

ALLEGATO 7 – Schema di progetto

1. TITOLO DEL PROGETTO

Indicare il titolo del progetto.

2. SOGGETTO PROPONENTE

Breve descrizione del soggetto proponente

3. PRECISAZIONI RELATIVE AL PROGETTO

3.1. Indicare i Paesi terzi e/o mercati dei Paesi terzi a cui è destinato il progetto.

3.2. Indicare i prodotti coinvolti nelle attività di promozione, la tipologia riconosciuta e/o la denominazione d'origine nonché il posizionamento del prodotto stesso sul mercato (fornendo la definizione della tipologia di prodotto in termini di politica del prezzo, utilizzando categorie come, ad esempio, “*ultra premium*”, “*premium*”, “*commercial premium*” o “*non premium*” e la definizione dell'immagine che il brand intende dare al consumatore con categorie come, ad esempio, “*lusso*”, “*luxury low cost*”, “*low cost*”, “*sostenibile*”, “*naturale*” etc...).

3.3. Indicare la durata del progetto, date e i luoghi in cui si svolgeranno le attività e le azioni. A tal fine deve compilare un cronoprogramma dettagliato.

4. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

4.1. Descrivere il **contesto interno di riferimento relativo al Paese terzo o al mercato del Paese terzo**, inteso come **posizione di partenza del soggetto proponente** (e dei soggetti partecipanti) rispetto ai prodotti oggetto di promozione, al fine di definire i valori iniziali utili alla valutazione degli obiettivi e degli indicatori del progetto.

La sezione deve riportare, ove disponibili e pertinenti, informazioni quali, a titolo esemplificativo:

- vendite e/o fatturato realizzati nel Paese terzo prima dell'avvio del progetto;
- quota di mercato o posizionamento competitivo dei prodotti;
- presenza commerciale già attiva (importatori, distributori, canali di vendita);
- risultati di eventuali precedenti attività promozionali sul medesimo mercato;
- numero di contatti commerciali già acquisiti o attivi.

Nel caso di **assenza di attività pregresse sul mercato** (nuovo mercato) o di indisponibilità di dati quantitativi, il soggetto proponente dovrà fornire una **descrizione qualitativa motivata** della situazione di partenza, indicando gli elementi informativi utilizzati a supporto.

Il contesto interno descritto costituisce la **baseline di riferimento** per la definizione degli obiettivi specifici e per la valorizzazione degli indicatori di risultato e di impatto del progetto.

4.2. Descrivere il **contesto socio-economico del Paese terzo o del mercato del Paese terzo** e le caratteristiche della domanda dei prodotti oggetto della promozione (in termini di produzione, importazione, consumi e, se pertinente, di contesto normativo/doganale). Fornire un'analisi SWOT del mercato bersaglio in relazione ai prodotti oggetto di promozione.

4.3. Indicare i **motivi per i quali è stato presentato il progetto** in relazione alla realtà produttiva coinvolta dal/dai beneficiari e le motivazioni specifiche adottate per l'individuazione dei Paesi e delle azioni in relazione ai prodotti oggetto di promozione, anche sulla base di idonee analisi di mercato.

4.4. Indicare il gruppo/i destinatario/i delle attività di promozione. Tali gruppi devono essere individuati con precisione e, coerentemente con la strategia del progetto, segmentati (ad esempio, per istruzione o per censo o per stili di vita ecc...).

4.5. Indicare gli **obiettivi generali del progetto**, coerenti con il PSP e all'articolo 57, lettere a), i) e j), del regolamento (UE) 2021/2115 e con il Regolamento (UE) 2022/126, che costituiscono il quadro di riferimento dell'intervento, in conformità a quanto previsto all'articolo 3, comma 3 del Decreto.

Indicare gli **obiettivi specifici del progetto**, coerenti con gli obiettivi generali sopra indicati ed elaborati secondo la metodologia SMART:

- a. specifici: devono essere precisi per poter essere compresi chiaramente;
- b. misurabili: devono essere conseguiti sulla base di indicatori;
- c. realizzabili: devono essere realistici;
- d. pertinenti: devono corrispondere agli aspetti affrontati dal progetto;
- e. definiti nel tempo: devono essere conseguiti entro il limite temporale previsto dal progetto.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, indicare i seguenti **obiettivi specifici**:

ALLEGATO 7 – Schema di progetto

- Incrementare le opportunità di vendita dei produttori beneficiari nei mercati target attraverso il coinvolgimento qualificato di operatori commerciali esteri.
- Rafforzare la presenza dei vini UE nei canali distributivi chiave dei mercati target
- Migliorare l'efficacia delle attività promozionali
- Attuare un sistema di monitoraggio delle dinamiche di mercato e dei fattori di rischio commerciale nei mercati target
- Diffusione di messaggi di consumo responsabile di vino presso i consumatori
- Rafforzare la conoscenza dei regimi di qualità UE (DO/IG) presso i target di riferimento
- Diffondere informazioni sugli standard UE di qualità, sicurezza e sostenibilità legati ai vini promossi
- Consolidare la presenza commerciale dei vini UE nei mercati terzi già presidiati
- Diversificare i canali distributivi nei mercati terzi
- Diversificare i segmenti di domanda nei mercati terzi
- Rafforzare la rete di operatori commerciali esteri coinvolti nella distribuzione dei vini UE
- Migliorare il presidio e la visibilità dei vini UE nei punti di vendita e nei luoghi di consumo dei mercati target
- Aumentare la visibilità e l'interazione dei vini italiani certificati sui social media
- Gestire attivamente i social media per coinvolgere diversi segmenti di consumatori

Indicare gli **indicatori di processo**, finalizzati a monitorare l'attuazione delle attività previste dal progetto.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, indicare i seguenti **indicatori di processo**:

- Numero di incontri B2B con buyer/importatori qualificati
- Numero di buyer/importatori profilati
- Numero di follow-up commerciali strutturati
- Numero di visite trade e store check realizzati
- Numero di attività promozionali presso punti vendita o locali Ho.Re.Ca.
- Percentuale di adesione dei partecipanti alle attività
- Numero di report di monitoraggio di mercato predisposti
- Numero di analisi di scenario o note di rischio elaborate
- Numero di azioni correttive pianificate
- Numero di contenuti con messaggi di consumo responsabile
- Numero di campagne media dedicate al consumo responsabile
- Numero di eventi consumer con moduli informativi dedicati al consumo responsabile
- Numero di materiali educational sui regimi di qualità UE (DO/IG)
- Numero di degustazioni guidate con focus su regimi di qualità UE (DO/IG)
- Numero di sessioni formative per operatori e staff eventi su regimi di qualità UE (DO/IG)
- Numero di contenuti informativi sugli standard UE pubblicati
- Numero di eventi o masterclass con moduli dedicati agli standard UE
- Numero di partnership con enti formativi o professionali
- Numero di piani promozionali annuali per mercato
- Numero di iniziative promozionali ricorrenti realizzate
- Numero di operatori esteri coinvolti in modo continuativo
- Numero di nuovi canali o partner distributivi attivati
- Numero di campagne o eventi per canale distributivo
- Numero di iniziative digitali attivate per canale distributivo
- Numero di nuovi segmenti o partner distributivi attivati
- Numero di campagne o eventi per nuovi segmenti di domanda
- Numero di iniziative digitali attivate per segmenti di domanda
- Numero di operatori esteri coinvolti in attività promozionali
- Numero di incontri di networking organizzati
- Numero di attivazioni di esposizioni preferenziali in-store
- Numero di punti vendita interessati dalle attività promozionali
- Numero di campagne social realizzate

ALLEGATO 7 – Schema di progetto

- Numero di interazioni social generate
- Numero di operatori esteri ospitati

Indicare gli **indicatori di impatto**, finalizzati a fornire indicazioni circa le aspettative del soggetto proponente in termini economici, commerciali e di conoscenza del prodotto.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, indicare i seguenti **indicatori di impatto**:

- Variazione % del valore delle vendite nei mercati target
- Variazione % dell'incidenza dell'export sul fatturato totale dei produttori beneficiari
- Variazione % dei volumi venduti nei mercati target
- Variazione del numero di contratti commerciali attivi con operatori esteri
- Variazione % di consumatori che riconosce correttamente i regimi di qualità UE (DO/IG)
- Variazione % di consumatori che associa correttamente i regimi di qualità UE a standard di produzione controllati
- Variazione % di consumatori con maggiore propensione all'acquisto di vini di qualità UE (DO/IG)
- Variazione % del livello di consapevolezza sul consumo responsabile di vino
- Variazione % della quota di mercato dei vini UE nei Paesi terzi target
- Variazione del numero di nuovi mercati o aree commerciali con vendite strutturate
- Variazione del numero di operatori commerciali esteri attivi nella distribuzione dei vini UE

Di tali indicatori di processo e di impatto deve essere fornita una **quantificazione puntuale delle aspettative**, coerente con le azioni previste, la durata del progetto e i Paesi/mercati target selezionati, **specificando per ciascun indicatore il dato di partenza (baseline ex-ante) e il risultato atteso a conclusione del progetto**.

Qualora il progetto sia destinato a diversi Paesi terzi o mercati dei Paesi terzi, fornire indicazioni circa gli obiettivi e gli indicatori previsti per ciascuna area target.

Qualora il progetto sia destinato a diversi Paesi terzi o mercati dei Paesi terzi, è necessario fornire indicazioni circa gli obiettivi previsti (di processo e di impatto) per ciascuna area target. Qualora esistano differenziazioni di obiettivi per target/popolazione all'interno di ciascun Paese terzo o mercato di Paese terzo, è necessario esplicitare tali differenze.

4.6. Indicare il contenuto dei messaggi da diffondere in relazione alle specifiche azioni intraprese, fornendo indicazioni sui temi che saranno trattati nelle azioni di comunicazione e, laddove già disponibili, gli slogan pubblicitari che saranno impiegati. Il soggetto proponente deve altresì confermare che i messaggi di informazione e/o di promozione rivolti ai consumatori e agli altri gruppi destinatari sono conformi alla legislazione di applicazione nei Paesi terzi destinatari.

4.7. Inserire una descrizione dettagliata e personalizzata per ciascun Paese terzo selezionato, delle azioni e delle attività che si intendono realizzare. Tale descrizione deve consistere in una descrizione dettagliata delle attività programmate e deve fornire elementi specifici al fine di consentire anche una valutazione del rapporto tra costi e benefici delle attività pianificate. La descrizione deve riguardare ciascuna azione, e relative attività, nonché gli strumenti utilizzati per la loro esecuzione, indicandone il numero, il volume e/o le dimensioni nonché i costi unitari stimati, da riportare in apposite tabelle dettagliate. Per ciascuna attività si richiede inoltre di indicare gli indicatori di impatto, il target di riferimento e i contatti attesi.

4.8. Per ciascuna attività prevista nell'ambito delle azioni di cui all'art. 7 del Decreto ministeriale, in base a quanto previsto dall'Allegato 10 al presente decreto e dall'articolo 10 del presente Decreto, allegare uno o tre preventivi comparabili, contenenti informazioni puntuali sul fornitore, sulla modalità di esecuzione dell'attività (piano di lavoro, figure professionali da utilizzare, tempi di realizzazione) e sui costi unitari di realizzazione o, nel caso in cui non sia possibile disporre di tre preventivi per i costi relativi a una o più attività, andrà allegata, oltre a un preventivo, una dichiarazione sostitutiva di atto notorio ai sensi del DPR 445/2000 e ss.mm.ii. a firma del soggetto proponente nella quale si attesti l'impossibilità di individuare altri soggetti concorrenti in grado di fornire i servizi. Tali documenti devono essere prodotti in lingua italiana o in lingua inglese. I preventivi devono essere intestati al soggetto proponente.

5. MONITORAGGIO DI ATTUAZIONE E MISURAZIONE DELL'IMPATTO PREVISTO

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

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

6. PIANO FINANZIARIO

ALLEGATO 7 – Schema di progetto

Nella presentazione del piano finanziario riportare nel testo la tabella riportata nel foglio “Piano finanziario” dell’allegato 8 al presente decreto.

Tutti i valori espressi in euro e senza cifre decimali sono riportati al netto dell’IVA, salvo il caso tale imposta non rappresenti un costo ammissibile.

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

7. PIANO DI FINANZIAMENTO

Nella presentazione del piano di finanziamento inserire nel testo la tabella riportata nel foglio “Piano di finanziamento” dell’allegato 8 al presente decreto.

Il/la sottoscritto/a dichiara inoltre di essere informato/a, ai sensi e per gli effetti di cui all’articolo 13 del Regolamento (UE) n. 2016/679 (GDPR) che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell’ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

Luogo e data _____

FIRMA DEL LEGALE RAPPRESENTANTE
