**ALLEGATI**

1. Dichiarazione sostitutiva relativa alla condizione di essere impresa di dimensione media, micro o piccola in base al Reg. (UE) n. 702/2014 con i relativi dati necessari e Definizione di microimprese, medie e piccole imprese di cui all' allegato i al Reg. (UE) n. 702/2014
2. Gestione dei flussi finanziari e modalità di pagamento
3. Dichiarazione sul rispetto del regime “De Minimis”.
4. Imposta di Bollo
5. Relazione tecnica
6. Quadro di raffronto dei preventivi di spesa
7. Autovalutazione relativa al possesso delle priorità e relativi punteggi
8. Elenco dei comuni dell’Area Leader del GAL Valli Marecchia e Conca
9. Mandato per la compilazione e la trasmissione telematica di istanze/dichiarazioni/ comunicazioni di competenza della Regione Emilia-Romagna.
10. Disciplinare d’uso del brand Valli Marecchia Conca

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato A -** Dichiarazione sostitutiva relativa alla condizione di essere impresa di dimensione micro o piccola o media in base al Reg. (UE) n. 702/2014

**DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA PARAMETRI DIMENSIONALI**

(Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa D.P.R. n. 445/2000)

(DA COMPILARE DA PARTE DELL’IMPRESA SINGOLA O ASSOCIATA)

Il sottoscritto *(cognome e nome)* ………………………………………………….……………………………………………………

Nato a:…………………………………………………………………………………………..(Prov. ………..), il ……………….…………

Residente a………………………………………………………………………………………… Prov. (……..), CAP ………..……..,

Via …………………………………………………………………………………………………………………………..…., N°………………,

* ai fini dell’ottenimento degli aiuti previsti dall’Avviso“Promozione Brand e Territorio”, attivato ai sensi della Azione specifica 19.2.02.05 del Piano di Azione Locale del GAL Valli Marecchia e Conca;
* e ai sensi degli artt. 46 e 47 del DPR n. 445 del 28 febbraio 2000 e consapevole delle conseguenze previste dagli artt. 75 e 76 del Decreto medesimo per chi attesta il falso, sotto la propria responsabilità

DICHIARA

1. che l’impresa richiedente, ai fini dell’accertamento dei requisiti dimensionali di cui alla Raccomandazione della Commissione Europea n° 2003/361/CE del 6/05/2003, rientra nei limiti di micro, piccola o media impresa;
2. che l’impresa richiedente, non si trova in stato fallimentare o con procedura di liquidazione o di concordato preventivo in corso o di amministrazione controllata o stati equivalenti;

Luogo e data firma legale rappresentante \_\_\_\_\_\_

**N.B.**

**Al fine di verificare il rispetto del limite di fatturato, nel caso di imprese che in base alla normativa vigente sono tenute a presentare il bilancio societario, di deve allegare copia dell’ultimo bilancio disponibile, completa di tutte le relazioni previste.**

**Negli altri casi si deve allegare ultima dichiarazione dei redditi del titolare o di ogni socio dell’impresa**

**DEFINIZIONE DI MICROIMPRESE E PICCOLE IMPRESE DI CUI ALL' ALLEGATO I AL REG. (UE) 702/2014**

**Impresa**

Si considera impresa ogni entità, indipendentemente dalla forma giuridica rivestita, che eserciti un'attività economica. In particolare, sono considerate tali le entità che esercitano un'attività artigianale o altre attività a titolo individuale o familiare, le società di persone o le associazioni che esercitano regolarmente un'attività economica.

**Effettivi e soglie finanziarie che definiscono le categorie di imprese**

1. La categoria delle microimprese e delle piccole e medie imprese (PMI) è costituita da imprese che occupano meno di 250 persone, il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di EUR e/o il cui totale di bilancio annuo non supera i 43 milioni di EUR.

2. All'interno della categoria delle PMI, si definisce piccola impresa un'impresa che occupa meno di 50 persone e realizza un fatturato annuo e/o un totale di bilancio annuo non superiori a

10 milioni di EURO.

3. All'interno della categoria delle PMI, si definisce microimpresa un'impresa che occupa meno di 10 persone e realizza un fatturato annuo e/o un totale di bilancio annuo non superiore a 2 milioni di EURO.

**Tipi di imprese considerati ai fini del calcolo degli effettivi e degli importi finanziari**

1. Si definisce «impresa autonoma» qualsiasi impresa non classificata come impresa associata ai sensi del paragrafo 2 oppure come impresa collegata ai sensi del paragrafo 3.

2. Si definiscono «imprese associate» tutte le imprese non classificate come imprese collegate ai sensi del paragrafo 3 e tra le quali esiste la relazione seguente: un'impresa (impresa a monte) detiene, da sola o insieme a una o più imprese collegate ai sensi del paragrafo 3, almeno il 25 % del capitale o dei diritti di voto di un'altra impresa (impresa a valle).

Un'impresa può tuttavia essere definita autonoma, dunque priva di imprese associate, anche se viene raggiunta o superata la soglia del 25 %, qualora siano presenti le categorie di investitori elencate qui di seguito, a condizione che tali investitori non siano individualmente o congiuntamente collegati ai sensi del paragrafo 3 con l'impresa in questione:

* 1. società pubbliche di partecipazione, società di capitale di rischio, persone fisiche o gruppi di persone fisiche esercitanti regolare attività di investimento in capitali di rischio che investono fondi propri in imprese non quotate («business angels»), a condizione che il totale investito dai suddetti «business angels» in una stessa impresa non superi 1 250 000 EUR;
	2. università o centri di ricerca senza scopo di lucro;
	3. investitori istituzionali, compresi i fondi di sviluppo regionale;
	4. autorità locali autonome aventi un budget annuale inferiore a 10 milioni di EUR e meno di 5 000 abitanti.

3. Si definiscono «imprese collegate» le imprese fra le quali esiste una delle relazioni seguenti:

1. un'impresa detiene la maggioranza dei diritti di voto degli azionisti o soci di un'altra impresa;
2. un'impresa ha il diritto di nominare o revocare la maggioranza dei membri del consiglio di amministrazione, direzione o sorveglianza di un'altra impresa;
3. un'impresa ha il diritto di esercitare un'influenza dominante su un'altra impresa in virtù di un contratto concluso con quest'ultima oppure in virtù di una clausola dello statuto di quest'ultima;
4. un'impresa azionista o socia di un'altra impresa controlla da sola, in virtù di un accordo stipulato con altri azionisti o soci dell'altra impresa, la maggioranza dei diritti di voto degli azionisti o soci di quest'ultima.

Sussiste una presunzione che non vi sia influenza dominante qualora gli investitori di cui al paragrafo 2, secondo comma, non intervengano direttamente o indirettamente nella gestione dell'impresa in questione, fermi restando i diritti che essi detengono in quanto azionisti.

Le imprese fra le quali intercorre una delle relazioni di cui al primo comma per il tramite di un'altra impresa, o di diverse altre imprese, o degli investitori di cui al paragrafo 2, sono anch'esse considerate imprese collegate.

Le imprese fra le quali intercorre una delle suddette relazioni per il tramite di una persona fisica o di un gruppo di persone fisiche che agiscono di concerto sono anch'esse considerate imprese collegate, a patto che esercitino le loro attività o una parte delle loro attività sullo stesso mercato rilevante o su mercati contigui.

Si considera «mercato contiguo» il mercato di un prodotto o servizio situato direttamente a monte o a valle del mercato rilevante.

4. Salvo nei casi contemplati al paragrafo 2, secondo comma, un'impresa non può essere considerata una PMI se almeno il 25 % del suo capitale o dei suoi diritti di voto è controllato direttamente o indirettamente da uno o più enti pubblici, a titolo individuale o congiuntamente.

5. Le imprese possono dichiarare il loro status di impresa autonoma, associata o collegata nonché i dati relativi alle soglie di cui all'articolo 2. Tale dichiarazione può essere resa anche se la dispersione del capitale non permette l'individuazione esatta dei suoi detentori, dato che l'impresa può dichiarare in buona fede di supporre legittimamente di non essere detenuta al 25 %, o oltre, da una o più imprese collegate fra di loro. La dichiarazione non pregiudica i controlli o le verifiche previsti dalle normative nazionali o dell'Unione.

**Dati utilizzati per il calcolo degli effettivi e degli importi finanziari e periodo di riferimento**

1. I dati impiegati per calcolare gli effettivi e gli importi finanziari sono quelli riguardanti l'ultimo esercizio contabile chiuso e vengono calcolati su base annua. Essi sono presi in considerazione a partire dalla data di chiusura dei conti. L'importo del fatturato è calcolato al netto dell'imposta sul valore aggiunto (IVA) e di altri diritti o imposte indirette.

2. Se alla data di chiusura dei conti un'impresa constata di aver superato su base annua le soglie degli effettivi o le soglie finanziarie di cui all'articolo 2, o di essere scesa al di sotto di tali soglie, essa perde o acquisisce la qualifica di media, piccola o microimpresa solo se questo superamento avviene per due esercizi consecutivi.

3. Se si tratta di un'impresa di nuova costituzione i cui conti non sono ancora stati chiusi, i dati in questione sono oggetto di una stima in buona fede ad esercizio in corso.

**Effettivi**

Gli effettivi corrispondono al numero di unità lavorative/anno (ULA), ovvero al numero di persone che, durante tutto l'esercizio in questione, hanno lavorato nell'impresa o per conto di essa a tempo pieno. Il lavoro dei dipendenti che non hanno lavorato durante tutto l'esercizio oppure che hanno lavorato a tempo parziale, a prescindere dalla durata, o come lavoratori stagionali, è contabilizzato in frazioni di ULA. Gli effettivi sono composti:

* 1. dai dipendenti;
	2. dalle persone che lavorano per l'impresa, in posizione subordinata, e, per la legislazione nazionale, sono considerati come gli altri dipendenti dell'impresa;
	3. dai proprietari gestori;
	4. dai soci che svolgono un'attività regolare nell'impresa e beneficiano di vantaggi finanziari da essa forniti.

Gli apprendisti con contratto di apprendistato o gli studenti con contratto di formazione non sono contabilizzati come facenti parte degli effettivi. La durata dei congedi di maternità o dei congedi parentali non è contabilizzata.

**Determinazione dei dati dell'impresa**

1. Nel caso delle imprese autonome, i dati, compresi quelli relativi al numero degli effettivi, vengono determinati esclusivamente in base ai conti dell'impresa stessa.

2. Per le imprese associate o collegate, i dati, inclusi quelli relativi al calcolo degli effettivi, sono determinati sulla base dei conti e di altri dati dell'impresa oppure, se disponibili, sulla base dei conti consolidati dell'impresa o di conti consolidati in cui l'impresa è ripresa tramite consolidamento.

Ai dati di cui al primo comma si aggregano i dati delle eventuali imprese associate dell'impresa in questione, situate immediatamente a monte o a valle di quest'ultima. L'aggregazione è effettuata in proporzione alla percentuale di partecipazione al capitale o alla percentuale di diritti di voto detenuti (la più elevata fra le due). Per le partecipazioni incrociate, si applica la percentuale più elevata.

Ai dati di cui al primo e al secondo comma si aggiunge il 100 % dei dati relativi alle eventuali imprese direttamente o indirettamente collegate all'impresa in questione che non siano già stati ripresi nei conti tramite consolidamento.

3. Ai fini dell'applicazione del paragrafo 2, i dati delle imprese associate dell'impresa in questione risultano dai loro conti e da altri dati, consolidati se disponibili in tale forma. A tali dati si aggiunge il 100 % dei dati relativi alle imprese collegate alle imprese associate in questione che non siano già stati ripresi nei conti tramite consolidamento.

Ai fini dell'applicazione del paragrafo 2, i dati delle imprese associate dell'impresa in questione risultano dai loro conti e da altri dati, consolidati se disponibili in tale forma. Ad essi vengono aggregati in modo proporzionale i dati delle eventuali imprese associate di tali imprese collegate situate immediatamente a monte o a valle di queste ultime, se non sono già stati ripresi nei conti consolidati in proporzione almeno equivalente alla percentuale definita al paragrafo 2, secondo comma.

4. Se dai conti consolidati non risultano i dati relativi agli effettivi di una determinata impresa, il calcolo di tali dati si effettua aggregando in modo proporzionale i dati relativi alle imprese cui essa è associata e aggiungendo quelli relativi alle imprese con le quali essa è collegata.

**Allegato B**- GESTIONE DEI FLUSSI FINANZIARI E MODALITÀ DI PAGAMENTO

Al fine di rendere trasparenti e documentabili tutte le operazioni finanziarie connesse alla realizzazione degli interventi, per sostenere le spese inerenti il progetto approvato potranno essere utilizzati esclusivamente conti bancari o postali intestati al soggetto beneficiario. Non sono ammissibili pagamenti provenienti da conti correnti intestati a soggetti terzi, neppure nel caso in cui il beneficiario abbia la delega ad operare su di essi.

Con riferimento alle spese sostenute oggetto di contributo, nell’ambito del controllo amministrativo saranno verificate le fatture originali detenute dal beneficiario e/o la documentazione contabile e bancaria equivalente e collegata. Saranno inoltre intraprese azioni per prevenire che le fatture e/o documenti contabili equivalenti possano, per errore o per dolo, essere presentate a rendicontazione sul medesimo o su altri Programmi, cofinanziati dall’Ue o da altri strumenti finanziari.

Per effettuare i pagamenti potranno essere utilizzate **esclusivamente** le seguenti modalità:

1) **Bonifico o ricevuta bancaria (Riba).** Il beneficiario deve produrre la documentazione attestante l’effettuazione del bonifico o il pagamento della Riba, con riferimento a ciascuna fattura rendicontata. Tale documentazione, rilasciata dall’istituto di credito anche nelle forme previste per le operazioni effettuate in modalità “home banking”, dalla quale tra l’altro risulti la data ed il numero della transazione eseguita, deve essere chiaramente riconducibile alla pertinente fattura i cui riferimenti devono comparire nella causale.

L’estratto conto rilasciato dall’istituto di credito di appoggio, ove sono elencate le scritture contabili eseguite, dovrà comunque essere messo a disposizione nel corso dei controlli amministrativi.

Qualora l’ordine di pagamento preveda una data di esecuzione differita, il momento del pagamento è individuato nella data di esecuzione dell’ordine.

2) **Carta di credito e/o bancomat.** Fermo restando quanto sopra indicato circa l’intestazione del conto di appoggio e la data di esecuzione del pagamento, tale modalità può essere accettata, purché il beneficiario produca documentazione idonea a ricondurre inequivocabilmente il pagamento alla pertinente fattura. Non sono comunque ammessi pagamenti tramite carte prepagate.

Nel caso particolare di **pagamento tramite finanziaria**, la spesa si considera sostenuta direttamente dal beneficiario, ancorché l'importo non transiti sul suo conto corrente, ma sia direttamente trasmesso dall'istituto che eroga il prestito al fornitore del bene oggetto del contributo, esclusivamente qualora si riscontrino almeno le seguenti condizioni nel contratto con il quale il beneficiario si impegna a rimborsare il prestito in rate posticipate a mezzo di "Cambiali Agrarie" calcolate in base al tasso d'interesse pattuito:

* l'ordine di pagamento nei confronti del fornitore è dato dal beneficiario stesso alla banca erogatrice del prestito,
* il bene risulta di proprietà del beneficiario e nessun privilegio speciale ex art. 46 viene istituito sul bene medesimo oggetto dell'acquisto cui è espressamente finalizzato il prestito, ma unicamente il privilegio legale (ex art. 44 del d.lgs 385/93) sui beni aziendali.

I beni acquistati devono essere nuovi e privi di vincoli o ipoteche.

Sulle relative fatture deve essere indicato con chiarezza l’oggetto dell’acquisto e, in funzione della tipologia del bene, il numero seriale o di matricola.

Non sono in ogni caso riconoscibili spese per l’acquisizione di beni mediante contratti di “locazione finanziaria” o leasing.

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato C** – Dichiarazione sul rispetto del regime “De Minimis”

**Dichiarazione sul rispetto del regime “de minimis”**

**Il sottoscritto** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Codice Fiscale** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Indirizzo \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Numero Civico \_\_\_\_\_\_\_

C.A.P. \_\_\_\_\_\_\_ Comune \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_\_

Telefono \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Titolare o socio dell’impresa denominata** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nel rispetto di quanto previsto dai seguenti Regolamenti della Commissione europea:

- Regolamento n. 1407/2013 *de minimis* generale;

- Regolamento n. 1408/2013 *de minimis* nel settore agricolo;

- Regolamento n. 717/2014 *de minimis* nel settore della pesca;

- Regolamento n. 360/2014 *de minimis* SIEG.

**INFORMATO CHE**

- le agevolazioni richieste con la presente domanda sono soggette alle limitazioni e alle indicazioni contenute nel Reg. (UE) n. 1408/2013[[1]](#footnote-1);

- non è consentito il cumulo dell’agevolazione concessa con altre agevolazioni pubbliche ottenute per gli stessi scopi contributivi;

**DICHIARA**

 *(barrare con una* ***X*** *e compilare le caselle interessate, ove necessario)*

* che l'impresa non è controllata né controlla, direttamente o indirettamente, altre imprese;
* che l'impresa controlla, anche indirettamente, le seguenti imprese aventi sede legale in Italia:

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

* che l'impresa è controllata, anche indirettamente, dalle seguenti imprese aventi sede legale o unità operative in Italia:

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

* di aver verificato, il proprio stato dei contributi in regime de minimis alla data del \_\_/\_\_/2020 sui seguenti siti:

 <https://www.rna.gov.it/sites/PortaleRNA/it_IT/trasparenza>

<https://www.sian.it/GestioneTrasparenza/>

* di non aver percepito dal 01/01/2017 contributi in regime “de minimis”;
* di **aver percepito** aiuti “de minimis” dal 01/01/2017 secondo quanto sotto riportato:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Impresa a cui è stato concesso il *de minimis* | Ente concedente | Riferimento normativo / amministrativo che prevede l'agevolazione | Provvedimento di concessione e data | Reg. (UE) *de minimis****\**** | Importo dell'aiuto *de minimis* |
| Concesso | Effettivo |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**\***Indicare:

**A)** per aiuti riferiti al Reg. (UE) n. 1407/2013 *de minimis* generale,

**B)** per aiuti riferiti al Reg. (UE) n. 1408/2013 *de minimis* nel settore agricolo,

**C)** per aiuti riferiti al Reg. (UE) n. 717/2014 *de minimis* nel settore della pesca,

**D)** per aiuti riferiti al Reg. (UE) n. 360/2014 *de minimis* SIEG

**e si impegna a comunicare gli ulteriori aiuti "de minimis" ottenuti tra la data della presente dichiarazione e la concessione del contributo a valere sul Programma oggetto della domanda.**

Data Legale rappresentante

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato D** – Imposta di Bollo

Il sottoscritto, \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

CUAA\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

allega alla domanda di cui Azione 19.2.02.05: “Promozione brand e territorio” la seguente marca da bollo, annullata in data \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Marca da bollo

La presente marca da bollo non è già stata utilizzata né sarà utilizzata per qualsiasi altro adempimento, e sarà resa disponibile in fase di verifica finale del progetto.

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

 (firma)

*Il presente modulo, quale parte integrante e sostanziale della domanda, dovrà essere sottoscritto secondo le indicazioni del paragrafo 14 “Modalità di presentazione delle domande di sostegno” ed allegato alla domanda sul sistema operativo AGREA in formato pdf*

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato E** – SCHEMA RELAZIONE TECNICA

**RAGIONE SOCIALE**

Partita IVA ………………………………………………..

Codice ATECO …………………………………………….

In caso di Associazioni: specificare il tipo di Associazione ed eventuali codici di registrazione ai codici regionali …………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

**SEDE AZIENDALE o dell’ASSOCIAZIONE**

Comune.................................................................................................................................................. Prov....................Via.....................................................n°....................

**SEDE OPERATIVA**

Comune.................................................................................................................................................. Prov....................Via.....................................................n°....................

**CONTATTI:**

persona di riferimento: …………………………………………………………………………………

telefono fisso: ……………………..……………………/

cellulare: …………………………………

e-mail: ……………………………………………………………………….…

Fax………………………………………………………………………………..

posta elettronica certificata (obbligatorio) :………………………………………..

**DESCRIZIONE DEL SOGGETTO PROPONENTE**

*(caratteristiche dell'impresa proponente, delle eventuali altre imprese in caso di Associazioni, descrizione di eventuali enti pubblici sostenitori del progetto e le sinergie tra i diversi soggetti coinvolti nel progetto direttamente e/o indirettamente) – Allegare eventuali lettere di intenti con riferimento ai criteri di valutazione al fine dell’attribuzione del punteggio):*

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................………………………….............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

**DESCRIZIONE DETTAGLIATA DEL PROGETTO**

**in particolare dovranno essere descritti:**

**CARATTERI GENERALI**

**OBIETTIVI GENEARALI**

**RAPPORTO CON LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E DEL BRAND VALLI MARECCHIA E CONCA**

**TEMPI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO:** (max.24 mesi) ………………………………………..

**Strategia promozionale: Annuale □ Biennale □**

**Cronoprogramma generale**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Azioni** | **1° annualità** | **2° annualità** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

PROGETTI VOLTI ALLA PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE INTEGRATA TRA PRODOTTI TURISTICI E PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI SI **□** NO **□**

Strategia di promo-commercializzazione integrata tra aziende del settore agricolo e/o agroalimentare e imprese operanti nel turistico:

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

Imprese/aziende coinvolte:

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

**AZIONI PREVISTE (PER CIASCUNA)**

**OBIETTIVI SPECIFICI, COSTI, CRONOPROGRAMMA, TARGET SPECIFICI, MEZZI E/O CANALI DIVULGATIVI, MERCATI DI RIFERIMENTO (REGIONALI, NAZIONALI, ESTERI) motivandone e dettagliandone la scelta, INDICI DI VALUTAZIONE E RISULTATI ATTESI;**

*(n.b.: indicazione degli obiettivi del PI che devono essere coerenti con quelli di cui al paragrafo 5 “Obiettivi dell’azione” del presente bando, descrizione degli interventi proposti in linea con le tipologie di intervento specificate al Par. 10 e delle modalità con cui si intende raggiungere gli obiettivi citati)*

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………..............

**DESCRIZIONE IMPORTI PER PRINCIPALI CATEGORIE DI SPESA**

Indicare gli importi in corrispondenza delle categorie di spesa ammissibili: *(si richiede di ricondurre le spese secondo la seguente tabella che riporta le voci nell’elenco delle spese sul sistema informatico SIAG in relazione al presente Bando facendo riferimento alle voci di costo dei computi metrici e costi indicati nei preventivi allegati)*

Le tipologie di spese sono quelle elencate nel capitolo 11 del bando.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ATTIVITA’** | **Categorie di spesa** | **Indicazione delle singole voci di spesa** | **Importo** (IVA escl.) euro |
| **Ideazione, realizzazione e diffusione di Campagne/Azioni di marketing e promozionali**  | Elaborazione tecnica e grafica, ideazione di testi, traduzione, stampa, riproduzione su supporti cartacei e/o multimediali di **spot e video, di immagini fotografiche o di materiale informativo e/o di raccolta dati** |  |  |
|  |  |
| Ideazione, riproduzione e acquisto di **gadget e materiale promozionale personalizzato** |  |  |
| Acquisto e sviluppo di **siti web e di applicazione informatiche** legate al progetto specifico |  |  |
|  |  |
| Acquisto di **spazi pubblicitari e publi-redazionali** su media-stampa-internet |  |  |
|  |  |
| **Cartellonistica e affissioni** |  |  |
| **Eventi e allestimenti promozionali specificamente organizzati** per questa attività di co-marketing |  |  |
|  |  |
| **Partecipazione a fiere** (ad esclusione di quelle in cui siano già presenti APT Emilia-Romagna o Destinazione Romagna) e programmi televisivi |  |  |
|  |  |
| **Altre spese collegabili** a campagne promozionali (specificare aggiungendo righe) |  |  |
|  |  |
| **Spese generali/tecniche***(N.B. nella misura max del 10% dei costi ritenuti ammissibili)* | **Spese generali/tecniche** (progettazione azione e consulenze marketing) |  |  |
| **Totale** |  |  |  |
| **Contributo richiesto (….. %)**  |  |  |  |

Luogo e data firma legale rappresentante \_\_\_\_\_\_

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato F** - **Quadro di raffronto dei preventivi di spesa**

Denominazione impresa

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ACQUISTI****PREVENTIVI****(descrizione della voce)** | **1° preventivo** di raffronto | **2° preventivo** di raffronto | **3° preventivo** di raffronto | **Preventivo prescelto**  |
| DittaN. preventivoData | Importo | DittaN. preventivoData | Importo | DittaN. preventivoData | Importo |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

In relazione a quanto sopra si ritiene di procedere con:

per le seguenti motivazioni:

Luogo e data \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Firma del legale rappresentante \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Timbro e firma Tecnico \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato G** - **Autovalutazione relativa al possesso delle priorità e relativi punteggi** (par. 15 del bando)

|  |  |
| --- | --- |
| **CRITERI RIFERITI AI BENEFICIARI** | Punti |
| 15.1 | Progetto presentato da associazioni | 3 |
| 15.2 | Progetto presentato da imprese individuali in cui il titolare sia un giovane imprenditore (Per la verifica della veridicità di questo punteggio dovrà essere allegato l’atto costitutivo della società) | ~~4~~ |
|  |  |  |
| **CRITERI RIFERITI AL PIANO DEGLI INTERVENTI** | **Punti** |
| 15.3 | *Presenza di una strategia di promozione e marketing pluriennale:*con tale parametro si vogliono premiare i soggetti in grado di presentare un’articolata proposta di progetto per annualità che sia parte integrante di un ambito di programmazione strategica biennale. | 5 |
| 15.4 | *Azioni sul web:*questo parametro è la fotografia dell’esposizione progettuale sul versante “internet, social, e-commerce”. Si ritiene strategica questa tipologia di investimento, in particolar modo per l’impatto sul mercato e sui target di domanda che, in modo sempre più significativo utilizzano la “rete” per la scelta di prodotti e vacanze. Un elemento “testimonial” dell’attenzione al web è sicuramente lo sviluppo azioni di marketing multilingue, dedicati quindi anche al mercato estero. La presenza di azioni/materiali solo in lingua italiana è elemento sintomatico non positivo. | Lingua italiana: 5 pt.Almeno una seconda lingua: 8 pt. |
| 15.5 | Progetti volti alla promo-commercializzazione integrata tra prodotti turistici e prodotti agro-alimentari (tale criterio deve essere dimostrato nella descrizione della relazione tecnica oltre ad avere lettere di intenti di partecipazione al progetto da parte di aziende del settore agricolo e/o agroalimentare e di imprese operanti nel turistico) | 5 |
| 15.6 | Progetti con importi maggiori di € 20.000 | 5 |
| 15.7 | *Promozione tramite eventi sportivi e/o culturali* Progetti finalizzati alla promozione dei prodotti/servizi tramite eventi sportivi (bike, trekking, running et al.) e/o culturali (es. mostra fotografiche, et al.) dedicati, che si realizzano esclusivamente nel territorio dell’area Leader. | 5 |
| 15.8 | Promozione prodotti inseriti nell’*Elenco prodotti agro-alimentari tradizionali dell’Emilia-Romagna*, propri del territorio GAL. | 5 |

Il punteggio minimo da conseguire con i “Criteri riferiti al Piano di Investimenti (PI)” è pari a **12** punti, non saranno ritenuti ammissibili PI il cui punteggio è inferiore a 11.

A parità di punteggio sarà data preferenza a iniziative di imprese a prevalente partecipazione femminile e condotte da giovani imprenditori.

**Descrivere gli elementi informativi di dettaglio per l’attribuzione dei criteri di priorità sopra riportati** *(di cui al paragrafo 15 “Modalità di assegnazione delle priorità”)*

….......................................................................................................…………………………...............

….......................................................................................................…………………………..............

….......................................................................................................…………………………...............

Luogo e data firma legale rappresentante

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato H** - **Elenco dei comuni dell’Area Leader del GAL Valli Marecchia e Conca con l’indicazione dell’area rurale di appartenenza**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **COD\_IST** | **Comune** | **PROV** | **ZONA** | **Tipologia di Area rurale** |
| 99003 | CORIANO | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99004 | GEMMANO | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99006 | MONDAINO | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99008 | MONTEFIORE CONCA | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99009 | MONTE GRIDOLFO | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99029 |  MONTESCUDO-MONTE COLOMBO |  RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99011 | MORCIANO DI ROMAGNA | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99015 | SALUDECIO | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99016 | S. CLEMENTE | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99020 | VERUCCHIO | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |
| 99021 | CASTELDELCI | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99022 | MAIOLO | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99023 | NOVAFELTRIA | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99024 | PENNABILLI | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99025 | SAN LEO | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99026 | SANT'AGATA FELTRIA | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99027 | TALAMELLO | RN | D | Aree rurali con problemi di sviluppo |
| 99028 | POGGIO TORRIANA | RN | B | Aree ad agricoltura intensiva e specializzata |

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato I** - **Mandato per la compilazione e la trasmissione telematica di istanze/dichiarazioni/ comunicazioni di competenza della Regione Emilia-Romagna.** (1)

Il sottoscritto ............................................... .................................................. legale rappresentante/munito del potere di rappresentanza C.F. ....................................................... dell’impresa iscritta all'Anagrafe regionale delle aziende agricole (Reg. RER n.17/2003) con CUAA ......................................................,

**Esprime il proprio consenso**

a favore del GAL Valli Marecchia e Conca a r.l. C.F. e P.I. 04267330407 ad effettuare il trattamento di consultazione dei propri dati personali contenuti nell’Anagrafe delle Aziende Agricole necessario per lo svolgimento delle attività amministrative connesse all’istruttoria della domanda diretta ad ottenere i benefici economici previsti dalla normativa del PSR 2014-2020 *Misura 19. Azione 19.2.02.05 - “PROMOZIONE BRAND E TERRITORIO”*

**PRIVACY**

Presa visione dell'informativa per il trattamento dei dati personali ex art.13 del D. Lgs. n. 196/2003, **ho** **autorizzato il trattamento dei dati personali da parte del mandatario**, esteso alla comunicazione alla Regione Emilia-Romagna, per l’effettuazione di operazioni di trattamento mediante il collegamento con il Sistema informativo agricolo regionale (SIAR) per l’espletamento del/degli adempimenti amministrativi riferiti all’incarico conferito.

Il consenso è stato reso:

* + per la consultazione del fascicolo anagrafico, in base all’art. 17 regolamento regionale n. 2/2007, di cui alla deliberazione della Giunta Regionale **n. 1789/2017** (convenzione tra i Gruppi di Azione Locale – GAL e la Regione Emilia-Romagna).

Luogo .....................

Data .....................

Firma autografa del mandante ........................................

(Si allega documento di riconoscimento valido del mandante)

NOTE SUPPLEMENTARI:

1. Il testo del mandato contiene le disposizioni minime vincolanti da trasmettere all’Amministrazione Regionale. Il modello è acquisito con scansione con **allegata copia fronte/retro di un valido documento d’identità del sottoscrittore** (pdf o p7m).

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio”

**Allegato J** – **Disciplinare d’uso del brand Valli Marecchia Conca**

Disciplinare d’uso

per la concessione del BRAND

“Valli Marecchia Conca – Salute Viaggiatore”

Il brand “Valli Marecchia Conca” ed il pay off, “Salute Viaggiatore”, è un marchio registrato

 al n°202019000035340, ad uso esclusivo del GAL Valli Marecchia e Conca Soc. Cons. a r.l., con sede in via Giuseppe Mazzini, 54 - 47863 Novafeltria (RN).

Le finalità che il Gal intende perseguire nell’utilizzo del brand sono:

* Promuovere il territorio del Gal Valli Marecchia e Conca valorizzandone gli elementi di maggiore attrattività quali: natura, paesaggio, cultura, storia, enogastronomia, accoglienza;
* Promuovere la visibilità del territorio;
* Potenziare la comunicazione attraverso un’immagine unitaria di soggetti, che identifichino il territorio del Gal come un territorio di qualità.

Per le finalità sopra esposte, il Gal permette l’utilizzo del Brand da parte di tutti i soggetti interessati a collaborare alla divulgazione del territorio, mediante l’esposizione del brand e del pay off, sui propri prodotti/servizi offerti.

L’utilizzo del brand da parte di soggetti terzi, pubblici e privati, è subordinato al rilascio di una “concessione” da parte del Gal Valli Marecchia e Conca utilizzando il modulo allegato (sub. A).

La concessione è relativa ad un suo impiego temporaneo (tre anni) su strumenti di comunicazione relativi a:

* iniziative pubbliche e private a carattere paesaggistico, culturale, storico, tradizionale, educativo/formativo, enogastronomico, scientifica, e servizi o coerenti ai contenuti promossi dal Gal Valli Marecchia e Conca;
* iniziative ed azioni di promozione territoriale inerenti i territori delle Valli Marecchia e Conca;

L’utilizzo su prodotti o servizi sarà possibile solo per le aziende che risultino iscritte presso la Camera di Commercio o albo o registro di competenza.

Il brand potrà essere riprodotto su materiale promozionale e/o di comunicazione, solo ed esclusivamente nel rispetto delle indicazioni di seguito fornite a riguardo di:

- forma, caratteri, colori;

- dimensioni;

- corretto abbinamento con altri marchi.

Possono ottenere l’utilizzo del brand, tutti i soggetti pubblici e privati, in possesso dei seguenti requisiti, fermo restando l’osservanza degli adempimenti previsti dalla legge e quelli di seguito elencati per i rispettivi settori di appartenenza:

* **soggetti organizzatori di manifestazioni ed eventi**:

in coerenza con gli ambiti promossi dal Gal Valli Marecchia e Conca, come sopra sintetizzati;

- **settore alberghiero, extra alberghiero** (come definito dalla *L.R.16/2004*) e della ristorazione:

raggiungibilità della struttura anche attraverso la rete Internet;

- **settore agricolo**:

 produzione di prodotti tipici locali;

- **settore artigianato:**

 prodotti di artigianato locale, artistico, storico e culturale; attività di produzione alimentare e prodotti tipici/tradizionali locali;

- **settore del commercio:**

 prodotti e lavorazioni artigianali, connesse alle consuetudini locali; prodotti agroalimentari tradizionali locali, prodotti locali di aziende e cooperative che aderiscono a reti di filiera;

Impegni

I richiedenti si impegnano a:

- utilizzare in via preferenziale prodotti, materie prime e ingredienti della filiera agro-alimentare locale;

- utilizzare ricette locali e della tradizione anche in chiave di rivisitazione culinaria;

- dare una corretta informazione per identificare l’origine, l’autenticità e la qualità dei prodotti e dei servizi offerti;

- contribuire e favorire lo scambio e la promozione di reti;

- esporre per tutte le attività promozionali e/o all’ingresso del locale/esercizio/manifestazione il brand in modo che identifichi l’attività come titolare della concessione del brand;

A garanzia del corretto impiego del brand, il Gal provvederà a verificare la conformità di utilizzo secondo il presente disciplinare e in caso di uso errato o non preventivamente autorizzato potrà provvedere nel perseguire legalmente l’utilizzatore, secondo quanto previsto dalla normativa vigente.

I controlli effettuati dal Gal, non escludono e non si sostituiscono a quelli previsti dalla normativa vigente.

Ad ogni soggetto che richiede l’utilizzo del brand sarà fornito un file digitale, al quale è necessario riferirsi per il suo corretto utilizzo.

Il brand dovrà essere riprodotto dal beneficiario esattamente come da file fornito, rispettando le dimensioni le proporzioni e i colori originali.

Il licenziatario potrà usare il brand sia da solo sia in abbinamento ai propri marchi o a stemmi istituzionali.

La riproduzione o l’utilizzazione del brand a scopi diversi da quelli previsti dal presente disciplinare, comporterà la immediata decadenza del diritto di utilizzo del brand.

La decadenza dal diritto di utilizzo del brand è prevista, oltre che al termine del periodo di concessione, nei casi seguenti:

- pubblicità ingannevole;

- mancato rispetto della normativa vigente e del presente disciplinare;

- frode;

- uso del brand in merito a produzioni e/o servizi per le quali non sia stata riconosciuta la concessione;

- ostacolo o impedimento allo svolgimento dei controlli previsti nell’ambito del presente disciplinare;

Qualora il brand venisse utilizzato in maniera non conforme il Gal potrà procedere alla revoca immediata della concessione, riservandosi di richiedere il risarcimento per tutti gli eventuali danni patrimoniali e non patrimoniali subiti, inclusi anche i danni all'immagine del Gal.

**L’uso del Brand viene concesso a titolo gratuito.**

L’autorizzazione è da considerarsi valida ed efficace per tre (3) anni a partire dalla comunicazione di concessione.

Al termine, potrà essere valutata la possibilità di rinnovare l’autorizzazione per ulteriori tre (3) anni, tramite comunicazione scritta.

In caso di scadenza o per qualsiasi causa, il licenziatario:

- non avrà diritto ad alcuna indennità o compenso;

- dovrà immediatamente cessare l’uso del Brand.

La richiesta di utilizzo del brand può essere effettuata esclusivamente tramite la compilazione del modulo di richiesta allegato (sub. A) e scaricabile dal sito istituzionale del Gal Valli Marecchia e Conca - [www.vallimarecchiaeconca.it](http://www.vallimarecchiaeconca.it).

La trasmissione del modulo di richiesta, dovrà essere accompagnata da un documento di riconoscimento, in corso di validità, del richiedente/rappresentante legale, a mezzo di:

via telematica all’indirizzo: gal@vallimarecchiaeconca.it;

Posta Elettronica Certificata all’indirizzo: pec@pec.vallimarecchiaeconca.it

posta ordinaria all’indirizzo: Gal Valli Marecchia e Conca Soc. Cons. a r.l., via Giuseppe Mazzini 54, 47863 - Novafeltria (RN)

tramite consegna a mano presso la sede del Gal

L’utilizzo del brand avverrà mediante autorizzazione rilasciata dal presidente o dal Direttore del Gal Valli Marecchia e Conca.

**Sub. “A” - MODULO DI RICHIESTA DI AUTORIZZAZIONE**

PER L’UTILIZZO DEL BRAND TERRITORIALE “VALLI MARECCHIA CONCA – Salute Viaggiatore”

Spett.le

**IL SOTTOSCRITTO**

GAL Valli Marecchia e Conca Soc. Cons. A r.L.

via Giuseppe Mazzini, 54 47863 - Novafeltria (RN)

Nome e cognome \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nato a il

In qualità di Legale Rappresentante di (scegliere una delle opzioni):

* Impresa privata
* Associazione, fondazione o altro tipo di organismo non-profit
* Ente o azienda pubblica

Nome dell’Impresa/Associazione/Ente \_\_\_\_\_\_

con sede in Via n. Cap Città tel. e-mail PEC

**BREVE DESCRIZIONE DEL SOGGETTO CHE RICHIEDE L’UTILIZZO DEL BRAND**

con la presente chiede l’autorizzazione all’utilizzo, da parte dell’Impresa/Ente/Associazione sopra indicata, del Brand Territoriale “Valli Marecchia Conca - Salute Viaggiatore”

**A tal fine, consapevole delle sanzioni penali previste dall’art. 76 del D.P.R. 445/2000, in caso di dichiarazione falsa e mendace ,**

**DICHIARA**

* + **di aver preso visione del Disciplinare d’uso del brand territoriale “Valli Marecchia Conca – Salute Viaggiatore” e di accettarlo.**
	+ **che il soggetto richiedente è:**
		- regolarmente iscritto al Registro delle Imprese della Camera di Commercio o ad altro Albo o Registro di ………………… al numero \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ed è in regola con il pagamento del diritto annuale (*solo per le imprese*);
* in regola con l’applicazione dei CCNL di categoria e con le normative vigenti in materia contributiva e di sicurezza sul lavoro;
* non è sottoposto a procedura concorsuale e non si trova in stato di fallimento, di liquidazione anche volontaria, di amministrazione controllata, di concordato preventivo o di qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente;

# di aver partecipato ad attività e/o bandi direttamente o indirettamente promossi dal GAL Valli Marecchia e Conca (compilazione facoltativa)

Attività/Bando: data \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Attività/Bando data\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Attività/Bando: data \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

* + **che in caso di concessione, l’utilizzo del Brand avverrà secondo le seguenti modalità** (*indicare materiali, supporti, prodotti o canali di comunicazione via web sui quali il Brand sarà riprodotto*)

# SI IMPEGNA

* **a intraprendere, in caso di autorizzazione all’uso del Brand, le eventuali azioni di miglioramento che il GAL Valli Marecchia e Conca dovesse ritenere necessarie ai fini del rilascio o del mantenimento della concessione;**
* **a rispettare tutte le indicazioni relative alla modalità di utilizzo del Brand indicate nel Disciplinare d’uso;**

Si allega fotocopia documento di identità in corso di validità.

Data

Firma del Legale Rappresentante

# Riservatezza dei dati

I dati personali forniti al GAL Valli Marecchia e Conca con questa richiesta, sono trattati nel pieno rispetto della vigente normativa sulla riservatezza dei dati personali. L’indicazione dei dati personali è condizione affinchè il richiedente possa ricevere una risposta alla sua richiesta di uso del Brand Territoriale Valli Marecchia Conca. L’uso dei dati è esclusivamente interno al GAL Valli Marecchia e Conca, al solo scopo di dare corso alla richiesta dell’utente. I dati saranno conservati dal GAL Valli Marecchia e Conca. I dati non vengono forniti a terzi. L’interessato ha diritto ad avere conferma dei dati che lo riguardano, di cancellarli se raccolti illecitamente, di rettificarli o di aggiornarli, di opporsi a qualsiasi trattamento esuli la procedura di richiesta di Brand Valli Marecchia Conca. Titolare dei dati è il GAL Valli Marecchia e Conca.

MODALITA’ PER IL CORRETTO UTILIZZO DEL BRAND

|  |  |
| --- | --- |
| CARATTERI | Per caratterizzare il Brand anche attraverso il carattere è statoscelto il Fedra Sans (la font va acquisita al seguente link:https://www.typotheque.com/fonts/fedra\_sans/about ) |



|  |  |
| --- | --- |
| COLORI |  |



|  |  |
| --- | --- |
| DIMENSIONI MINIME |  |



|  |  |
| --- | --- |
| AREE DI RISPETTO |  |



|  |  |
| --- | --- |
| IN ASSOCIAZIONE CON ALTRI MARCHI (esempio) |  |



|  |  |
| --- | --- |
| ASSOCIAZIONE PREVALENTE CON ALTRI MARCHISe il soggetto principale della comunicazione è il brand Valli Marecchia Conca, la dimensione degli altri marchi abbinati deve essere pari a 3/5 dell’altezza del Brand prevalente. |  |



|  |  |
| --- | --- |
| USI IMPROPRI e VIETATI DEL BRANDSe il soggetto principale della comunicazione è il Brand Valli Marecchia Conca, la dimensione degli altri marchi abbinatideve essere pari a 3/5 dell’altezza del marchio prevalente. |  |

1. Vedi in particolare, artt. 3 e 5 del Reg. (UE) n. 1407/2013:

*Articolo 3* (**Aiuti «de minimis»)**

1. Le misure di aiuto che soddisfano le condizioni di cui al presente regolamento sono considerate misure che non rispettano tutti i criteri di cui all’articolo 107, paragrafo 1, del trattato e pertanto sono esenti dall’obbligo di notifica di cui all’articolo 108, paragrafo 3, del trattato.

2. L’importo complessivo degli aiuti «de minimis» concessi da uno Stato membro a un’impresa unica non può superare 200 000 EUR nell’arco di tre esercizi finanziari. L’importo complessivo degli aiuti «de minimis» concessi da uno Stato membro a un’impresa unica che opera nel settore del trasporto di merci su strada per conto terzi non può superare 100 000 EUR nell’arco di tre esercizi finanziari. Gli aiuti «de minimis» non possono essere utilizzati per l’acquisto di veicoli destinati al trasporto di merci su strada.

3. Se un’impresa che effettua trasporto di merci su strada per conto terzi esercita anche altre attività soggette al massimale di 200 000 EUR, all’impresa si applica tale massimale, a condizione che lo Stato membro interessato garantisca, con mezzi adeguati quali la separazione delle attività o la distinzione dei costi, che l’attività di trasporto di merci su strada non tragga un vantaggio superiore a 100 000 EUR e che non si utilizzino aiuti «de minimis» per l’acquisto di veicoli destinati al trasporto di merci su strada.

4. Gli aiuti «de minimis» sono considerati concessi nel momento in cui all’impresa è accordato, a norma del regime giuridico nazionale applicabile, il diritto di ricevere gli aiuti, indipendentemente dalla data di erogazione degli aiuti «de minimis» all’impresa.

5. I massimali di cui al paragrafo 2 si applicano a prescindere dalla forma dell’aiuto «de minimis» o dall’obiettivo perseguito e indipendentemente dal fatto che l’aiuto concesso dallo Stato membro sia finanziato interamente o parzialmente con risorse provenienti dall’Unione. Il periodo di tre esercizi finanziari viene determinato facendo riferimento agli esercizi finanziari utilizzati dall’impresa nello Stato membro interessato.

6. Ai fini dei massimali di cui al paragrafo 2, gli aiuti sono espressi in termini di sovvenzione diretta in denaro. Tutti i valori utilizzati sono al lordo di qualsiasi imposta o altri oneri. Quando un aiuto è concesso in forma diversa da una sovvenzione diretta in denaro, l’importo dell’aiuto corrisponde all’equivalente sovvenzione lordo. Gli aiuti erogabili in più quote sono attualizzati al loro valore al momento della concessione. Il tasso d'interesse da applicare ai fini dell’attualizzazione è costituito dal tasso di attualizzazione al momento della concessione dell’aiuto.

7. Qualora la concessione di nuovi aiuti «de minimis» comporti il superamento dei massimali pertinenti di cui al paragrafo 2, nessuna delle nuove misure di aiuto può beneficiare del presente regolamento.

8. In caso di fusioni o acquisizioni, per determinare se gli eventuali nuovi aiuti «de minimis» a favore della nuova impresa o dell’impresa acquirente superino il massimale pertinente, occorre tener conto di tutti gli aiuti «de minimis» precedentemente concessi a ciascuna delle imprese partecipanti alla fusione. Gli aiuti «de minimis» concessi legalmente prima della fusione o dell’acquisizione restano legittimi.

9. In caso di scissione di un’impresa in due o più imprese distinte, l’importo degli aiuti «de minimis» concesso prima della scissione è assegnato all’impresa che ne ha fruito, che in linea di principio è l’impresa che rileva le attività per le quali sono stati utilizzati gli aiuti «de minimis». Qualora tale attribuzione non sia possibile, l’aiuto «de minimis» è ripartito proporzionalmente sulla base del valore contabile del capitale azionario delle nuove imprese alla data effettiva della scissione.

***Articolo 5* (Cumulo)**

1. Gli aiuti «de minimis» concessi a norma del presente regolamento possono essere cumulati con gli aiuti «de minimis» concessi a norma del regolamento (UE) n. 360/2012 della Commissione a concorrenza del massimale previsto in tale regolamento. Essi possono essere cumulati con aiuti «de minimis» concessi a norma di altri regolamenti «de minimis» a condizione che non superino il massimale pertinente di cui all’articolo 3, paragrafo 2, del presente regolamento.

2. Gli aiuti «de minimis» non sono cumulabili con aiuti di Stato concessi per gli stessi costi ammissibili o con aiuti di Stato relativi alla stessa misura di finanziamento del rischio se tale cumulo comporta il superamento dell’intensità di aiuto o dell’importo di aiuto più elevati fissati, per le specifiche circostanze di ogni caso, in un regolamento d’esenzione per categoria o in una decisione adottata dalla Commissione. Gli aiuti «de minimis» che non sono concessi per specifici costi ammissibili o non sono a essi imputabili possono essere cumulati con altri aiuti di Stato concessi a norma di un regolamento d’esenzione per categoria o di una decisione adottata dalla Commissione. [↑](#footnote-ref-1)