Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale

“L’Europa investe nelle zone rurali”

Gruppo di Azione Locale

 “Riviera dei Fiori”

##### Tipologia di intervento 3.2.1.4.1 - Promozione e informazione dei prodotti agricoli e floricoli certificati nel mercato interno

**scheDa di progetto**

|  |  |
| --- | --- |
| Nome Progetto |  |
| Acronimo |  |

|  |
| --- |
| **1. TIPOLOGIA PROGETTO** |
| 1. Progetti di informazione rivolti al consumatore, compreso le giovani generazioni e le scuole (con riferimento agli studenti e agli insegnanti); | □ Scuole□ Consumatori |
| 2. Progetti di promozione rivolti agli operatori commerciali e dell’informazione. | □ Operatori dell'Informazione□ Operatori Commerciali |

|  |  |
| --- | --- |
| **2. IMPORTO PROGETTO** | Progetto particolare con tetto di spesa ammissibile fino a €. 150.000,00 |
| IMPORTO COMPLESSIVO | €. | □ |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| **3. NOME DEL BENEFICIARIO** |
|  |
| *Sede Legale* | *Indirizzo* |  |
| *Comune* |  | *Prov.* |  |
| *Codice Fiscale* |  | *Partita IVA* |  |
| *Posizione IVA del Beneficiario* |
| □ interamente detraibile ai sensi degli artt. 19, primo comma e 19 ter del D.P.R. 26.10.1977, n. 633; |
| □ parzialmente detraibile nella percentuale del % ai sensi dell’art. 19, comma 3 del citato D.P.R. n. 633/77; |
| □ non detraibile perché riguardante attività non rientranti nelle fattispecie di cui agli artt. 4 e 5 del citato D.P.R. n. 633 (esercizio di imprese, arti e professioni); |

|  |
| --- |
| **4. tipologia di BENEFICIARIO:** |
| Organizzazione di Produttori riconosciuta. Atto di Riconoscimento n. delda parte di: | **□** |
| Consorzio di tutela delle DOP (prodotti agroalimentari e vini)Riconoscimento MIPAAF n. del  | **□** |
| Gruppo di produttori riuniti in forma giuridico - societarie previste dal codice civile ovvero previste da leggi speciali (es. cooperative, consorzi, reti - soggetto et. al.). Specificare1: | **□** |
| Gruppo di produttori riuniti in forme organizzative create per la realizzazione del progetto attraverso raggruppamenti temporanei (es. Reti - contratto, associazioni temporanee di impresa o di scopo). Specificare1: | **□** |
|  Specificare la tipologia di soggetto, estremi di registrazione ed allegare elenco dei soggetti partecipanti. |
| *Nome e Cognome* *del Legale Rappresen.* |  |
| *Ubicazione sede Legale* | *Via*  |  |  *n. civico* |  |
| *Comune*  |  | *CAP* |  | *Provincia* |  |
| *Nato a* |  | il |  |
| *Tel. /Cell*. |  | Email |  |
| Ulteriori nominativi di riferimento |
| *Nome e Cognome* | *Cell* | *Email* |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **5. GRADO DI RAPPRESENTATIVITA' DEL PROPONENTE** |
| *Numero di produttori certificati , aderenti alle organizzazioni di produttori con sedi aziendali in LIGURIA*: |  |
| *Numero di produttori certificati e partecipanti suddivisi per provincia* |
| **GE** |  | **IM** |  | **SP** |  | **SV** |  |

|  |
| --- |
| **6. PRODOTTI INTERESSATI dal Progetto di Informazione e Promozione** |
| *Tipologia di prodotto1* | *Nome Certificazione2* | *n. Aziende Certificate aderenti all'OP richiedente* |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| 1 (Olio, Vino, Basilico, Ortaggi, Fiori, ..... specificare la tipologia)2 Specificare il nome della Certificazione |

|  |  |
| --- | --- |
| **7. Descrizione del progetto** |  |
| Paesi nei quali viene svolto il progetto |
| *STATO UE* | *Luogo svolgimento della/e Attività Progettuali1* | *Ambito di svolgimento della/e Attività Progettuali2* | *Tipologia Attività Progettuali* |
|  |  |  |  |
| *Analisi del mercato o dei mercati sui quali si intende realizzare il progetto, che attesti la conoscenza del comportamento del consumatore e dei canali di distribuzione (Max 500 parole)* |
|  |
|  |  |  |  |
| *STATO UE* | *Luogo svolgimento della/e Attività Progettuali1* | *Ambito di svolgimento della/e Attività Progettuali2* | *Tipologia Attività Progettuali* |
|  |  |  |  |
| *Analisi del mercato o dei mercati sui quali si intende realizzare il progetto, che attesti la conoscenza del comportamento del consumatore e dei canali di distribuzione (Max 500 parole)* |
|  |
|  |  |  |  |
| *STATO UE* | *Luogo svolgimento della/e Attività Progettuali1* | *Ambito di svolgimento della/e Attività Progettuali2* | *Tipologia Attività Progettuali* |
|  |  |  |  |
| *Analisi del mercato o dei mercati sui quali si intende realizzare il progetto, che attesti la conoscenza del comportamento del consumatore e dei canali di distribuzione (Max 500 parole)* |
|  |

1 Indicare il luogo geografico (Città, regione)

2Indicare l'ambito generale (manifestazione, salone, evento, raduno, ricorrenza, ecc.....) nel quale si realizzano le Attività progettuali. Nel caso il progetto non sfrutti alcun ambito predefinito indicare nello spazio **ambito progettuale esclusivo**

|  |
| --- |
| **Obiettivi, strategia, target***Indicare i motivi per i quali è stato presentato il progetto in relazione alla realtà produttiva del/dei beneficiari e le motivazioni specifiche adottate per l’individuazione dei Paesi e delle attività in relazione ai prodotti oggetto di promozione, anche sulla base di idonee analisi di mercato. (max 1000 parole)* |
|  |

|  |
| --- |
| **Attività di Progetto1** |
| n. | ATTIVITAnome' | Descrizione Dettagliata | Destinatari | Modalità di contatto e rapporto con i destinatari 4 |
| **1** |  |  | □ Operatori dell'Informazione2□ Operatori Commerciali□ Scuole3□ Consumatori |  |
| **2** |  |  | □ Operatori dell'Informazione2□ Operatori Commerciali□ Scuole3□ Consumatori |  |
| **3** |  |  | □ Operatori dell'Informazione2□ Operatori Commerciali□ Scuole3□ Consumatori |  |
| **4** |  |  | □ Operatori dell'Informazione2□ Operatori Commerciali□ Scuole3□ Consumatori |  |
| **5** |  |  | □ Operatori dell'Informazione2□ Operatori Commerciali□ Scuole3□ Consumatori |  |
|  |  |  |  |  |

*Aumentare il numero di attività nel caso*

**1** Per "**Attività Progettuali**" si intende quell'insieme di azioni (attività) unitarie, comprendenti generalmente più voci di costo, finalizzate a creare un singolo evento o prodotto individuabile e definito(es. Partecipazione ad una Fiera, Predisposizione di una campagna informativa mirata ecc...);

2 Distinguere, nella descrizione dettagliata, se si tratta di campagne pubblicitarie sui media e social media o di azioni di presentazione-illustrazione a giornalisti, o altro.

3Distinguere nelle descrizione dettagliata, se si tratta di azioni rivolte agli alunni, di informazione agli insegnanti, altro.

4Descrivere attraverso quali canali sono stati individuati i destinatari e eventuali intermediari con rispettivo ruolo *(max 1000 parole)*

|  |
| --- |
| **Elementi e contenuti della informazione promozionale***(max 500 parole)* |
|  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Data inizio Progetto** | **Data di fine progetto** | **durata in mesi** |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| **CRONOPROGRAMMA del Progetto** |
| *Anno*  | Gen.1 | Feb. | Mar. | Apr. | Mag | Giu. | Lug. | Ago | Sett. | Ott. | Nov | Dic. |
| Attività 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Attività 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Attività 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Attività 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Attività 5 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Attività ... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1 Modificare il cronoprogramma sulla base delle date di inizio e fine progetto

|  |
| --- |
| **8. ALTRE INFORMAZIONI PERTINENTI**  |
| Indicare qualsiasi altra informazione giudicata pertinente dal richiedente. |
|  |

*Ulteriori Specifiche alle Attività di progetto*

Nel caso di partecipazione a fiere, mostre e workshop occorre precisare nel dettaglio:

* paese in cui si svolge la manifestazione, data e durata;
* tipologia di manifestazione;
* numero di espositori che hanno partecipato alla manifestazione nell’edizione precedente (dati);
* contatti già consolidati o da avviare con importatori/distributori nel Paese in cui si svolge la manifestazione (elenco);
* carattere internazionale o nazionale della manifestazione fieristica che deve essere rivolta principalmente agli operatori di settore di interesse (specificare l'ambito di ricaduta promozionale e economico /commerciale della manifestazione);
* risultati attesi (documentabili e verificabili);
* ogni altra indicazione ritenuta utile.

Nel caso di incoming e accompagnamento mirato di gruppi

* modalità di reclutamento del gruppo;
* referenze dei partecipanti attinenti allo scopo della iniziativa;
* modalità e strumenti di gestione/verifica del gruppo durante lo svolgimento dell'iniziativa;
* modalità di contatto con il gruppo post iniziativa;

Nel caso di promozione presso la GDO e canali Ho.Re.Ca.:

* catena di distribuzione e/o ristorazione nel territorio nazionale o unionale nella quale si intende effettuare la promozione;
* tipologia di punti vendita (iper, super, cash & carry, ecc.) e/o ristorazione sui quali si intende effettuare la promozione;
* affluenza media settimanale;
* tipologia di prodotto /i oggetto della promozione;
* generalità sul target della clientela;
* numero di punti vendita sui quali l’anno precedente si è commercializzata la produzione;
* presenza nel punto vendita del prodotto durante la campagna promozionale;
* specificare il caso di ricorso alla cartellonistica esterna allo specifico luogo di promozione;
* indicazione sull’ubicazione o areale urbano degli spazi pubblicitari;
* inizio presunto della campagna di comunicazione e durata della stessa;
* stima sul costo contatto;
* ogni altra indicazione ritenuta utile.

Nel caso di comunicazione sulle riviste:

* certificato ADS (Accertamento Diffusione Stampa) della testata o dichiarazione dell’Editore che attesti:
* numero di copie diffuse e numero di lettori;
* diffusione geografica della testata o della rivista;
* dati relativi all’individuazione del target scelto;
* motivazioni relati alla scelta del target.
* Group di riferimento;

Nel caso di comunicazione e/o pubblicità su reti televisive:

* dati relativi agli ascolti rilevati da apposite società (Auditel ed altre);
* concessione governativa dell'emittente e la relativa copertura territoriale;
* prezzario con l’indicazione dei costi relativi a singoli spot firmato dal rappresentante legale;
* stima del valore generato dalla comunicazione.

Nel caso di piattaforme internet:

* indicazione sul target (consumatori e/o buyer e/o distributori e/o opinion maker e/o operatori specializzati del trade);
* motivazioni di marketing finalizzate al tipo di target individuato;
* specifica del sistema - strumento utilizzato/i per la diffusione informativa su piattaforma internet;
* durata mantenimento hosting;
* formula di gestione della piattaforma (diretta da parte del proponente o in affidamento a terzi)
* risultati attesi (documentabili e verificabili);