

ALLEGATO G

INDICE

- 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. Strategia.
 - 4.3. Destinatari.
 - 4.4. Obiettivi.
 - 4.5. Contenuto dei messaggi da diffondere in relazione alle specifiche azioni intraprese.
 - 4.6. Descrizione Azioni e sub azioni
- 5. MONITORAGGIO DI ATTUAZIONE E MISURAZIONE DELL'IMPATTO PREVISTO**
- 6. PIANO FINANZIARIO**
- 7. PIANO DI FINANZIAMENTO**

ALLEGATO G

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 nonché il posizionamento del prodotto stesso sul mercato (fornendo la definizione della tipologia di prodotto in termini di politica del prezzo, utilizzando categorie come, ad esempio, "ultra premium", "premium", "commercial premium" o "non premium" e la definizione dell'immagine che il brand intende dare al consumatore con categorie come, ad esempio, "lusso", "luxury low cost", "low cost", "sostenibile", "naturale" etc...).
- 3.3. Il soggetto proponente deve indicare la durata del progetto, i luoghi in cui si svolgeranno le azioni e il cronoprogramma redatto secondo l'allegato I al presente decreto.

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. 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.
- 4.3. 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 (ad esempio, per istruzione o per censo o per stili di vita ecc...).
- 4.4. 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 essere strutturati con l'indicazione di indicatori di processo (come ad esempio, a titolo indicativo e non esaustivo, n. fiere previste/n. fiere realizzate, n. inserzioni pubblicitarie previste/n. inserzioni pubblicitarie realizzate ecc...) e indicatori di impatto, i quali devono fornire indicazioni circa le aspettative del soggetto proponente in termini di vendita e/o di valore e/o della conoscenza del brand.

Di tali indicatori di processo e di impatto si richiede di fornire una quantificazione puntuale delle aspettative.

Qualora il progetto sia destinato a diversi Paesi terzi o mercati dei Paesi terzi, è necessario fornire indicazioni circa gli obiettivi previsti (di processo e di impatto) 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.

ALLEGATO G

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 dettagliata di ciascuna azione e delle relative sub-azioni**, e relativa codifica coerente con quanto riportato nell'**allegato H** e nell'**allegato M** al Bando regionale (o con codifica coerente a quanto ivi indicato nel caso di sub-azioni non previste nell'allegato M), nonché degli strumenti utilizzati per la loro esecuzione, indicandone il numero, il volume e/o le dimensioni nonché i costi unitari stimati. Per ciascuna sub-azione si richiede di indicare gli indicatori di impatto, il target di riferimento e i contatti attesi.

5. MONITORAGGIO DI ATTUAZIONE E MISURAZIONE DELL'IMPATTO PREVISTO

In base agli indicatori di processo e di impatto indicati nel precedente paragrafo 4.4, descrivere il metodo o i metodi che dovranno essere utilizzati per monitorare il processo e per misurare l'impatto del programma.

Per i progetti pluriennali, il monitoraggio di attuazione e la misurazione dell'impatto sono effettuati ogni anno.

6. PIANO FINANZIARIO

Nella presentazione del piano finanziario incollare nel testo la tabella riportata nel foglio "Piano finanziario" dell'allegato H del Bando regionale (la tabella può essere incollata anche come immagine).

Tutti i valori espressi in euro e senza cifre decimali sono riportati al netto dell'IVA (salvo il caso di cui al comma 8 dell'art. 13 del Decreto ministeriale del 04/04/2019 n. 3893)

Se il progetto riguarda più Paese/Mercato terzo, le spese devono essere ripartite per Paese/Mercato terzo e per azione.

Occorre indicare separatamente per Paese/Mercato terzo le spese necessarie per le garanzie fideiussorie richieste dal Bando o dall'avviso del Ministero, che se non distinte contrattualmente, dovranno essere ripartite parametrando alla % di importo progettuale previsto per il medesimo Paese/Mercato terzo.

Occorre indicare separatamente per Paese/Mercato terzo le spese in capo al soggetto proponente, che se stimate forfettariamente, dovranno essere ripartite parametrando alla % di importo progettuale previsto per il medesimo Paese/Mercato terzo. Queste spese non possono comunque eccedere il 4% del totale importo del progetto presentato.

7. PIANO DI FINANZIAMENTO

Nella presentazione del piano di finanziamento incollare nel testo la tabella riportata nel foglio "Piano di finanziamento" dell'allegato H del Bando regionale (la tabella può essere incollata anche come immagine).

Il/la sottoscritto/a dichiara inoltre di essere informato/a, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 13 del Regolamento (UE) n. 2016/679 (GDPR) 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
