**ALLEGATO C**

(riferito all’articolo 6)

**SOTTO MISURA 3.2 – SOSTEGNO PER L’ATTIVITA’ DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE, SVOLTE DA ASSOCIAZIONI DI PRODUTTORI NEL MERCATO INTERNO DEL PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE 2014-2020 DELLA REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZA GIULIA.**

**PIANO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE**

1. **DESCRIZIONE DEL BENEFICIARIO E DEL PRODOTTO**
   1. **Tipologia di beneficiario**
   2. **Caratteristiche dei soci**
   3. **Tipologia del prodotto**
2. **OBIETTIVI DEL PROGETTO**
   1. **Descrizione degli obiettivi di progetto e quantificazione dei costi**
   2. **Modalità attuative delle azioni di informazione e promozione**
   3. **Grado di internazionalizzazione**
3. **ATTIVITA’ PREVISTE**
   1. **Iniziative di informazione**
   2. **Iniziative di promozione commerciale e pubblicitaria**
   3. **Spese generali**
4. **ULTERIORI INFORMAZIONI UTILI ALLA CORRETTA ATTRIBUZIONE DEI PUNTEGGI PREVISTI DAI CRITERI DI SELEZIONE**
5. **CRONOPROGRAMMA**
6. **QUADRO FINANZIARIO**
7. **SCELTA DEL FORNITORE**
8. **CONCLUSIONI**
9. **DESCRIZIONE DEL BENEFICIARIO E DEL PRODOTTO**
   1. **Tipologia del beneficiario**

Ragione sociale dell’Associazione e forma giuridica.

Data di costituzione.

Grado di rappresentatività ed aggregazione dell’associazione.

* 1. **Caratteristiche dei soci**

Nominativi e delle aziende socie, sede legale, numero di iscrizione alla Camera di Commercio.

Elenco delle aziende socie il cui titolare è giovane al primo insediamento in possesso dei requisiti previsti dal reg (UE) 1305/2013.

Elenco delle aziende socie con titolare o contitolare, con poteri di amministrazione ordinaria e straordinaria, o socio amministratore o legale rappresentante giovane.

Localizzazione della SAU prevalente delle aziende associate (area rurale e zona svantaggiata art 32 reg (UE) 1305/13).

* 1. **Tipologia del prodotto**

Regime di qualità o di certificazione oggetto del progetto di informazione e promozione.

In relazione al prodotto oggetto di promozione:

* Indicazione degli operatori che aderiscono ai regimi di qualità rientranti nell’ambito delle disposizioni attuative delle operazioni di cui al tipo di intervento 3.1 - adesione ai medesimi regimi
* Indicazione che il volume della produzione complessivo sia realizzato prevalentemente in regione Friuli Venezia Giulia

1. **OBIETTIVI DEL PROGETTO**
   1. **Descrizione degli obiettivi di progetto e quantificazione dei costi**

Descrizione sintetica degli obiettivi di progetto con evidenza dei costi distinguendo tra:

* Progetto di informazione
* Progetto di promozione commerciale e pubblicitaria
  1. **Modalità attuative delle azioni di informazione e promozione**
* Attivazione di azioni di promozione non convenzionali mediante metodi di comunicazione innovativi (ex ambient marketing, street marketing, ecc);
* realizzazione di azioni di informazione con utilizzo di tecnologie web "innovative" (e-mail, video-virali, programmi tell-a-friend, web 2.0, social network e blog on-line, utilizzo di banner, pop-up ed altre forme di promozione di tipo "Display Ads", utilizzo di dispositivi di connessione mobile ecc;);
* realizzazione o rifacimento di siti WEB integrati con la realizzazione di QR e/o App;
* realizzazione o rifacimenti di siti WEB
  1. **Grado di internazionalizzazione**

Delle azioni di promozione di cui al punto 3.2 “Iniziative di promozione commerciale e pubblicitaria” riportare i costi sostenuti per interventi svolti:

* In Paesi dell’Unione Europea ad esclusione dell’Italia;
* In Italia ad esclusione della Regione FVG;
* In Regione FVG.

1. **ATTIVITA’ PREVISTE**
   1. **Iniziative di informazione**

Sintetica descrizione delle seguenti attività proposte:

* realizzazione materiali a scopo informativo;
* realizzazione di incontri di studio, convegni, seminari e scambio di buone pratiche e visite dimostrative a carattere informativo presso enti, scuole, istituiti e aziende;
  1. **Iniziative di promozione commerciale e pubblicitaria**

Sintetica descrizione delle seguenti attività proposte:

* ricerche e analisi di mercato (report dei risultati dell’indagine);
* realizzazione di materiale promozionale;
* investimenti finalizzati allo studio di marchi, packaging o altre iniziative con finalità promozionale;
* realizzazione di eventi di carattere commerciale e pubblicitario rivolti anche ad altri operatori del settore quali buyer, giornalisti, ristoratori, opinion leader;
* partecipazione a fiere o eventi finalizzati ad ampliare gli sbocchi nel mercato.
  1. **Spese generali**

**4. ULTERIORI INFORMAZIONI UTILI ALLA CORRETTA ATTRIBUZIONE DEI PUNTEGGI PREVISTI DAI CRITERI DI SELEZIONE**

4.1 Criteri di carattere trasversale:

* Caratteristiche dei soci delle aziende associate – ricambio generazionale;
* Localizzazione;

4.2 Capacita’ di raggiungere gli obiettivi trasversali del programma:

* Regime di qualità o di certificazione oggetto delle azioni di informazione e promozione

4.3 Capacita’ dell’intervento di informare e promuovere:

* Grado di integrazione e tipologia degli interventi proposti;
* Livello di innovazione delle modalità attuative delle azioni di informazione e promozione;
* Grado di internazionalizzazione.
  1. Grado di rappresentativita’ e di aggregazione dell’associazione/organizzazione;

1. **CRONOPROGRAMMA**

Inserire nella tabella la tempistica di avanzamento delle attività.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N.** | **Tipologia di progetto** | **Spesa (euro)**  **6 mesi** | **Spesa (euro)**  **12 mesi** | **Spesa (euro)**  **18 mesi** | **Totale**  **(euro)**  **24 mesi** |
| **1** | **Iniziative di informazione** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **2** | **Iniziative di promozione commerciale e pubblicitaria** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| **3** | **Spese generali** |  |  |  |  |

1. **QUADRO FINANZIARIO**

Inserire nella tabella il dettaglio dei diversi interventi che compongono il progetto.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N.** | **Tipologia di progetto** | **Progetto** | **Importo al netto dell’IVA (euro)** | **Tot. Importo al netto dell’IVA (euro)** | **Totale IVA (euro)** |
| **1** | **Iniziative di informazione** |  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
| **2** | **Iniziative di promozione commerciale e pubblicitaria** |  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
| **3** | **Spese generali** |  |  |  |  |
| **TOTALE IMPONIBILE** | | | | (a) |  |
| **SOLO IVA AMMISSIBILE (non recuperabile)** | | | |  | (b) |
| **COSTO COMPLESSIVO AMMISSIBILE** | | | | (a+b) | |

1. **SCELTA DEL FORNITORE**

Riportare nella tabella gli estremi dei preventivi di spesa, la scelta del fornitore e l’eventuale motivazione.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N.** | **Tipologia di progetto** | **Progetto** | **Terna di preventivi** | **Preventivo scelto** | **Motivazione** |
| **1** | **Iniziative di informazione** |  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
| **2** | **Iniziative di promozione commerciale e pubblicitaria** |  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |
|  |  |
| **3** | **Spese generali** |  |  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **CONCLUSIONI**

Ulteriori considerazioni ritenute rilevanti.

Data, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Firma del Beneficiario

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_