imponibile	IVA	Importo	Preventivo selezionato	Breve relazione scelta preventivo
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		



							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		
							-		

Risultati attesi dalla realizzazione della specifica finalità ed indicatori di risultato

Altre informazioni ritenute utili e pertinenti

(Indicare qualsiasi altra informazione giudicata pertinente dal richiedente)



Allegato 1 - scheda analitica 1.2

CRONOPROGRAMMA INIZIATIVE/ATTIVITÀ PREVISTE DAL PROGETTO

Mese/anno di inizio ____/____

Mese/anno conclusione ____/____

Finalità a), b), c) o d)	Descrizione attività	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°	10°	11°	12°	13°	14°	15°	16°	17°	18°
		mese																	

Allegato 1 - Scheda 1.3

informazioni riepilogative proponente

SRG10 – Promozione dei prodotti di qualità

1. DATI IDENTIFICATIVI DEL PROPONENTE/CAPOFILA (in caso di ATI/ATS per ciascun partecipante va compilato un prospetto aggiuntivo e fornite le informazioni richieste in questa sezione).

Denominazione (denominazione completa da statuto /visura camerale) _____

CUAA _____ **ultimo aggiornamento fascicolo aziendale** (data) _____

C.F. _____ **Partita IVA** _____

Rappresentante legale _____

Sede Legale: Via _____, n. _____

Comune _____ (Prov.) _____

Sede Operativa: Via _____, n. _____

Comune: _____ (Prov.) _____

Telefono: _____ Fax: _____ Cell. _____

PEC _____

E-Mail _____

Atto Costitutivo e Statuto depositati presso _____

di _____ in data _____

Forma Giuridica (riportare la forma giuridica posseduta fra quelle indicate dal Bando al paragrafo 8.1.

Criteri di ammissibilità dei beneficiari)

Dati relativi al riconoscimento (se del caso, ad esempio per le OP o per i Consorzi, ecc.)

2. RAPPRESENTATIVITÀ DEL PROPONENTE

Regime di qualità previsto nel progetto (DOP, IGP, STG, biologico, ecc.) Ripetere su ogni riga per ciascun Regime previsto e per ciascuno dei prodotti previsti	Tipologia di prodotto certificato (es.: Pomodoro San Marzano DOP, Vino IGP Campania, ecc.)	N. totale di operatori aderenti al regime di qualità	N. operatori aderenti al partenariato di progetto ed attivi per lo specifico regime relativo al prodotto oggetto di promozione, con Aziende ubicate in			N. operatori aderenti al partenariato di progetto ed attivi per lo specifico regime relativo al prodotto oggetto di promozione, con Aziende ubicate in
			Regione Campania	In altra Regione	Totale (c + d)	
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
	TOTALI					

I dati riepilogativi riportati nella tabella precedente devono essere conformi a quelli indicati nell'allegato 6 – Elenco soci.

3. ORGANISMO DI CERTIFICAZIONE PER CIASCUNO DEI PRODOTTI PREVISTI

Prodotto _____ Organismo di Certificazione _____

4. CANALI DI VENDITA DEL RICHIEDENTE NEL MERCATO INTERNO ED ESTERNO *(in caso di ATI/ATS per ciascun partecipante va compilato un analogo prospetto aggiuntivo e fornite le informazioni richieste in questa sezione). Indicare i canali di vendita (industria, GDO, mercati generali, ecc.), il loro peso % attuale, gli attuali mercati di sbocco (Campania, altre Regioni, Stati UE ed extra UE).*

--

5. AMBITO TERRITORIALE DI REALIZZAZIONE DEGLI INTERVENTI

(Va compilata la tabella sotto riportata fornendo i seguenti elementi: Numero della SCHEDA ANALITICA 2.1 interessata; la città/regione/stato in cui si realizza)

Scheda analitica 2.1	AMBITO TERRITORIALE DI REALIZZAZIONE ATTIVITÀ		
	IN CAMPANIA <i>(indicare città, Comune, ecc.)</i>	ALTRA REGIONE <i>(Regione/Comune, città, ecc.)</i>	ALTRO STATO UE <i>(Stato/città, ecc.)</i>



6. PERIODO di SVOLGIMENTO E IMPORTO COMPLESSIVO DEL PROGETTO *(come da scheda 2.2 - cronoprogramma e scheda 2.1 - dettaglio finalità e relative spese)*

Data: inizio _____ conclusione _____

Importo complessivo della spesa proposta € _____

7. PARTECIPAZIONE DEL SOGGETTO PROPONENTE (o del 10% dei soggetti del raggruppamento)

AD ALMENO UN'INIZIATIVA REGIONALE DI PROMOZIONE IN UNO DEI DUE ANNI PRECEDENTI

L'EMANAZIONE DEL BANDO **SI** **NO**

8. ALTRE INFORMAZIONI PERTINENTI

(Indicare qualsiasi altra informazione giudicata pertinente dal proponente)

Allegato 1 - Scheda 1.4

Piano di finanziamento

INTERO PROGETTO

IMPORTI			
Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri	0,00% Contributo richiesto <i>Contributo comunitario richiesto/ Spesa totale progetto (0,00%)</i>

Per il capofila e per ogni partner

IMPORTI				Peso Percentuale sulla spesa totale intero progetto (0,00%)
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri	

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

IMPORTI			
Denominazione partner	Spesa totale	Contributo comunitario richiesto	Mezzi propri

Luogo e data,

Timbro e firma³

³ Soggetto capofila