**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**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 DELL’IMPRESA**

(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.

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**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” 2° edizione

**Allegato C** – Dichiarazione sostitutiva contributi De Minimis

***Dichiarazione sostitutiva contributi de minimis***

(Testo unico delle disposizioni legislative e regolamentari in materia di documentazione amministrativa, DPR n. 445/2000).

*La dichiarazione relativa ai contributi “de minimis”, dovrà essere aggiornata dal beneficiario con eventuali modifiche intercorse dopo la presentazione della domanda di sostegno nel più breve tempo possibile*

\_l\_ sottoscritt\_ (nome e cognome)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

nat\_ a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Prov. \_\_\_\_\_\_\_ il \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

residente a \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_\_ via \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ n. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

C.F. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ in qualità di \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ dell’impresa \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**preso atto del Regolamento (UE) n. 1407/2013 del 18 dicembre 2013 relativo all’applicazione degli artt. 107 e 108 del TFUE agli aiuti “de minimis” pubblicato nella G.U.U.E. 24 dicembre 2013, n. L. 352, consapevole delle sanzioni penali in caso di dichiarazioni false e della conseguente decadenza dai benefici eventualmente conseguiti (ai sensi degli artt. 75 e 76 D.P.R. 445/2000) sotto la propria responsabilità**

**DICHIARA**

relativamente alla situazione societaria **successivamente** alla data di presentazione della domanda di essere:

[ ] Microimpresa;

[ ] Piccola impresa (escluse microimprese);

[ ] Media impresa;

[ ] Grande impresa ;

**dichiara inoltre che**

[ ] l’impresa è autonoma;

[ ] l’impresa presenta legami di associazione e/o l’impresa presenta legami di collegamento.

In tal caso, indicare di seguito la denominazione e la partita iva delle altre imprese:

-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------.

Luogo e data Timbro e firma beneficiario

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

**Documento firmato digitalmente oppure sottoscrivere con firma autografa e allegare copia documento di identità del dichiarante in corso di validità.**

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**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 14.2 lett.I “Modalità di presentazione delle domande di sostegno” ed allegato alla domanda sul sistema operativo AGREA in formato pdf.*

**L’annullamento si attuerà apponendo la data di sottoscrizione sulla marca da bollo, lasciando evidente tuttavia il numero identificativo (seriale).**

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**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 personale o di riferimento (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:*

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

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

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

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

**DIMOSTRAZIONE DIRETTA ASSOCIABILITA’ AL TERRITORIO GAL**

*Vedasi allegato L*

**DESCRIZIONE DETTAGLIATA DEL PROGETTO in particolare, dovranno essere descritti:**

**1 CARATTERI GENERALI**

**2 OBIETTIVI GENERALI**

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

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

* **STRATEGIA PROMOZIONALE:** Annuale □ Biennale □

Cronoprogramma generale

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Azioni/Fasi | 1° annualità | 2° annualità |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

* PROGETTI FINALIZZATI ALLA **PROMOZIONE DI BENI/SERVIZI TRAMITE EVENTI** SPORTIVI (BIKE, TREKKING, RUNNING ET AL.) E/O CULTURALI (ES. MOSTRA FOTOGRAFICHE, ET AL.) **DEDICATI**, CHE SI REALIZZANO **“ESCLUSIVAMENTE” NEL TERRITORIO GAL** SI **□** NO **□**

***Sintesi*** eventi sportivi e/o culturali previsti e luoghi interessati:

……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

*Per la completa descrizione si rimanda alla* ***specifica relazione*** *fornita in allegato*

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

***Sintesi*** Strategia promo-commercializzazione integrata e imprese/aziende coinvolte:

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

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

*Per la completa descrizione si rimanda alla* ***specifica relazione*** *fornita in allegato, con relative lettere di intenti delle imprese/aziende coinvolte*

**5 AZIONI PREVISTE**

**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.: indicare gli obiettivi del PI e la coerenza con quelli di cui al paragrafo 5 “Obiettivi dell’azione” del presente bando, descrivere gli interventi proposti evidenziando 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 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) |  |  |
|  |  |
| **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” 2° edizione

**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 la/e seguenti Ditta/e: …………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………

per le seguenti motivazioni: ………………………………………………………………………………………………………………………………

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

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**Allegato G** - **Autovalutazione relativa al possesso delle priorità e relativi punteggi**

|  |  |
| --- | --- |
| **CRITERI RIFERITI AI BENEFICIARI** | Punti |
| 15.1 | Progetto presentato da associazioni e fondazioni senza scopo di lucro | 5 |
| 15.2 | Progetto presentato da imprese individuali in cui il titolare sia un giovane imprenditore (per l’attribuzione di questo punteggio dovrà essere allegato l’atto costitutivo della società) | 5 |
|  |  |  |
| **CRITERI RIFERITI AL PIANO DEGLI INTERVENTI** | **Punti** |
| 15.3 | Presenza di una strategia di promozione e marketing almeno biennale  | 2 |
| 15.4 | *Azioni sul web:*parametro legato all’esposizione progettuale sui canali “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 lo sviluppo di azioni marketing multilingue, dedicati quindi anche al mercato estero | Lingua italiana: 2 Almeno una seconda lingua straniera oltre l’italiano: 5Almeno una terza lingua straniera oltre l’italiano: 6 |
| 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” nei territori dell’area Leader | 5 |
| 15.8 | Promozione prodotti inseriti nell’*Elenco prodotti agro-alimentari tradizionali dell’Emilia-Romagna*, propri del territorio GAL, di seguito i link all’elenco<https://agricoltura.regione.emilia-romagna.it/dop-igp/avvisi/2020/prodotti-agroalimentari-tradizionali-aggiornamento-elenco><https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/16681> | 5 |

Il punteggio minimo da conseguire con i “Criteri riferiti al Piano di Investimenti (PI)” è pari a 7punti, non saranno ritenuti ammissibili PI il cui punteggio è inferiore a 7.

A parità di punteggio sarà data preferenza a iniziative di imprese:

- imprese con giovane imprenditore;

- che presentino progetti di importo maggiore.

**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” 2° edizione

**Allegato H** - **Elenco dei comuni dell’Area Leader del GAL Valli Marecchia e Conca classificati zone soggette a vincoli naturali o altri vincoli specifici di cui all’art. 32 del Reg. UE n. 1205/2013, o come integrata a seguito dell’ultima versione del P.S.R. al momento della pubblicazione del bando**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Codice** **ISTAT** | **Denominazione Comune** | **Prov.** | **Reg. (UE)1305/2013, art 32** | **delimitazione** **T= totale;** **P= parziale** | **Fusioni** |
| 99004 | GEMMANO | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99006 | MONDAINO | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99008 | MONTEFIORE CONCA | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99009 | MONTEGRIDOLFO | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99010 | MONTESCUDO | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T | confluito nel comune di Montescudo-Monte Colombo da 01/01/2016  |
| 99011 | MORCIANO DI ROMAGNA | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99015 | SALUDECIO | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99019 | TORRIANA | RN | zone montane; zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | P | confluito nelcomune diPoggio Torriana da 01/01/2014 |
| 99020 | VERUCCHIO | RN | zone montane; zone soggette a vincoli naturali significativi, diversedalle zone montane | P |  |
| 99021 | CASTELDELCI | RN | zone montane | T |  |
| 99022 | MAIOLO | RN | zone montane  | T |  |
| 99023 | NOVAFELTRIA | RN | zone montane; zone soggette avincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | T |  |
| 99024 | PENNABILLI | RN | zone montane  | T |  |
| 99025 | SAN LEO | RN | zone montane  | T |  |
| 99026 | SANT’AGATA FELTRIA | RN | zone montane  | T |  |
| 99027 | TALAMELLO | RN | zone montane  | T |  |
| 99028 | POGGIO TORRIANA | RN | zone montane; zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | P | fusione di Poggio Berni e Torriana da 01/01/2014  |
| 99029 | MONTESCUDO-MONTE COLOMBO | RN | zone soggette a vincoli naturali significativi, diverse dalle zone montane | P | fusione di Montescudo e Monte Colombo da 01/01/2016  |

Dal 01/01/2014 sono stati istituiti nuovi comuni, nati dalla fusione di comuni preesistenti. Di questi alcuni comprendono zone svantaggiate, pertanto si rimanda alla delimitazione precedente la fusione.

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**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” 2° edizione*

**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” 2° edizione

**Allegato J - Dichiarazione sostitutiva relativa alla condizione di NON essere “IMPRESA IN DIFFICOLTÀ” Comunicazione della Commissione Europea (2014/C 249/01)**

**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°………………

in qualità di …………………………………….. della ditta ……………..………………………..…………….. CUAA …………………………..

* 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 sopra indicata non rientra fra quelle classificate come “IMPRESA IN DIFFICOLTA’” di cui alla Comunicazione della Commissione Europea “Orientamenti sugli aiuti di Stato per il salvataggio e la ristrutturazione di imprese non finanziarie in difficoltà” (2014/C 249/01) con riferimento al punto 20, lettere a), b) e c) in quanto non è incorsa in alcuna delle seguenti circostanze:
2. nel caso di società a responsabilità limitata, qualora abbia perso più della metà del capitale sociale sottoscritto a causa di perdite cumulate. Ciò si verifica quando la deduzione delle perdite cumulate dalle riserve (e da tutte le altre voci generalmente considerate come parte dei fondi propri della società) dà luogo a un importo cumulativo negativo superiore alla metà del capitale sociale sottoscritto;
3. nel caso di società in cui almeno alcuni soci abbiano la responsabilità illimitata per i debiti della società, qualora abbia perso più della metà dei fondi propri, quali indicati nei conti della società, a causa di perdite cumulate;
4. qualora l’impresa sia oggetto di procedura concorsuale per insolvenza o soddisfi le condizioni previste dal diritto nazionale per l’apertura nei suoi confronti di una tale procedura su richiesta dei suoi creditori;
5. che l’impresa non si trova in stato di fallimento, di liquidazione coatta, di concordato preventivo e di non avere procedure esecutive in corso;
6. che l’impresa non è oggetto di situazioni economiche e/o finanziarie che potrebbero sfociare a breve termine in situazioni di cui ai precedenti punti 1) e 2);
7. che l’impresa svolge normalmente l’attività aziendale sulla base di criteri di economicità, adempiendo regolarmente alle proprie obbligazioni;
8. che l’impresa non ha prestato garanzie a favore di terzi che possano pregiudicarne il regolare funzionamento;
9. che eventuali società controllanti e/o controllate rispondono ai requisiti di cui ai precedenti punti.

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

|  |
| --- |
| **Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione |
| **Allegato K Definizione di “Giovane Imprenditore” e rilevanza della componente giovanile nelle imprese** |

Il requisito di beneficiario “giovane” (età non superiore a 40), deve esistere al momento della presentazione della domanda di sostegno.

Il requisito è riconosciuto al beneficiario nei seguenti casi:

- Nell’impresa con partita IVA aperta come ditta individuale, quando l’età del titolare non supera i 40 anni

- In società di persone, quando la responsabilità per la gestione ordinaria e per quella straordinaria, quale risultante dal patto societario, è in capo al/ai soci giovani in modo tale per cui le decisioni del/dei giovani non possano essere inficiate dagli ulteriori soci.

Pertanto, nelle forme di società semplice (s.s.) e di società in nome collettivo (s.n.c), il/i soci giovani dovranno essere anche amministratori della società. Qualora il socio giovane non sia amministratore unico, dovrà inoltre avere la maggioranza di quote di ripartizione degli utili, nonché quella delle quote sociali qualora la responsabilità di amministrazione sia ricondotta a queste ultime. Si precisa altresì che la responsabilità dell'amministratore giovane non potrà risultare limitata da ulteriori previsioni statutarie che riconducano in capo ad altri soci specifiche responsabilità in ordine ad ambiti gestionali/operativi dell'impresa, inclusi gli adempimenti relativi ai rapporti di lavoro, in materia di collocamento, contributivi, previdenziali, fiscali.

Nella società in accomandita semplice (s.a.s.) il/i soci giovani dovranno ricoprire il ruolo di socio accomandatario ed esercitare l’ufficio di amministratore, avendo la maggioranza di quote di ripartizione degli utili, nonché quella delle quote sociali qualora la responsabilità di amministrazione sia ricondotta a queste ultime. Si precisa altresì che la responsabilità dell'amministratore giovane non potrà risultare limitata da ulteriori previsioni statutarie che riconducano in capo ad altri soci specifiche responsabilità in ordine ad ambiti gestionali/operativi dell'impresa. Le condizioni sopraesposte dovranno essere mantenute almeno fino al completamento dell’istruttoria della domanda di pagamento.

In una società di capitali o cooperativa, il requisito è soddisfatto solo se il giovane stesso acquisisce la qualifica di socio e riveste un ruolo di responsabilità nella conduzione dell’azienda medesima (esempio: amministratore delegato o membro del C.d.A.) e comunque in modalità tale per cui le decisioni del/dei giovani non possano essere inficiate dagli ulteriori soci. Nelle società a responsabilità limitata (s.r.l.), il/i giovani dovranno essere soci di maggioranza ed avere affidata dallo Statuto l’amministrazione (in maniera disgiunta ove si sia in presenza di un consiglio di amministrazione) e la rappresentanza della società. Si precisa altresì che la responsabilità dell'amministratore giovane non potrà risultare limitata da ulteriori previsioni statutarie che riconducano in capo ad altri amministratori specifiche responsabilità in ordine ad ambiti gestionali/operativi dell'impresa.

Nella Società per azioni (s.p.a.), il/i giovani dovranno ricoprire il ruolo di amministratore ed avere la rappresentanza della società. In presenza di C.d.A. i giovani dovranno rappresentare la maggioranza degli amministratori in carica.

Nella Società cooperativa il/i giovani dovranno essere soci e componenti del C.d.A. In C.d.A. i giovani dovranno rappresentare la maggioranza degli amministratori in carica.

Nella Società in accomandita per azioni, il/i giovani dovranno ricoprire il ruolo di socio accomandatario ed esercitare l’ufficio di amministratore (sia per le attività ordinarie che straordinarie). In presenza di C.d.A. i giovani accomandatari dovranno rappresentare la maggioranza degli amministratori in carica. Le condizioni sopraesposte dovranno essere mantenute almeno fino al completamento dell’istruttoria della domanda di pagamento.

A prescindere dalla tipologia societaria, qualora un socio risulti essere una persona giuridica, la situazione dovrà essere esaminata nel concreto, avendo a riferimento il principio che le decisioni del/dei soci giovani non dovranno poter essere inficiate dalla rimanente componente societaria.

|  |
| --- |
| **Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione |
| **Allegato L “Dichiarazione possesso dei requisiti riferiti alla diretta associabilità con il territorio di prodotti e servizi che si intendono promuovere”** |

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI ATTO DI NOTORIETA’

(art. 47 D.P.R. n°445/2000)

Il sottoscritto\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_in qualità di titolare dell’attività di impresa\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

con sede in\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Prov.\_\_ Via\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

con sede operativa in\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Via \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

DICHIARA

che i prodotti e/o servizi oggetto delle azioni di marketing e promozionali sono riconducibili agli ambiti di intervento del GAL Valli Marecchia e Conca, così come individuati nella Strategia Sviluppo Locale del GAL, ovvero: *produzioni agro-alimentari, artigianato locale, manufatturiero, naturalistico-ambientale, culturale, turistico, sportivo;*

che i prodotti e i servizi promossi, ascrivibili ai settori sopra elencati posseggono i requisiti di diretta associabilità al territorio GAL in quanto (impresa, attività o prodotti tipici), peculiari e caratteristici di quest’ultimo:

[ ] nel ***settore produttivo***, incluso quello agro-alimentare, le azioni riguarderanno esclusivamente beni prodotti interamente nel territorio GAL o che abbiano subito la loro prevalente o comunque la loro ultima sostanziale lavorazione, economicamente rilevante (nella misura minima del 50% del costo di produzione), nel territorio GAL;

*Allegare*: il beneficiario dovrà allegare alla presente una “relazione tecnico economica” redatta da tecnico/professionista abilitato atta a dimostrare tale requisito;

[ ] nel ***settore dei servizi***, inteso nel senso più ampio del termine, le azioni riguarderanno solo i servizi erogati dal richiedente interamente nel territorio del Gal;

*Allegare*: il beneficiario dovrà allegare alla presente una “relazione tecnico economica” redatta da tecnico/professionista abilitato atta a dimostrare tale requisito;

[ ] ***manifestazioni e/o iniziative*** di carattere culturale, artistico, sportivo, saranno peculiari e avranno un consolidato legame con il territorio GAL.

*Allegare*: il beneficiario dovrà allegare alla presente permessi/fatture/altro materiale, idoneo incontrovertibilmente a dimostrare la sua realizzazione nei 5 anni precedenti;

che saranno svolte esclusivamente azioni promozionali e di marketing in cui, insieme al prodotto/servizio fornito dal beneficiario, vengano promossi il territorio e il brand “Valli Marecchia e Conca – Salute viaggiatore!”;

di essere consapevole che le dichiarazioni mendaci la falsità negli atti e l’uso di atti falsi sono puniti ai sensi del codice penale e delle leggi speciali in materia.

Luogo, data \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Firma Legale Rappresentante

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

**Azione 19.2.02.05:** “Promozione brand e territorio” 2° edizione

**Allegato M** – **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 |  |

 

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |



|  |  |
| --- | --- |
| 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. |  |



