



GUIDA PER I RICHIEDENTI

INVITO A PRESENTARE PROPOSTE

Programmi semplici

per il cofinanziamento di azioni di informazione e di promozione realizzate nel mercato interno o nei paesi terzi



Gennaio 2016

Clausola di esclusione della responsabilità

Il presente documento ha lo scopo di informare i potenziali richiedenti in merito al cofinanziamento di azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli. Esso è fornito unicamente a titolo di esempio. I moduli e i modelli web effettivamente disponibili nel nuovo sistema online per la presentazione di proposte sul portale dei partecipanti potrebbero differire da questo esempio. Le proposte devono essere preparate e presentate tramite il sistema elettronico di presentazione del portale dei partecipanti.

OSSERVAZIONI PRELIMINARI

La presente guida è destinata ad assistere i richiedenti nella preparazione e presentazione della proposta e a rispondere ad eventuali domande sulla procedura.

In caso di ulteriori domande sono inoltre disponibili le seguenti opzioni:

- Informazioni sulle modalità di registrazione o domande affini: consultare il portale dei partecipanti:
<https://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/index.html>
- Helpdesk informatico del portale dei partecipanti: le domande devono essere inviate tramite il "Research Enquiry Service" (Servizio informazioni sulla ricerca) al seguente link:
<http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=enquiries>
- Per questioni non informatiche: l'helpdesk della Chafea è disponibile via e-mail al seguente indirizzo: CHAFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu e al seguente numero di telefono: +352-4301-36611. L'helpdesk è disponibile nei giorni lavorativi dalle 9:30 alle 12:00 e dalle 14:00 alle 17:00. Non è disponibile nei fine settimana e nei giorni festivi.

Si prega di contattare l'helpdesk della Chafea solo dopo aver verificato che le informazioni desiderate non si trovano nella documentazione fornita ai richiedenti.

Per osservazioni o suggerimenti su come migliorare la presente guida, si prega di inviare un'email all'helpdesk al seguente indirizzo: CHAFEA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu.

INDICE

GLOSSARIO	1
1. PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE.....	3
1.1. DOCUMENTI PRINCIPALI	3
1.2. FASI PREPARATORIE	4
1.2.1. Registrarsi nel portale dei partecipanti utilizzando il proprio account ECAS	4
1.2.2. Registrare la propria organizzazione nel registro dei beneficiari	4
1.3. DOMANDA DI PARTECIPAZIONE AD UN'AZIONE	5
1.3.1. Regime linguistico	5
1.3.2. Orientamenti generali da consultare prima di elaborare la proposta	6
1.3.3. Ruolo e responsabilità delle varie entità	7
1.3.4. Selezionare un invito e un tema.....	8
1.3.5. Modulo di domanda: Parte A – Informazioni amministrative.....	8
1.3.6. Modulo di domanda: Parte B – Contenuto tecnico.....	11
1.3.7. Allegati 20	
1.4. CONCLUSIONE DELLA PROCEDURA DI PRESENTAZIONE	23
1.4.1. Termine per la presentazione.....	23
1.4.2. Avviso di ricevimento.....	24
1.4.3. Come presentare un ricorso	24
2. VALUTAZIONE E RISULTATI.....	25
2.1. Panoramica del processo di valutazione.....	25
2.2. Risultati.....	25
ALLEGATI	26
Allegato I: Modulo di domanda parte A – Versione commentata ..	26
Allegato II: Modulo di domanda parte B – Modello	26
Allegato III: Proposte metodologiche per il calcolo ex-post dei ritorni economici	26
Allegato IV: Informazioni sulla rappresentatività.....	26
Allegato V: Modulo di capacità finanziaria.....	26
Allegato VI: Bilancio per attività.....	26
Allegato VII: Informazioni supplementari sui criteri di aggiudicazione	26

GLOSSARIO

Il **programma di lavoro annuale** definisce le priorità strategiche annuali del regime di promozione ed è adottato dalla Commissione europea in conformità all'articolo 8 del regolamento (UE) n. 1144/2014 (atto di base del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014).

L'**Agenzia esecutiva per i consumatori, la salute, l'agricoltura e la sicurezza alimentare (Chafea)** gestisce l'esecuzione tecnica e finanziaria della promozione di prodotti agricoli, il programma dell'UE per la salute, il programma per la tutela dei consumatori e l'iniziativa "Migliorare la formazione per rendere più sicuri gli alimenti".

Un **(co-)beneficiario** è un'organizzazione che riceve il cofinanziamento dell'UE a seguito di una candidatura con esito positivo nell'ambito di uno dei programmi cofinanziati dall'UE e dopo aver firmato la relativa convenzione di sovvenzione. Nel corso del processo di candidatura è fatto riferimento al **richiedente(i)** e/o ai **partecipanti**. Il termine **organizzazione proponente** è utilizzato sia per i richiedenti sia per i beneficiari, in funzione della fase della procedura.

Le proposte di **programmi semplici** possono essere presentate da una o più organizzazioni proponenti provenienti dallo stesso Stato membro.

Un singolo programma è indicato come un'**azione** e comprende una serie coerente di **attività**.

In caso di programmi semplici, viene firmato un **contratto** fra le autorità nazionali competenti e il beneficiario o i beneficiari, denominato **convenzione di sovvenzione**.

In caso di più beneficiari/richiedenti coinvolti in un'azione, deve essere firmato tra di essi un **accordo consortile** al fine di integrare la convenzione di sovvenzione. Tale accordo non deve contenere alcuna disposizione contraria alla convenzione di sovvenzione.

Un **prefinanziamento**, come indicato nel contratto, è equivalente ad un **anticipo** quale definito nei testi legislativi.

Un **organismo di esecuzione** è un organismo incaricato dell'esecuzione delle attività del programma e ha un ruolo di **subappaltatore**.

Il **portale dei partecipanti** è il sito web che contiene le informazioni sui finanziamenti per i programmi di Orizzonte 2020 e per altri programmi dell'Unione, comprese le azioni di promozione dei prodotti agricoli.

L'**account ECAS** è il servizio di autenticazione della Commissione europea. È un sistema che permette di connettersi a tutta una serie di siti web e di servizi online gestiti dalla Commissione.

Il **registro del beneficiario** è il registro online della Commissione europea contenente i beneficiari che partecipano ad azioni di promozione dei prodotti agricoli e ad altri programmi dell'Unione europea.

Il **codice di identificazione del partecipante (numero PIC)** è un codice di 9 cifre che il sistema rilascia al partecipante dopo il completamento della registrazione online.

L'**autorità nazionale competente** è il servizio responsabile designato dal governo dello Stato membro al fine di gestire l'attuazione dei programmi semplici.

1. PRESENTAZIONE DELLE PROPOSTE

Gli inviti a presentare proposte per le azioni di informazione e di promozione si avvarranno del sistema elettronico di presentazione originariamente sviluppato per i programmi di ricerca di Orizzonte 2020.

Le domande possono essere presentate soltanto online mediante il servizio elettronico di presentazione disponibile nel portale dei partecipanti e prima della data di scadenza dell'invito.

Il collegamento al sistema elettronico di presentazione è disponibile al seguente indirizzo:

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/agrip/index.html>

Per **eventuali domande riguardanti la presentazione online** (come password dimenticate, diritti di accesso e ruoli, aspetti tecnici della presentazione delle proposte, ecc.), **contattare l'helpdesk informatico istituito a tal fine attraverso il sito internet del portale dei partecipanti:**

<http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=enquiries>

Si prega di notare che, per l'utilizzo del sistema elettronico di presentazione, sono necessari alcuni requisiti tecnici minimi descritti al seguente link:

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Minimum+Technical+Requirements> (accessibile con un account ECAS, cfr. capitolo 1.2.1).

1.1. DOCUMENTI PRINCIPALI

Prima di prendere la decisione di presentare una proposta e di compilare i vari moduli di domanda, si prega di verificare se la vostra organizzazione, i prodotti oggetto della promozione e l'azione stessa soddisfano i criteri di ammissibilità. Occorre inoltre verificare se le attività previste e i paesi destinatari sono in linea con le priorità indicate nell'invito a presentare proposte.

Per questo motivo, il primo passo consiste nel leggere attentamente la documentazione pertinente, ossia:

- il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- il regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- il regolamento delegato (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- la decisione annuale di esecuzione della Commissione relativa all'adozione del programma di lavoro pertinente per l'anno in questione nell'ambito

delle azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;

- l'invito a presentare proposte per i programmi semplici.

In caso di ulteriori domande sono inoltre disponibili le seguenti opzioni:

- la presentazione sinottica e le domande frequenti (FAQ) sulla strategia di promozione sono disponibili al seguente indirizzo: <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/>;
- le domande frequenti (FAQ) sulla presentazione delle proposte sono disponibili al seguente indirizzo: <http://ec.europa.eu/chafea/agri/faq.html>;
- le autorità nazionali competenti: i richiedenti che preparano programmi semplici possono contattare le autorità competenti di uno Stato membro per ulteriori informazioni per quanto riguarda la base giuridica, il modello di convenzione di sovvenzione, nonché l'esecuzione delle azioni. L'elenco delle autorità nazionali competenti è disponibile all'indirizzo <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/member-states/>.

1.2. FASI PREPARATORIE

1.2.1. Registrarsi nel portale dei partecipanti utilizzando il proprio account ECAS

Per poter utilizzare il sistema elettronico di presentazione, occorre innanzitutto creare un profilo utente, il cosiddetto account ECAS.

A tal fine, basta accedere al portale dei partecipanti:

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/funding/index.html>

Se non si è ancora in possesso di un account per il portale dei partecipanti: è sufficiente cliccare su "REGISTER" (registrarsi) nell'angolo in alto a destra accanto a "LOGIN" (entrare) e registrarsi online.

Se si è già in possesso di un account per il portale dei partecipanti: si può entrare (cliccare su "LOGIN" nell'angolo in alto a destra) e iniziare a immettere le informazioni richieste.

1.2.2. Registrare la propria organizzazione nel registro dei beneficiari

La Commissione europea dispone di un registro online delle organizzazioni che partecipano ai diversi programmi dell'UE, denominato registro dei beneficiari. Tale registro consente di gestire in modo coerente i dati ufficiali delle diverse organizzazioni e di evitare richieste multiple delle stesse informazioni.

Con l'account ECAS è possibile procedere alla fase successiva, ossia registrare la propria organizzazione, nel caso non sia stata ancora registrata. È possibile verificare se la propria organizzazione è già registrata nella pagina del registro dei beneficiari:

<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/organisations/register.html>.

Qualora la propria organizzazione non figuri in questa pagina, e solo in questo caso, occorre avviare il processo di registrazione cliccando su "Register your organisation" (registrare la propria organizzazione).

Per completare il processo di registrazione è necessario fornire informazioni sullo status giuridico del proprio ente. Si prega di fornire le informazioni richieste unicamente nelle sezioni "Organisation data" (dati dell'organizzazione), "Legal address" (indirizzo della sede legale) e "Contact information" (contatti). Le altre sezioni non si applicano ai programmi semplici.

Non è necessario completare il processo di registrazione in un'unica sessione. È possibile inserire alcune informazioni, salvarle e continuare successivamente nella pagina **My organisations** (le mie organizzazioni) della sezione "My area" (il mio spazio).

Dopo aver ultimato la propria registrazione, i richiedenti riceveranno **un numero di codice di identificazione del partecipante a nove cifre (numero PIC)**. Avrete bisogno del numero PIC del coordinatore e di tutti gli altri beneficiari (ma non dei subappaltatori) per poter procedere con la compilazione della parte A della domanda.

La persona che registra l'organizzazione, denominata "self-registrant", può inserire aggiornamenti e correzioni nella pagina **My Organisations** della sezione My Area.

Si prega di notare che le registrazioni incomplete saranno automaticamente cancellate dopo un anno.

1.3. DOMANDA DI PARTECIPAZIONE AD UN'AZIONE

Una volta selezionato un invito e un tema, sarà possibile creare il proprio progetto di proposta. Una guida dettagliata è disponibile al seguente link: <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Step+3+Create+a+Draft+Proposal>

Si prega di notare che è possibile salvare la propria proposta e tornarci in una fase successiva. Per le istruzioni sulle relative modalità, si prega di utilizzare il seguente link:

<https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Step+5+Edit+and+Complete+Proposal>.

1.3.1. Regime linguistico

Le proposte possono essere redatte in una qualunque delle lingue ufficiali dell'Unione europea. Nel preparare le proprie proposte, i richiedenti devono tenere conto del fatto che i contratti saranno gestiti dagli Stati membri. Di conseguenza, i richiedenti sono invitati a presentare la loro proposta nella lingua o nelle lingue dello Stato membro di origine dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti, salvo se lo Stato membro interessato ha manifestato il proprio accordo a firmare il contratto in inglese¹.

Poiché il sistema elettronico di presentazione supporta solo i moduli in inglese è allegata alla presente guida una traduzione di tutti i moduli di domanda

¹ Informazioni disponibili su: <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/member-states/>

(allegati I e II) che può servire come riferimento quando si inseriscono i dati nei moduli di domanda online.

Requisiti specifici sono inoltre indicati nel capitolo 1.3.7 della presente guida, ove necessario.

Inoltre, per facilitare l'esame delle proposte da parte di esperti indipendenti che forniscono un contributo tecnico alla valutazione, la proposta dovrebbe, preferibilmente, essere accompagnata da una traduzione in inglese della parte tecnica (parte B) se redatta in un'altra lingua ufficiale dell'UE.

1.3.2. Orientamenti generali da consultare prima di elaborare la proposta

Si prevede che l'invito a presentare proposte sia fortemente competitivo. La presenza di un solo elemento debole in una proposta, altrimenti valida, può portare a una riduzione del punteggio complessivo, col risultato che la proposta non sarà raccomandata per il finanziamento dell'UE.

In tale ottica, si consiglia di riflettere sui seguenti aspetti prima di procedere alla redazione di una proposta:

- **Pertinenza:** verificare che la proposta tratti effettivamente il tema indicato nell'invito a presentare proposte. Le proposte che non rientrano nel campo di applicazione dell'invito saranno respinte a causa del mancato raggiungimento del punteggio minimo per il pertinente criterio di aggiudicazione.
- **Completezza:** verificare che la proposta comprenda tutte le informazioni pertinenti e che copra tutti gli aspetti descritti nei criteri di aggiudicazione, nel modello di proposta e nella presente guida, in quanto sarà valutata soltanto sulla base del contenuto trasmesso. Seguire scrupolosamente il formato del modello della parte B e assicurarsi che tutte le informazioni richieste siano caricate. Non dimenticare che quantità non è sinonimo di qualità: le buone proposte sono formulate chiaramente e risultano scorrevoli e di facile comprensione; sono precise, concise e incentrate sulla sostanza. Tenere presente che vi è un limite di pagine per la parte B della proposta (si veda il capitolo 1.3.6 per informazioni dettagliate) e che qualsiasi testo che superi questo limite sarà oscurato e gli esaminatori non terranno conto di tali pagine.
- **Orientamento verso i risultati e impatto:** le buone proposte devono indicare chiaramente i risultati da raggiungere e devono comprendere uno studio di valutazione solido e credibile, che deve essere effettuato da un organismo esterno indipendente. Lo studio non deve essere incentrato unicamente sul processo di valutazione, ma anche, in particolare, sull'analisi dei risultati, quali definiti nelle informazioni supplementari sui criteri di aggiudicazione (allegato VII).

Si prega di notare che le proposte saranno valutate sulla base delle informazioni fornite nella fase della presentazione (cfr. capitolo 2).

1.3.3. Ruolo e responsabilità delle varie entità

Nell'esecuzione di un'azione possono essere coinvolte diverse entità, ciascuna con un ruolo e una responsabilità differenti:

- il coordinatore è responsabile in particolare dei seguenti compiti:
 - presentare la proposta a nome di tutte le organizzazioni proponenti interessate;
 - controllare che l'azione venga eseguita correttamente;
 - agire da intermediario per tutte le comunicazioni tra i beneficiari e l'autorità nazionale competente, salvo ove diversamente specificato;
 - chiedere ai co-richiedenti/co-beneficiari tutti i documenti o le informazioni richiesti dall'autorità nazionale competente, esaminarli e verificarne la completezza e la correttezza prima di trasmetterli;
 - presentare i prodotti/servizi finali e le relazioni all'autorità nazionale competente durante l'esecuzione dell'azione;
 - garantire che tutti i pagamenti siano versati ai cobeneficiari a tempo debito;
 - informare l'autorità nazionale competente in merito agli importi versati a ciascun cobeneficiario, se necessario.

Si prega di notare che il coordinatore non può delegare ad altri i compiti summenzionati.

- Gli altri beneficiari/richiedenti sono in particolare responsabili dei seguenti compiti:
 - tenere aggiornate le informazioni nel registro del beneficiario (nel sistema di scambio elettronico);
 - informare immediatamente il coordinatore circa eventi o circostanze che possono incidere in modo significativo o ritardare l'attuazione dell'azione;
 - trasmettere al coordinatore in tempo utile:
 - i rendiconti finanziari individuali e, se richiesto, i certificati relativi ai rendiconti finanziari;
 - i dati necessari per la stesura delle relazioni;
 - qualsiasi altro documento o informazione richiesta dall'autorità nazionale competente, dall'Agenzia o dalla Commissione, a meno che non si richieda al beneficiario di presentare tali informazioni direttamente all'autorità competente nazionale, all'Agenzia o alla Commissione.

Inoltre, quando diversi beneficiari/richiedenti sono coinvolti in un'azione, deve essere firmato un **accordo consortile** per integrare la convenzione di sovvenzione. Tale accordo può assumere varie forme, ma in generale si tratta di un accordo scritto standard. Per orientamenti in materia di accordi consortili, è possibile consultare il manuale online e la guida *How to draw up your consortium agreement* (Come redigere il vostro accordo consortile), disponibile all'indirizzo: http://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/other/gm/h2020-guide-coord-a_en.pdf.

- Subappaltatore(i)

- I subappaltatori non sono parti della convenzione di sovvenzione e non hanno un rapporto contrattuale con le autorità nazionali competenti;
- gli organismi di esecuzione di cui all'articolo 13 del regolamento (UE) n. 1144/2014 sono considerati subappaltatori;
- essi devono essere selezionati garantendo il miglior rapporto qualità-prezzo o, se del caso, il prezzo più basso², come pure l'assenza di conflitto di interesse. I richiedenti/beneficiari considerati "organismi di diritto pubblico" devono rispettare la legislazione nazionale in materia di appalti pubblici che recepisce le direttive 2004/18/CE o 2014/24/UE;
- i subappalti possono essere direttamente concessi alle entità che hanno un legame strutturale con il beneficiario (ad esempio, un rapporto giuridico o di capitale), ma solo se il prezzo offerto al beneficiario è limitato ai costi effettivi sostenuti dall'entità che fornisce il servizio (vale a dire senza alcun margine di profitto).

1.3.4. Selezionare un invito e un tema

Si prega di notare che è possibile accedere al sistema elettronico di presentazione solo dopo la selezione di un invito e di un tema.

Per una descrizione dettagliata della procedura si prega di consultare la pagina: <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/wikis/display/ECResearchGMS/Steps+1+and+2+Logging+in+and+Selecting+a+Topic>

1.3.5. Modulo di domanda: Parte A – Informazioni amministrative

La parte A comprende campi di informazioni obbligatorie, liste di controllo e dichiarazioni da compilare e deve essere redatta direttamente tramite lo strumento di presentazione online.

Un modello del modulo della parte A è riportato nell'allegato I unitamente a istruzioni specifiche per ogni campo da compilare.

Le istruzioni seguenti sono relative alle domande presentate da più richiedenti gestiti da un coordinatore. Nel caso vi sia un unico richiedente, tutti i riferimenti al coordinatore sono da intendersi al richiedente.

Si prega di notare che, al fine di completare la parte A e nel caso di azioni presentate da più richiedenti:

- **il coordinatore è responsabile della presentazione della domanda;**
- **tutti gli altri richiedenti (esclusi i subappaltatori) devono essere registrati nel registro dei beneficiari e devono comunicare al coordinatore il proprio numero PIC;**

² Non applicabile agli organi di esecuzione

- **tutti i richiedenti devono aver eseguito un'autovalutazione della propria sostenibilità finanziaria tramite la pagina:**
<http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/organisations/lfv.html>
- **il coordinatore deve disporre del bilancio dell'azione per richiedente.**

Sezione 1: Informazioni generali

In questa sezione occorre fornire l'acronimo, il titolo della proposta, la durata, parole chiave a scelta e una sintesi della proposta in **inglese**.

La sottosezione "Declarations" contiene inoltre una serie di autodichiarazioni che il coordinatore deve effettuare cliccando sulla casella corrispondente. Tali dichiarazioni hanno lo scopo di confermare il rispetto di vari criteri fissati nell'ambito del quadro giuridico.

Se la proposta è selezionata per i finanziamenti dell'UE, i richiedenti dovranno firmare una dichiarazione sull'onore relativa ai criteri di esclusione prima di firmare la convenzione di sovvenzione.

Viene chiesto di effettuare un'autovalutazione della propria capacità finanziaria e barrare la casella per avvertire che, nel caso in cui la situazione finanziaria del richiedente sia debole, occorre fornire una spiegazione dettagliata delle fonti di finanziamento necessarie per l'esecuzione dell'azione nella sezione 8 della parte B. Il risultato ottenuto nell'autovalutazione non dovrebbe dissuadere dal presentare la proposta.

Sezione 2: Dati amministrativi sull'organizzazione o sulle organizzazioni proponenti

Il coordinatore inserisce il codice PIC della propria organizzazione e di tutti gli altri richiedenti (si veda il capitolo 1.2.2 della presente guida). Parte dei dati amministrativi saranno compilati automaticamente dopo l'inserzione del codice PIC.

Si prega di notare che sono ammesse solo le organizzazioni stabilite in uno degli Stati membri dell'UE. Nel caso in cui più richiedenti presentino congiuntamente una proposta, tutti dovrebbero essere stabiliti nello stesso Stato membro, in quanto la presente guida riguarda l'invito per programmi semplici.

Il coordinatore avrà in seguito la possibilità di dare l'accesso ad altre persone di contatto tra gli altri richiedenti selezionati nella fase precedente. Al momento di concedere diritti di accesso ad una persona di contatto per una determinata proposta, l'indirizzo di posta elettronica della persona (quello utilizzato per l'account ECAS) costituisce il principale identificatore. Il coordinatore sarà anche tenuto a definire il livello dei diritti di accesso per ciascuna persona di contatto (pieno accesso o diritti di sola lettura).

In seguito, il coordinatore (o la persona delegata) dovrà compilare i recapiti per ogni richiedente.

Sezione 3: bilancio

In questa sezione i richiedenti devono riempire una tabella di sintesi di bilancio:

3 - Budget for the proposal

No	Participant	Country	(A) Direct personnel costs	(B) Direct costs of subcontracting	(C) Other direct costs	(D) Indirect costs (4% on A)	Total costs	Reimbursement rate (%) ¹	Maximum EU contribution	Requested Grant ^{2,3}	Income generated by the action	Financial contributions given by third parties to the beneficiary	Action's total receipts
			(a)	(b)	(c)	(d) = 0.04 * (a)	(e) = (a)+(b)+(c) +(d)	(f)	(g) = (e)*(f)	(h)	(i)	(j)	(m) = (i) + (j)
1			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00		
Total			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00	0,00	0,00		

All costs are to be presented in EUR.

Le caselle in bianco devono essere compilate dal coordinatore, mentre le caselle in grigio vengono riempite o calcolate automaticamente dal sistema e le caselle in nero non possono essere compilate.

Ogni riga della tabella di bilancio rappresenta il totale delle spese stimate per ciascun richiedente.

I costi ammissibili comprendono:

- costi diretti di personale (colonna a): solo i costi di personale dei richiedenti;
- costi diretti di subappalto (colonna b): tutte le fatture degli organismi di esecuzione nonché di tutti gli altri subappaltatori; dovrebbero essere inclusi in quest'elenco anche i costi di subappalto generati da entità aventi un legame strutturale con il beneficiario (appalti aggiudicati senza un margine di profitto — si veda il capitolo 1.1.3 sopra);
- altri costi diretti (colonna c): i costi sostenuti dai richiedenti e che non sono legati al personale o ai subappalti, compresi i costi di viaggi, certificati di audit, garanzie di prefinanziamento, attrezzature e costi dovuti all'acquisto di altri beni e servizi;
- i costi indiretti (colonna d): tali costi sono calcolati dal sistema.

Si prega di fare riferimento al regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione per una descrizione dettagliata dei costi ammissibili. I costi devono essere ripartiti nei singoli bilanci dettagliati nella parte B della domanda, sezione 6.

Si prega di accertarsi che l'importo di ciascuna categoria di costi e i totali nella parte A siano pari agli importi corrispondenti indicati nel bilancio dettagliato individuale nella parte B della domanda. Gli importi sono calcolati compilando l'allegato VI "Bilancio per attività" (cfr. capitolo 1.3.7).

Il contributo massimo dell'UE nella colonna (g) è calcolato come il costo totale (e) moltiplicato per il tasso di rimborso (f). Quest'ultimo è compilato automaticamente dal sistema sulla base dello Stato membro del richiedente o dei richiedenti. L'invito elenca gli Stati membri che beneficiano di un'assistenza finanziaria al momento della sua pubblicazione, per i quali si applica un tasso di rimborso più elevato.

I richiedenti devono anche valutare se l'azione può generare entrate (ad esempio la vendita di attrezzature utilizzate da un'azione, la vendita di pubblicazioni,

onorari di conferenza, ecc.). Tale importo dovrebbe essere indicato nella colonna (i).

Si prega di notare che, per ragioni di semplificazione della tabella di bilancio, non è necessario specificare il contributo dei richiedenti. Qualsiasi importo nella differenza dei costi totali ammissibili stimati (e) meno il contributo dell'UE richiesto (h), meno le entrate generate dall'azione (i) è implicitamente considerato come "Contributo del richiedente".

Sezione 4: Informazioni relative all'azione

I paesi destinatari della proposta dovrebbero essere indicati in questa sezione. Inoltre, è necessario precisare il regime che si intende promuovere e il prodotto o i prodotti che saranno utilizzati per illustrarlo. Si prega di notare che possono essere selezionati diversi prodotti. Solo i prodotti ammissibili ai sensi dell'articolo 5 del regolamento (UE) n. 1144/2014 possono essere oggetto di un'azione di promozione o di informazione o possono essere utilizzati per illustrare il regime promosso.

Selezionare attentamente uno o più paesi destinatari, i regimi e i prodotti ammissibili nell'ambito del tema selezionato. I paesi beneficiari ammissibili, i regimi e i prodotti dei rispettivi temi si possono trovare nell'invito.

1.3.6. Modulo di domanda: Parte B – Contenuto tecnico

La parte B riguarda il contenuto tecnico della proposta. Per facilitarne la preparazione, i richiedenti sono invitati a utilizzare il **modello standard di cui all'allegato II** della presente guida e a seguire le istruzioni specifiche fornite in questo capitolo.

È importante compilare tutte le sezioni predefinite e rispondere alle domande indicate nel presente documento; esse mirano a orientare i richiedenti nella preparazione di una proposta e riguardano tutti gli aspetti importanti di quest'ultima. Ciò consentirà agli esperti indipendenti di effettuare una valutazione efficace rispetto ai criteri di aggiudicazione.

È possibile redigere la proposta in qualsiasi programma di trattamento dei testi. Tuttavia, dopo il completamento della redazione della proposta, il caricamento nel sistema elettronico di presentazione è possibile solo in **formato PDF**.

Si prega di notare che vi è un numero limitato di pagine consentito per questa parte: la parte B completa non dovrebbe contenere più di 70 pagine.

Pertanto, tutte le tabelle devono essere incluse in tale limite. La dimensione minima dei caratteri consentiti è di 11 punti. La dimensione della pagina è A4 e tutti i margini (alto, basso, sinistra, destra) devono essere di almeno 15 mm (esclusi i piè di pagina o le intestazioni).

Se si prova a caricare una proposta che supera il limite specificato prima del termine di presentazione delle proposte, si riceve un avviso automatico che chiede di abbreviare e caricare nuovamente la proposta.

Le pagine in eccesso saranno oscurate e non verranno prese in considerazione.

Una volta conclusa la proposta conformemente alle istruzioni riportate di seguito e in base al modello di cui all'allegato II, è necessario convertire il documento in PDF e caricarlo nel sistema elettronico di presentazione come "Parte B":

Si prega di notare che è possibile sostituire la proposta già caricata tutte le volte che lo si desidera prima della scadenza del termine. Assicurarsi che la versione finale sia caricata entro il termine stabilito.

La parte B deve comprendere le seguenti sezioni:

Sezione 1: Presentazione dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti

Presentare brevemente l'organizzazione o le organizzazioni (senza ripetere le informazioni già fornite nella parte A del modulo di domanda), il settore di prodotti rappresentato e i rispettivi membri. Possono essere incluse informazioni sulla struttura del settore, sul numero di imprese, sul fatturato e sui dati relativi all'occupazione.

Si prega di notare che le informazioni sulla rappresentatività dell'organizzazione nel proprio Stato membro per il settore o i settori di prodotti interessati devono essere fornite come allegato, utilizzando il modello disponibile sul portale dei partecipanti. Una volta compilato, l'allegato deve essere caricato separatamente nella rispettiva rubrica (cfr. anche il capitolo 1.3.7 della presente guida).

Sezione 2: Prodotti/regimi e analisi di mercato

L'analisi presentata in questa sezione serve come base per la definizione degli obiettivi dell'azione e della strategia.

Si prega di indicare i prodotti o regimi che saranno promossi o sui quali verranno diffuse informazioni tramite l'azione. Se del caso, indicare il codice o i codici NC³ dei prodotti.

Si prega di fornire le informazioni necessarie per descrivere il mercato e/o la situazione del grado di conoscenza nel mercato di riferimento rispondendo a domande quali:

Offerta:

- Qual è la struttura di mercato nei paesi destinatari e com'è posizionata in questo mercato la vostra organizzazione?
- Qual è la posizione di mercato dei produttori dell'UE appartenenti allo stesso settore di prodotti?
- Qual è la loro posizione rispetto ai concorrenti non UE?
- Quali sfide si trovano di fronte?
- Chi sono i loro principali concorrenti?
- Quali sono le loro strategie di marketing?
- Quali sono i vantaggi competitivi dei produttori dell'UE?
- Quali sono i vantaggi competitivi della vostra organizzazione proponente?
- Quali sono le sfide sul fronte della logistica? Descrivere brevemente i principali canali di distribuzione.
- **Nel caso di paesi terzi**, fornire dettagli sui dazi all'importazione (se del caso) e sulle misure sanitarie o fitosanitarie in vigore.

Domanda:

- Quali sono le caratteristiche, la demografia, i profili socioprofessionali e la tipologia dei consumatori attuali?
- Quali sono le tendenze di consumo sul medio termine?

Se l'azione riguarda il miglioramento delle conoscenze:

- Qual è lo stato attuale del grado di conoscenza dei consumatori?
- Cosa deve essere migliorato e quali sono le sfide da affrontare?
- Tra quali segmenti il grado di conoscenza è più forte/debole?

Fornire una sintesi delle relazioni disponibili sulle ricerche di mercato e/o sul grado di conoscenza dei consumatori in relazione ai mercati di riferimento. Se possibile, fare riferimento a relazioni accessibili a livello pubblico.

Può essere fornita anche una semplice **analisi SWOT**.

Nel caso siano in corso o siano state completate di recente azioni analoghe, si prega di indicare:

- a) il nome, la durata e i mercati di riferimento della o delle azioni analoghe,

³ Per ulteriori informazioni sui codici NC si rimanda alle seguenti pagine:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/tariff_aspects/combined_nomenclature/index_en.htm

- b) i risultati ottenuti, se sono noti al momento in cui è presentata la proposta.

Sezione 3: Obiettivi dell'azione

Sulla base della precedente sezione, specificare gli obiettivi dell'azione in termini di obiettivi concreti e quantificati.

Gli obiettivi devono essere "**SMART**" (specifici, misurabili, attuabili, incentrati sui risultati e temporalmente definiti):

- **specifici:** gli obiettivi devono essere precisi per poter essere compresi chiaramente;
- **misurabili:** deve essere possibile misurare i progressi compiuti nella loro realizzazione in base a una serie predefinita di indicatori quantificabili;
- **attuabili:** gli obiettivi devono essere realistici;
- **incentrati sui risultati:** gli obiettivi devono misurare i risultati, non le attività;
- **temporalmente definiti:** gli obiettivi devono disporre di un calendario preciso, un termine entro il quale devono essere raggiunti.

Le raccomandazioni per la valutazione dei risultati dell'azione devono facilitare lo sviluppo di obiettivi SMART. Ciò assicura inoltre la coerenza tra la valutazione ex-post dell'azione e gli obiettivi fissati in questa fase.

È possibile descrivere fino a tre obiettivi principali dell'azione (corrispondenti agli indicatori di impatto di cui all'atto di esecuzione e alla sezione 7 del presente capitolo). Per la maggior parte delle azioni di promozione, dovrebbe essere possibile effettuare una stima del loro impatto potenziale tramite uno o entrambi i seguenti indicatori di impatto. Per le azioni per le quali tali indicatori non sono adeguati dovrebbe essere fornita un'alternativa giustificata.

Per le azioni mirate a un ritorno economico, ad esempio quelle volte ad aumentare la quota di mercato dei prodotti dell'Unione, dovrebbe essere effettuata una stima di tale ritorno in termini monetari assoluti, ossia in EUR. Come nel caso del metodo di valutazione posteriore all'azione, l'obiettivo quantificato dovrebbe essere finalizzato all'esclusione di influenze esterne al fine di identificare l'effetto o gli effetti direttamente attribuibili all'azione. Questa stima deve andare al di là di un semplice confronto tra le cifre precedenti la campagna e quelle successive. Essa dovrebbe ad esempio, tener conto delle tendenze di mercato esistenti, che si verificherebbero anche in assenza dell'azione. Per maggiori informazioni sulle metodologie utilizzabili per il calcolo di tali cifre, si prega di fare riferimento all'allegato III della presente guida.

Le azioni volte a un ritorno di informazioni, ad esempio quelle volte a migliorare il grado di conoscenza delle persone, devono quantificare il rispettivo impatto previsto in numero di persone che hanno acquisito nuove conoscenze/cambiato parere. Il numero di persone che sono state effettivamente raggiunte costituisce l'indicatore di impatto del grado di conoscenza. L'allegato III della presente guida fornisce maggiori informazioni sui requisiti metodologici.

I punti seguenti devono essere inoltre presi in considerazione nel definire gli obiettivi dell'azione:

- in che modo gli obiettivi dell'azione sono correlati agli obiettivi del regime di promozione di cui agli articoli 2 e 3 del regolamento (UE)

n. 1144/2014? Gli obiettivi sono allineati alle priorità fissate nel programma di lavoro annuale?

- In che modo gli obiettivi sono correlati al messaggio principale dell'Unione descritto nella sezione seguente? Quali sono i rischi connessi al conseguimento degli obiettivi dell'azione?
- L'azione avrà un impatto sull'occupazione? Se pertinente, indicare il numero stimato di posti di lavoro mantenuti/creati attraverso l'azione. Si prega di utilizzare una base di riferimento per valutare l'impatto dell'azione rispetto a uno scenario privo di tale azione.
- Se recentemente sono state realizzate azioni analoghe, in che modo gli obiettivi della proposta sono correlati ai risultati delle azioni precedenti?

Sezione 4: Strategia dell'azione

Sulla base dell'analisi di mercato presentata nella sezione 2, descrivere il modo in cui si intende raggiungere gli obiettivi dell'azione.

Si prega di rispondere ai seguenti quesiti:

- elencare e descrivere i gruppi destinatari dell'azione. In che modo la strategia verrà adeguata a ciascuno di essi e in che modo saranno raggiunti tramite le diverse attività e canali dell'azione?
- In che modo le attività saranno scelte in relazione agli obiettivi?
- Nel caso in cui l'azione sia rivolta a più paesi, in che modo tale strategia verrà adeguata ai diversi mercati?
- L'azione è concepita a complemento di altre attività private o pubbliche realizzate dall'organizzazione o dalle organizzazioni proponenti o da altre parti interessate nei mercati di riferimento? In che modo saranno garantite le sinergie con tali attività?
- Nel caso in cui l'azione sia mirata alla promozione o alla diffusione di informazioni su un regime, tale regime sarà illustrato da un prodotto?

Descrivere la strategia di comunicazione. Quali saranno i principali messaggi utilizzati? Descrivere in che modo tali messaggi soddisfano la condizione di veicolare un messaggio principale dell'Unione.

Messaggi specifici (facoltativo)

1. I messaggi indicheranno l'origine dei prodotti? In che modo? (Cfr. le norme sull'indicazione di origine di cui agli articoli 2-4 del regolamento (UE) 2015/1831).
2. Si prevede di esporre marchi commerciali? (Cfr. le condizioni in cui i marchi possono essere promossi elencate al regolamento (UE) 2015/1831, articoli 6, 7 e 8). Quanti marchi saranno indicati?
 - A norma dell'articolo 5, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2015/1831: giustificare perché l'indicazione dei marchi è necessaria per conseguire gli obiettivi e come tale indicazione non indebolisca il principale messaggio dell'Unione.
 - Nel caso in cui siano esposti meno di 5 marchi, fornire una giustificazione che soddisfi le seguenti condizioni:

- a) i marchi commerciali dello Stato membro di origine dell'organizzazione proponente sono in numero inferiore per il prodotto o regime oggetto dell'azione;
- b) per motivi debitamente giustificati non è stato possibile organizzare un'azione comprendente diversi prodotti o diversi paesi, che consenta di esporre un numero superiore di marchi commerciali. In questo caso, i richiedenti sono tenuti a presentare un'adeguata giustificazione e informazioni pertinenti, tra cui l'elenco delle altre organizzazioni proponenti contattate e per le quali è stata presentata una proposta dall'organizzazione proponente interessata per istituire un'azione comprendente diversi prodotti o diversi paesi e indicando i motivi per cui un tale azione non è stata proposta.

Sezione 5: Dimensione UE dell'azione

Descrivere gli eventuali benefici che deriveranno dall'azione a livello dell'UE, in modo da giustificare il cofinanziamento da parte dell'UE. In che modo altri produttori dell'UE beneficeranno dell'azione?

Qual è la dimensione UE dell'azione in termini di:

- diffusione di informazioni sulle norme di produzione europee, gli standard di qualità e sicurezza applicabili a prodotti alimentari europei, la cultura e le pratiche alimentari europee;
- miglioramento del grado di conoscenza dei prodotti europei presso il grande pubblico e negli ambienti commerciali;
- creazione di sinergie tra le organizzazioni in diversi Stati membri;
- promozione dell'immagine dei prodotti europei sui mercati internazionali.

Sezione 6: Descrizione delle attività e analisi delle posizioni di bilancio

La descrizione deve comprendere sia una presentazione succinta delle attività, sia un'analisi dettagliata del relativo bilancio. I costi stimati devono essere forniti almeno al livello dei prodotti/servizi finali. Un prodotto/servizio finale è la realizzazione materiale di un'attività, ad esempio un seminario, un dépliant, un'azione nei punti vendita, eccetera. Per decidere il livello dei dettagli della descrizione delle attività e della presentazione del bilancio, si consiglia di rispondere ai seguenti quesiti circa un'attività specifica: chi, che cosa, quando, dove, perché?

Ad esempio, nel caso di seminari, il livello dei dettagli deve includere almeno il costo totale per seminario. Se nel corso del primo anno di esecuzione dell'azione deve essere organizzata una serie di seminari, è importante definire il gruppo destinatario, il termine entro il quale saranno organizzati gli eventi, le città nelle quali saranno organizzati, il numero di partecipanti, il tipo di sede scelta, il risultato atteso, ecc.

Come per le campagne mediatiche, la presentazione deve fornire dettagli in merito al bilancio complessivo investito nella produzione e nella distribuzione di messaggi pubblicitari (vale a dire l'acquisto di pubblicità nei media) così come il calendario della campagna. Non è necessario indicare i nomi delle pubblicazioni e delle stazioni televisive. Invece, è necessario fornire informazioni quali i Gross Rating Points (GRP - punti di valutazione lorda) come indicazione della portata della campagna.

I richiedenti devono altresì indicare chi realizzerà le singole attività - gli organismi di attuazione, i subappaltatori senza margine di profitto, altri subappaltatori o l'organizzazione proponente (in caso di più organizzazioni proponenti, chi realizzerà quale attività).

Modello per la descrizione delle attività:

Titolo dell'attività			
Obiettivi specifici	Quali indicatori di risultato sono collegati a questa attività?		
Descrizione dell'attività	Fornire una descrizione sintetica dell'attività, compreso il suo collegamento con la strategia di azione, i destinatari dell'attività, ecc.		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	Per ciascun anno dell'azione, elencare i prodotti/servizi finali (tramite indicatori di prodotto) dell'azione; il pagamento sarà collegato ai servizi richiesti.		
Analisi del bilancio	<ul style="list-style-type: none"> - il bilancio dovrebbe essere collegato ai risultati dell'azione; questo dovrebbe essere chiaro dall'analisi del bilancio; - fornire una stima dei costi almeno a livello di ciascun prodotto/servizio finale. 		
Esecuzione	Chi si occuperà di svolgere le attività?		

Esempio:

Titolo dell'attività	Ufficio stampa		
Obiettivi specifici	30 giornalisti presenti alla conferenza stampa, 20 articoli pubblicati gratuitamente dopo la conferenza stampa e un comunicato stampa del valore di 40 000 EUR		
Descrizione dell'attività	Descrivere dettagliatamente i compiti dell'ufficio stampa		
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali	1 conferenza stampa, 1 kit per la stampa, 2 comunicati stampa, relazione composta da estratti dei mezzi di comunicazione	2 comunicati stampa, relazione composta da estratti dei mezzi di comunicazione	2 comunicati stampa, relazione composta da estratti dei mezzi di comunicazione
Analisi del bilancio	<p>Conferenza stampa per 30 giornalisti: 5 000 EUR</p> <p>Redazione e distribuzione di 2 comunicati stampa, follow-up con i media: 1 000 EUR</p> <p>Lavoro continuo con la stampa: 50 giorni-persona, xxx EUR/giorno-persona</p> <p>...</p>		

Esecuzione	Organismo di esecuzione X
-------------------	---------------------------

Si prega di notare che il bilancio complessivo dell'azione per tipo di attività dovrebbe essere allegato alla proposta utilizzando il modello fornito. Per maggiori informazioni sul modello specifico si veda il capitolo 1.3.7 della presente guida.

Sezione 7: Misurazione dei risultati e indicatori d'azione

Definire un elenco di **indicatori di impatto** e di risultato (cfr. articolo 22 e allegato I dell'atto di esecuzione per un elenco di esempi). Gli indicatori di impatto **dovrebbero essere identici o strettamente legati agli obiettivi SMART dell'azione**.

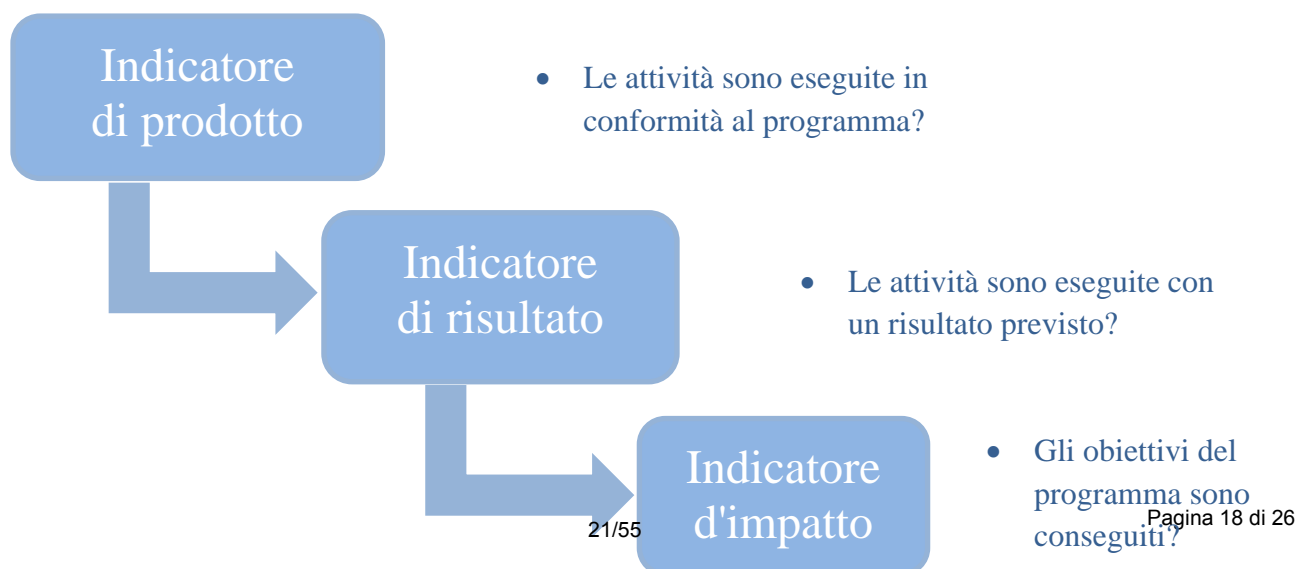
Descrivere nei dettagli la metodologia per misurare il raggiungimento degli obiettivi dell'azione. Precisare quando le valutazioni individuali saranno effettuate (per esempio: alla fine di ogni anno di azione; alla fine dell'azione). Esempi di informazioni dettagliate potrebbero essere la dimensione del campione nel caso di indagini, il modo in cui la base di riferimento sarà definita nel caso di calcolo del ritorno economico, ecc.

L'allegato III della presente guida fornisce esempi di metodi che possono essere utilizzati per misurare il grado di conoscenza globale suggerito, nonché gli indicatori di impatto economico. È possibile utilizzare anche altri metodi per la loro misurazione. Tuttavia, l'obiettivo dei metodi proposti è fissare un livello minimo di qualità delle valutazioni e allineare le valutazioni e la definizione di obiettivi delle diverse azioni.

Inoltre, è necessario valutare la serie di obiettivi specifici (indicatori di risultato quali definiti nell'atto di esecuzione) fissati per ogni gruppo di attività, quali descritti alla sezione 6. Eventualmente, stabilire una distinzione tra gruppi e/o mercati destinatari.

La valutazione dei risultati dell'azione non dovrebbe concentrarsi unicamente sulla buona esecuzione dell'azione. Un'azione che è stata realizzata secondo il piano può avere ciononostante un impatto modesto. Ad esempio, il fatto che 10 000 opuscoli siano stati distribuiti ai visitatori in occasione di degustazioni nei punti vendita conferma che l'attività è stata realizzata in base alla proposta. Tuttavia, non è una prova della realizzazione degli obiettivi dell'azione, che è collegata alla variazione del grado di conoscenza o all'aumento delle vendite. Il numero di opuscoli distribuiti rappresenta un indicatore di prodotto.

Il rapporto tra gli indicatori di prodotto, risultato e impatto può essere rappresentato come segue:



Sintetizzare gli indicatori di impatto, risultato e prodotto, come illustrato nella tabella seguente:

Tipo di indicatore	Indicatore	Quantità
<i>Prodotto</i>	<i>N. di spot televisivi in onda</i>	<i>50</i>
<i>Risultato</i>	<i>Numero di esposizioni ottenute con gli spot televisivi</i>	<i>20 000 000</i>
<i>Impatto</i>	<i>Variazione del grado di conoscenza — Numero di persone effettivamente raggiunte o che hanno cambiato parere</i>	<i>2 000 000</i>

Sezione 8: Organizzazione dell'azione e struttura della gestione

In questa sezione i richiedenti devono dimostrare di possedere le competenze professionali e le qualifiche necessarie a portare a termine l'azione.

Come prova, devono essere fornite in questa sezione le seguenti informazioni:

- profili generali (qualifiche ed esperienze) del personale del richiedente principalmente responsabile della gestione ed esecuzione dell'azione proposta;
- la relazione di attività dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti o una descrizione delle attività svolte in relazione ai settori operativi ammissibili al cofinanziamento.

Nel caso in cui i richiedenti propongano di attuare alcune parti della proposta, è necessario presentare le prove di un'esperienza di almeno tre anni nell'esecuzione di azioni di informazione e di promozione.

Inoltre, devono essere inclusi gli elementi seguenti:

- descrizione del modo in cui si intende garantire che l'azione sia eseguita nel rispetto dei tempi e del bilancio previsti e che i suoi obiettivi siano conseguiti.
- Quali sono i meccanismi di controllo della qualità? In caso di risultati insoddisfacenti da parte dell'organismo di esecuzione, in che modo l'organizzazione proponente intende garantire che l'azione sia eseguita come previsto?
- Descrizione del metodo di gestione dei rischi da mettere in atto: quali sono i rischi connessi all'esecuzione dell'azione (ad esempio in relazione a specifiche incertezze legate a paesi terzi destinatari). Come saranno affrontati? Quali misure di mitigazione saranno poste in essere?
- In che modo l'azione è destinata ad essere finanziata? I richiedenti sono tenuti ad indicare e commentare i risultati dell'autovalutazione sulla sostenibilità finanziaria⁴. In particolare se il risultato è "debole", spiegare

⁴ [Cfr. la sezione 1 del capitolo 1.3.5](#)

in che modo si intende fornire la liquidità necessaria (in aggiunta ai prefinanziamenti), ad esempio mediante fondi propri o credito bancario.

Sezione 9: Informazioni supplementari

Indicare eventuali ulteriori informazioni ritenute pertinenti.

1.3.7. Allegati

I seguenti allegati dovrebbero essere caricati per completare la domanda:

Titolo dell'allegato	Modello	Requisiti linguistici
Informazioni sull'entità giuridica	No	Possono essere presentate in qualsiasi lingua ufficiale dell'UE. Di preferenza, devono essere accompagnate da una traduzione in lingua inglese o almeno da una sintesi in inglese dei documenti presentati.
Informazioni sulla rappresentatività	Sì (Allegato IV)	Possono essere presentate in una qualsiasi delle lingue ufficiali dell'Unione europea e devono preferibilmente essere accompagnate da una traduzione in lingua inglese.
Informazioni sulla capacità finanziaria	Parziale (Allegato V)	Possono essere presentate in qualsiasi lingua ufficiale dell'UE. Non è necessaria una traduzione.
Relazione di audit, per le organizzazioni proponenti che richiedono una sovvenzione > 750 000 EUR	No	Può essere presentata in qualsiasi lingua ufficiale dell'UE. Non è necessaria una traduzione.
Testo identico alla parte B in inglese	Sì (Allegato II)	In inglese.
Bilancio per attività	Sì (Allegato VI)	Può essere presentato in qualsiasi lingua ufficiale dell'UE. Non è necessaria una traduzione.

I modelli per la parte B e i diversi allegati sono accessibili tramite lo strumento per la presentazione delle proposte. Dopo aver compilato le informazioni necessarie per la parte A del modulo di presentazione, è possibile scaricare un file zip contenente tutti i moduli.

Gli allegati V e VI sono forniti in un formato che consente di inserire i dati. A causa del tipo di formato (XFA), non è consentito caricare direttamente tale documento nel sistema informatico. Sono accettati solo i formati PDF statici (non PDF dinamici). Si prega di stampare e scansionare il documento in formato PDF o di stamparlo con una stampante virtuale.

È estremamente importante caricare il documento richiesto nel **formato corretto (PDF)** nella rubrica corrispondente. Errori in questo processo possono risultare in una proposta incompleta e rischiano di compromettere la domanda.

Pertanto, prima di chiudere la procedura di domanda o di uscire dal sistema, verificare ancora una volta che gli allegati siano in formato pdf e che il contenuto dei documenti corrisponda alle rispettive rubriche nello strumento di presentazione online.

Caricare i documenti corretti è esclusiva responsabilità del richiedente.

Si prega di notare che, per ciascuno degli allegati è possibile caricare un solo documento pdf.

Di conseguenza, per determinati allegati (come informazioni sull'entità giuridica, capacità finanziaria e relazioni di audit), **il richiedente o i richiedenti devono**

stampare i vari documenti e sottoporli a scansione al fine di riunirli in un unico documento.

Ciò vale anche per le azioni che coinvolgono vari richiedenti. Le informazioni pertinenti dovrebbero essere elaborate per tutti i richiedenti, al fine di disporre di un documento per allegato.

Informazioni sull'entità giuridica

Al fine di valutare l'ammissibilità del richiedente o dei richiedenti, devono essere presentati i documenti seguenti:

- ente privato: estratto della Gazzetta ufficiale, copia dello statuto, estratto del registro delle imprese o delle associazioni, certificato di assoggettamento all'IVA (se, come in taluni paesi, il numero del registro delle imprese corrisponde al numero di partita IVA, basta fornire uno di questi due documenti);
- ente pubblico: copia della risoluzione o della decisione che istituisce la società pubblica o altro documento ufficiale che istituisce l'ente di diritto pubblico;
- entità prive di personalità giuridica: documenti che attestino la capacità del rappresentante o dei rappresentanti di assumere impegni giuridici a loro nome.

Informazioni sulla rappresentatività

Al fine di valutare la rappresentatività del richiedente, il rispettivo modello deve essere compilato e caricato nella rubrica corretta nello strumento di presentazione. Il modello è disponibile nel file zip descritto sopra.

Informazioni sulla capacità finanziaria

I documenti giustificativi che devono essere allegati alla domanda online per consentire la valutazione della sostenibilità finanziaria comprendono:

- i conti annuali (compreso il bilancio e il conto profitti e perdite) per l'ultimo esercizio finanziario per il quale siano stati chiusi i conti (per le persone giuridiche di nuova costituzione, il piano economico in sostituzione dei conti);
- un modulo precompilato di capacità finanziaria che sintetizza i dati necessari alla valutazione della sostenibilità finanziaria. Il file pdf è disponibile nel file zip sopra indicato.

Relazione di audit

Inoltre, per un coordinatore o altri richiedenti che chiedono un contributo UE superiore o uguale a 750 000 EUR (soglia per richiedente), dovrebbe essere presentata una relazione di audit redatta da un revisore dei conti esterno autorizzato che certifichi i conti dell'ultimo esercizio disponibile. Questa disposizione non si applica agli organismi pubblici.

Testo identico alla parte B in inglese

Per facilitare l'esame delle proposte da parte di esperti indipendenti che forniscono un contributo tecnico alla valutazione, la proposta dovrebbe, preferibilmente, essere accompagnata da una traduzione in inglese della parte tecnica (parte B) se questa è redatta in un'altra lingua ufficiale dell'UE.

Bilancio per attività

Come illustrato nella sezione 6 della parte B, deve essere caricata separatamente una tabella con il bilancio per attività. Il modello del pdf è disponibile nel file zip descritto sopra.

Si prega di tener conto dei seguenti elementi in sede di compilazione della tabella:

- la rubrica "1. Coordinamento del progetto" comprende il coordinamento con lo Stato o gli Stati membri o l'Agenzia, tra i richiedenti e con gli organismi di esecuzione e gli altri subappaltatori.
- Il punto "Altro" in "2. Strategia" si riferisce, ad esempio, ai costi relativi al volto generale della campagna (celebrità).
- Le attività continue di pubbliche relazioni potrebbero essere: collaborazione con i blogger, compilazione di elenchi di contatti di giornalisti e blogger, elaborazione e lancio di comunicati stampa, schede informative, organizzazione di interviste, redazione e costi di filmati pubblicitari, redazione e invio di bollettini informativi a gruppi destinatari, raccolta e analisi di estratti dei mezzi di comunicazione, ecc.
- Gli eventi di stampa comprendono: conferenze stampa e altri eventi destinati alla stampa; tutti i costi dovrebbero essere specificati: le spese di personale per la preparazione, l'affitto e la decorazione della sala, la ristorazione e gli inviti.
- La pubblicità online deve essere presentata nella rubrica "5. Pubblicità" e non "4. Siti web, media sociali".
- La stampa alla rubrica "5. Pubblicità" non comprende i filmati pubblicitari che dovrebbero essere presentati nella rubrica PR (cfr. sopra); essa include invece gli inserti in quotidiani o riviste.
- La rubrica "TV" include la sponsorizzazione di programmi televisivi; specificare i destinatari e i GRP.
- La rubrica "Attività in ambienti esterni, cinema" comprende tabelloni, poster, pubblicità sugli autobus/tram ecc. — la pubblicità nei punti vendita è inclusa nella rubrica per la promozione nei punti vendita.
- La sponsorizzazione di eventi diversi da eventi che fanno parte dell'azione.
- Giornate di degustazione, comprensive di tutte le spese: personale, affitto della sede, stand temporanei, campioni dei prodotti, ecc.
- "9. Altre attività", che dovranno essere specificate nella proposta.

1.4. CONCLUSIONE DELLA PROCEDURA DI PRESENTAZIONE

1.4.1. Termine per la presentazione

Il **termine per la presentazione** delle offerte è indicato nell'invito a presentare proposte per i programmi semplici.

Il sistema elettronico di presentazione consente di sostituire/aggiornare la proposta in qualsiasi momento.

È possibile infatti caricare la propria proposta diverse volte prima della scadenza dell'invito, ad esempio per effettuare aggiornamenti o modifiche.

Per visualizzare e/o modificare la proposta presentata, andare alla pagina "My Proposals" (le mie proposte) sul portale dei partecipanti. Finché l'invito non è stata chiuso, la nuova versione sovrascrive le precedenti.

Dopo la scadenza del termine per la presentazione delle proposte non è più possibile effettuare aggiunte o modifiche.

È molto importante non aspettare l'ultimo giorno per la presentazione della propria proposta, in quanto si aumenterebbe significativamente il rischio che un problema dell'ultimo minuto blocchi la presentazione.

Al momento della presentazione della proposta, il sistema elettronico di presentazione svolgerà verifiche di base: completezza della proposta, coerenza interna dei dati, infezioni da virus, tipo di file, limiti delle dimensioni ecc.

Se non si riesce ad effettuare la presentazione della propria proposta entro il termine ultimo dell'invito, la proposta sarà ignorata dal sistema e non sarà considerata.

Si prega di non inviare la proposta per posta o e-mail alla Chafea, poiché solo gli invii tramite il sistema elettronico di presentazione saranno presi in considerazione.

1.4.2. Avviso di ricevimento

La data e l'ora di invio della domanda saranno automaticamente registrate e un avviso di ricevimento verrà inviato al coordinatore per email.

Se non si riceve un'email con l'avviso di ricevimento significa che la proposta NON è stata inviata.

1.4.3. Come presentare un ricorso

Se si ritiene che l'invio della proposta non sia riuscito a causa di un guasto del sistema elettronico di presentazione, si deve presentare immediatamente un ricorso attraverso l'helpdesk sul portale dei partecipanti, spiegando le circostanze e allegando una copia della proposta. Il metodo di presentazione di ricorso su altri aspetti della presentazione è illustrato nelle informazioni che si ricevono tramite il sistema di scambio elettronico (cfr. la sezione "My area" del portale dei partecipanti).

2. VALUTAZIONE E RISULTATI

Tutte le proposte ricevute dalla Chafea tramite il sistema elettronico di presentazione passano attraverso un processo di valutazione a vari livelli per quanto riguarda diverse categorie di criteri indicati nell'invito a presentare proposte: criteri di ammissibilità, di esclusione, di selezione e di aggiudicazione.

La valutazione delle proposte è effettuata con la massima riservatezza.

Una volta presentata la proposta, il richiedente non sarà contattato dalla Chafea fino a che la proposta non è valutata, a meno che:

- la Chafea debba contattare il richiedente per chiarire questioni quali l'ammissibilità o per richiedere ulteriori informazioni in merito a qualsiasi altra parte della proposta entro i limiti delle pertinenti disposizioni del regolamento finanziario dell'UE e relative modalità di applicazione (possono essere richiesti chiarimenti al fine di comprendere meglio elementi delle proposte presentate o documenti giustificativi; tuttavia i chiarimenti non comporteranno modifiche sostanziali della proposta);
- il richiedente abbia presentato un ricorso sulla procedura di presentazione (cfr. capitolo 1.4.3).

2.1. Panoramica del processo di valutazione

Tutti i criteri e i documenti giustificativi richiesti sono specificati nell'invito a presentare proposte per i programmi semplici. Si prega di leggere attentamente tali criteri. Le proposte che non soddisfano tali criteri saranno escluse in una determinata fase del processo di valutazione. Per quanto riguarda i criteri di aggiudicazione, informazioni supplementari figurano nell'allegato VII.

2.2. Risultati

Sulla base della valutazione tutte le proposte ammissibili sono classificate secondo il punteggio totale ottenuto. Solo le proposte che soddisfano tutti i punteggi minimi sono ammissibili ad un cofinanziamento. Alla proposta o alle proposte con il punteggio più elevato verrà concesso un cofinanziamento, a seconda della disponibilità di bilancio.

Una graduatoria separata deve essere stabilita per ciascuno dei temi prioritari elencati nell'invito pertinente.

Sarà inoltre elaborato un elenco di riserva di proposte per il caso in cui ulteriori stanziamenti siano resi disponibili nel corso dell'anno.

ALLEGATI

Allegato I: Modulo di domanda parte A — Versione commentata

Allegato II: Modulo di domanda parte B — Modello

Allegato III: Proposte metodologiche per il calcolo ex-post dei ritorni economici

Allegato IV: Informazioni sulla rappresentatività

Allegato V: Modulo di capacità finanziaria

Allegato VI: Bilancio per attività

Allegato VII: Informazioni supplementari sui criteri di aggiudicazione

Promozione di prodotti agricoli

Invito:

Tema:

Tipo di azione:

Numero della proposta:

Acronimo della proposta:

Indice

Sezione	Titolo	Azione
1	Informazioni generali	
2	Dati amministrativi relativi alle organizzazioni proponenti	
3	Bilancio della proposta	
4	Informazioni relative all'azione	

Come compilare i moduli

I moduli amministrativi devono essere compilati per ciascuna proposta utilizzando i modelli disponibili nel sistema elettronico di presentazione. Alcuni campi di dati sono precompilati sulla base delle precedenti fasi della procedura guidata (wizard) di presentazione.

1 - Informazioni generali

Codice identificativo dell'invito

Tipo di azione

Tema

Acronimo

Titolo della proposta

Massimo 200 caratteri (spazi inclusi)

Durata in mesi

Durata dell'azione in mesi interi: 12-24-36 mesi

Parole chiave a scelta

Digitare le parole chiave che descrivono la proposta (massimo 200 caratteri - spazi inclusi)

Riassunto

Breve sintesi (massimo 2 000 caratteri, spazi inclusi, in inglese) che spieghino chiaramente:

- *la pertinenza rispetto al tema*
- *gli obiettivi della proposta relativi principalmente alle vendite/esportazioni/consumo dei prodotti promossi considerati e/o al grado di conoscenza dei prodotti oggetto delle promozioni tra i gruppi destinatari*
- *in che modo gli obiettivi saranno raggiunti (strategia, descrizione delle attività, dei paesi destinatari e dei gruppi di riferimento)*
- *bilancio complessivo della proposta.*

La sintesi sarà utilizzata per descrivere brevemente la proposta a fini di comunicazione.

- *Non includere informazioni riservate, informazioni commerciali sensibili o informazioni personali*
- *Scrivere in stampatello, senza utilizzare caratteri speciali*

Numero di caratteri rimanenti 2000

Dichiarazioni*

Nelle dichiarazioni di seguito il termine “coordinatore” si riferisce al capofila di progetti presentati da più organizzazioni proponenti. Nel caso di proposte presentate da un’unica organizzazione proponente, le stesse dichiarazioni devono essere presentate dall’organizzazione che presenta la proposta.

Il coordinatore è responsabile unicamente della correttezza delle informazioni relative alla propria organizzazione. Ciascuna organizzazione proponente è responsabile della correttezza delle informazioni relative alla propria organizzazione come dichiarato di seguito. Se la proposta è selezionata per i finanziamenti UE, il coordinatore e ciascuna organizzazione proponente selezionata saranno tenuti a presentare una dichiarazione individuale a tale riguardo.

1) Solo per le proposte con più di un’organizzazione proponente: il coordinatore dichiara di aver acquisito il consenso esplicito di tutte le organizzazioni proponenti in merito alla loro partecipazione e al contenuto della presente proposta.	<input type="checkbox"/>
2) Le informazioni contenute nella presente proposta sono esatte e complete.	<input type="checkbox"/>
3) Il coordinatore conferma di aver effettuato un’autovalutazione della capacità finanziaria per la propria organizzazione e dichiara che ciascuna organizzazione proponente ha confermato di aver eseguito il medesimo controllo alla pagina: http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/organisations/lfv.html tranne nel caso in cui il coordinatore o una qualsiasi delle organizzazioni proponenti siano esenti dal controllo suddetto in quanto organismi di diritto pubblico ai sensi dell’articolo 2, paragrafo 1, quarto comma, della direttiva 2014/24/UE.	<input type="checkbox"/>

4) Il coordinatore dichiara con la presente che la sua entità e ciascuna organizzazione proponente hanno confermato:

- che, se beneficiano di una sovvenzione al funzionamento proveniente da un programma UE, non potranno imputare i costi indiretti della presente azione per l’anno specifico coperto dalla sovvenzione di funzionamento;	<input type="checkbox"/>
- che sono pienamente in regola con i criteri di esclusione e di ammissibilità fissati nell’invito specifico a presentare proposte;	<input type="checkbox"/>
- che dispongono delle risorse tecniche e finanziarie necessarie per svolgere l’azione in modo efficace; nonché	<input type="checkbox"/>
- che non sono beneficiarie di finanziamenti dell’Unione per alcuna delle azioni di informazione e di promozione descritte nella presente proposta;	<input type="checkbox"/>
- che sono rappresentative del settore o del prodotto interessato dalla proposta a norma delle condizioni di cui all’articolo 1, paragrafi 1 o 2, del regolamento delegato (UE) n. 2015/1829 della Commissione;	<input type="checkbox"/>
- che non ricevono e non riceveranno alcun contributo finanziario da parte di terzi al fine di cofinanziare l’esecuzione dell’azione per la quale possono ricevere una sovvenzione nell’ambito del presente invito a presentare proposte.	<input type="checkbox"/>

5) Il coordinatore conferma che le proposte riguardano soltanto i prodotti e i regimi ammissibili di cui all’articolo 5 del regolamento (UE) n. 1144/2014.	<input type="checkbox"/>
6) Il coordinatore conferma che la proposta è conforme al diritto dell’Unione che disciplina i prodotti in questione e la loro commercializzazione e alle condizioni specifiche per le attività di mercato interno, come stabilito dall’articolo 3, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione.	<input type="checkbox"/>

- organizzazione di produttori o associazione di organizzazioni di produttori
- organismo del settore agroalimentare

Dipartimenti incaricati di svolgere il lavoro proposto

Dipartimento 1

Nome del dipartimento

Stesso indirizzo dell'organizzazione proponente

Via

Indicare la via e il numero

Località

Codice postale

Paese

Persona responsabile della proposta

Nel modulo amministrativo, il nome e l'indirizzo email delle persone di contatto sono in modalità "read-only" (sola lettura); in questa sede è possibile modificare solo i dettagli supplementari. Al fine di fornire i diritti di accesso e i recapiti di base delle persone di contatto, si prega di tornare alla fase 4 della procedura guidata della presentazione e salvare le modifiche.

Titolo

Sesso Maschile Femminile

Nome

Cognome

Email

Posizione nell'organizzazione

Dipartimento

Stesso indirizzo dell'organizzazione proponente

Via

Località

Codice postale

Paese

Sito web

Telefono

Telefono 2

Fax

Altre persone di contatto

Nome	Cognome	Email	Telefono
-------------	----------------	--------------	-----------------

SAMPLE

3 - Bilancio della proposta

Tutte le spese devono essere espresse in EUR.

Partecipante	Paese	A. Costi diretti di personale	B. Costi diretti di subappalto	C. Altri costi diretti	D. Costi indiretti (4% su A)	Totale costi	Tasso di rimborso % ¹	Contributo massimo dell'UE	Sovvenzione ^{2,3}	Reddito generato dall'azione
		(a)	(b)	(c)	(d) = 0,04 * (a)	(e) = (A) + (B) + (c)+(d)	(f)	(g) = (e) * (f)	(h)	(i)
Totale										

1 - Le organizzazioni proponenti provenienti dagli Stati membri che beneficiano di assistenza finanziaria hanno diritto ad una maggiorazione del 5% sul tasso di rimborso pertinente per il tema scelto.

2 - Se una particolare organizzazione proponente chiede più di 750 000 EUR di contributo UE, è necessario presentare un certificato di audit rilasciato da un revisore dei conti esterno autorizzato. La relazione certifica i conti riguardanti l'ultimo esercizio per il quale i conti sono disponibili. Questa condizione non si applica alle organizzazioni proponenti aventi lo status di organismi di diritto pubblico ai sensi dell'articolo 2, paragrafo 1, comma 4 della direttiva 2014/24/UE.

3 - La sovvenzione richiesta non può superare il contributo massimo dell'UE.

4 - Informazioni relative all'azione

Paese o paesi destinatari

Selezionare uno o più paesi destinatari

Si prega di selezionare attentamente uno o più paesi destinatari ammissibili nell'ambito del tema selezionato. L'elenco dei paesi destinatari dei rispettivi temi è disponibile sul portale dei partecipanti.

L'azione è destinata a promuovere uno dei seguenti regimi di qualità nazionali o dell'UE?

- Regimi di qualità dell'UE per i prodotti agricoli e alimentari, vini o bevande spiritose
- Metodo di produzione biologica
- Logo dei prodotti agricoli di qualità tipici delle regioni ultraperiferiche dell'Unione
- Regimi di qualità nazionali
- L'azione non promuove alcuno dei regimi di cui sopra

Prodotti promossi o utilizzati per illustrare il regime promosso

Selezionare una o più categorie di prodotti

È possibile trovare ulteriori spiegazioni sulle diverse categorie di prodotti nella guida per la presentazione delle domande.

Allegati

- Informazioni sull'entità giuridica
- Informazioni sulla rappresentatività
- Informazioni sulla capacità finanziaria
- Relazione di audit (per le organizzazioni proponenti che richiedono una sovvenzione > 750 000 EUR)
- Testo identico della parte B in inglese
- Bilancio per attività

Titolo dell'azione

1. Presentazione dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti

--

2. Prodotti/regimi e analisi di mercato

--

3. Obiettivi dell'azione

--

4. Strategia dell'azione

--

5. Dimensione UE dell'azione

--

6. Descrizione delle attività e analisi delle posizioni di bilancio

Modello per la descrizione delle attività:			
Titolo dell'attività			
Obiettivi specifici			
Descrizione dell'attività			
	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi finali			
Analisi del bilancio			
Esecuzione			

7. Misurazione dei risultati e indicatori d'azione

--

8. Organizzazione dell'azione e struttura della gestione

--

9. Informazioni supplementari

--

Allegato III: Proposte metodologiche per il calcolo ex-post dei ritorni economici

I suggerimenti che seguono devono essere presi in considerazione per la valutazione dei risultati di un programma di promozione. Tuttavia, dovrebbe esserci coerenza tra la valutazione dei risultati alla fine del programma e gli obiettivi fissati all'inizio del medesimo. Pertanto, nell'elaborazione della proposta di programma, si prega di tener conto di tali raccomandazioni per la definizione degli obiettivi (impatti) e l'analisi del mercato.

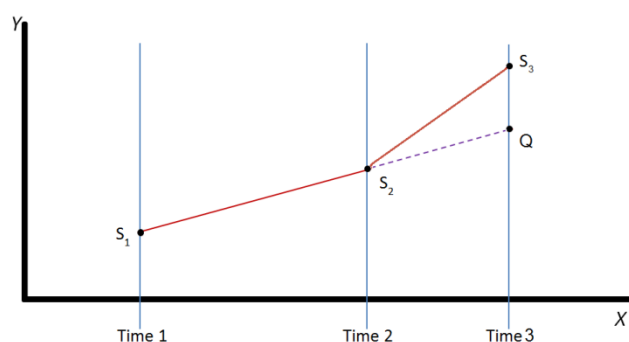
Impatto economico

I programmi di promozione prevedono un ritorno economico. Tuttavia, poiché le attività promozionali hanno luogo in un contesto complesso, il loro reale impatto economico è difficile da identificare. Un semplice confronto dei parametri economici prima e dopo la campagna non tiene conto delle variabili di influenza esterna. Per distinguere il vero effetto della campagna promozionale da altre variabili quali tendenze o crisi di mercato, il calcolo del ritorno economico dovrebbe far uso di una base di riferimento. La "base di riferimento" fornisce una stima di quel che si sarebbe verificato in assenza del programma di promozione. L'impatto è quindi stimato mediante la comparazione tra lo scenario di riferimento e i dati osservati. I risultati di questa valutazione dovrebbero essere espressi in euro.

La base di riferimento può essere determinata in vari modi. A tal proposito si descrivono due metodi semplici e intuitivi. Possono essere utilizzati anche altri metodi, ma la metodologia specifica prescelta dovrebbe essere giustificata.

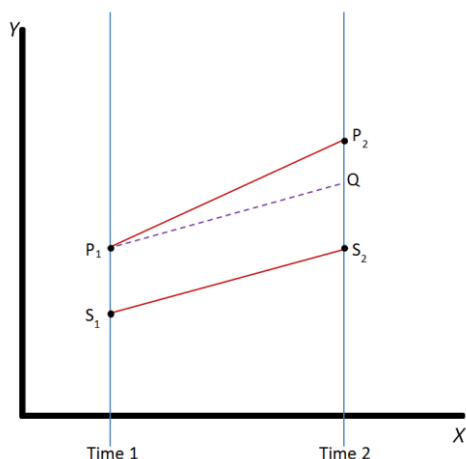
1) Tendenza storica

Se il mercato di un prodotto ha avuto una tendenza stabile per un periodo di tempo significativo, si potrebbe proiettare tale tendenza nel futuro e utilizzarla come base di riferimento. In questo caso, il valore di riferimento Q può essere costruito proiettando la tendenza di mercato tra il tempo 1 (S_1) e (S_2) fino al tempo 3 (Q). Successivamente la situazione osservata nel tempo 3 (S_3) può essere corretta sulla base della tendenza, detraendo Q da S_3 per ottenere l'effetto del programma. Come già menzionato, questo metodo richiede un mercato dalla tendenza stabile e non è dunque adatto per mercati ad alta volatilità.



2) Differenza nelle differenze

In molti casi, non ci sono tendenze di mercato stabili. Un altro approccio utilizza un prodotto comparabile per identificare lo scenario di riferimento. L'immagine seguente mostra una base di riferimento utilizzata nella metodologia "differenza nelle differenze". Un prodotto comparabile (tale comparabilità deve essere giustificata) mostra una tendenza di mercato specifica (da S_1 a S_2). Lo scenario di riferimento (Q) può essere costruito proiettando questa tendenza di mercato sulla situazione precedente la campagna del prodotto oggetto di promozione (P_1). Confrontando la situazione osservata successivamente alla campagna (P_2) con la base di riferimento, è possibile dedurre l'effetto della campagna, tenendo conto delle tendenze di mercato.



Si prega di notare la complementarità dei due metodi sopra descritti. Se un prodotto ha mostrato in passato una tendenza analoga a quella del prodotto promosso/oggetto dell'analisi, si potrebbe sostenere che è comparabile e pertanto adatto a costruire la base di riferimento mediante il metodo della differenza nelle differenze.

Il ritorno del programma consiste nell'aumento delle vendite (EUR) nel corso della sua esecuzione. Gli effetti a lungo termine non possono essere presi in considerazione in quanto la valutazione avviene alla fine del programma.

Si raccomanda inoltre di inserire il ritorno sull'investimento (ROI) del programma. Quest'ultimo dev'essere calcolato come rapporto tra l'aumento delle vendite o delle esportazioni dei prodotti nel corso del periodo di durata del programma (ritorno) e l'investimento effettuato (pari al totale dei costi del programma).

Impatto sul grado di conoscenza

L'obiettivo finale dei programmi informativi è aumentare il grado di conoscenza. Per conoscere il numero delle persone che hanno acquisito nuove conoscenze, si potrebbe svolgere un'indagine con la seguente struttura:

poiché nella maggior parte dei casi una campagna d'informazione copre una serie di temi e di messaggi, non è sufficiente una sola domanda per valutare l'effettiva ricezione delle informazioni, ma sono necessarie più domande. Una persona può essere considerata ben informata sul messaggio/tema se conosce la risposta ad una percentuale predefinita di tali domande. La tabella che segue mostra un esempio di test in cui si considera ben informata una persona che ha ottenuto un punteggio di almeno 2/3:

Persona X	Risposta desiderata	Risposta selezionata	Persona Y	Risposta desiderata	Risposta selezionata
Domanda 1	Sì	Sì	Domanda 1	Sì	Sì
Domanda 2	Sì	Sì	Domanda 2	Sì	No
Domanda 3	No	Sì	Domanda 3	No	No
Risultato	2/3 = positivo		Risultato	1/3 = negativo	

La persona X ha superato il test mentre la persona Y non l'ha superato. L'aumento in termini assoluti del numero di persone che superano tale test, confrontando la situazione precedente e successiva alla campagna, rappresenta l'impatto sul grado di conoscenza. Le domande devono essere formulate in modo tale che l'attribuzione del punteggio risulti semplice. Esse dovrebbero anche essere rappresentative dei temi e dei messaggi coperti dal programma. Le persone incluse nell'indagine devono essere rappresentative del gruppo o dei gruppi destinatari. Il confronto delle indagini

precedenti e successive alla campagna deve indicare il numero assoluto delle persone che hanno acquisito nuove conoscenze.

Possono essere utilizzati anche altri metodi di indagine. Tuttavia, devono essere debitamente giustificati e permettere di conseguire lo stesso obiettivo.

Allegato IV: Informazioni sulla rappresentatività

A norma dell'articolo 7 del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio (in appresso "BA") e dell'articolo 1 del regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione (in appresso "DA"), l'organizzazione proponente deve essere rappresentativa del proprio prodotto o settore. La tabella seguente fornisce una sintesi delle possibilità che consentono di dichiarare la rappresentatività. Gli articoli citati possono essere consultati nel [DA](#) e nel [BA](#).

Tipo di organizzazione	Criteri di rappresentatività
Organizzazione professionale o interprofessionale stabilita in uno Stato membro o a livello dell'UE	Se rappresenta almeno il 50% dei produttori o il 50% del volume o del valore commercializzabile della produzione del prodotto/dei prodotti o del settore interessati (articolo 1, paragrafo 1, lettera a), punto i), del DA)
	<u>Organizzazione interprofessionale</u> riconosciuta dallo Stato membro (articolo 1, paragrafo 1, lettera a), punto ii), del DA)
	<u>Gruppi oggetto dei regimi di qualità dell'UE</u> : se rappresenta almeno il 50% del volume o valore di produzione del prodotto o dei prodotti commerciabili con denominazione registrata (articolo 1, paragrafo 1, lettera b), del DA)
Organizzazione di produttori/Associazione di organizzazioni di produttori	Riconosciuta dagli Stati membri (articolo 1, paragrafo 1, lettera c), punto ii), del DA)
Organismo del settore agro-alimentare	<ul style="list-style-type: none"> - con obiettivi e attività intesi a fornire informazioni e a promuovere prodotti agricoli; - investito dallo Stato membro interessato di attribuzioni di servizio pubblico chiaramente definite in questo settore; - stabilito almeno 2 anni prima della pubblicazione dell'invito; - che annovera rappresentanti del prodotto o del settore tra i suoi membri (articolo 7, paragrafo 1, lettera d), del BA).

Si prega di descrivere il modo in cui l'organizzazione soddisfa i criteri di rappresentatività negli Stati membri interessati o a livello di Unione. A tal proposito, si prega di descrivere:

- il tipo e lo status della propria organizzazione, ad esempio un consorzio di X e Y, il riconoscimento da parte dello Stato membro, i rappresentanti del settore, ecc.,
 - i dati sulla produzione commercializzabile, esportazioni, fatturato, vendite, numero di produttori ecc.
- Si prega di includere i riferimenti alle fonti delle informazioni a cui si fa riferimento nella vostra motivazione.

Se la vostra organizzazione non è rappresentativa secondo i criteri di cui sopra, fornire una giustificazione del perché si ritiene che dovrebbe essere considerata rappresentativa. Possono essere accettate soglie più basse di quelle sopra menzionate, se l'organizzazione proponente dimostra la presenza di circostanze specifiche, compresi dati concreti sulla struttura del mercato a giustificazione del trattamento dell'organizzazione proponente come rappresentante del prodotto/dei prodotti o del settore interessati (deroga alla norma del 50% (articolo 1, paragrafo 2 del DA)).

Qualora la proposta sia presentata da più organizzazioni proponenti, si prega di inserire tutte le descrizioni in un unico documento. Le informazioni non dovrebbero superare i 2 000 caratteri per organizzazione proponente.

Modulo di capacità finanziaria CHAFEA

Lingua

IT

Azione e informazioni sui partecipanti

Titolo dell'azione

Numero della proposta

Nome del partecipante

Contributo totale dell'UE

Contributo dell'UE per partecipante

Informazioni contabili

Data di inizio dell'esercizio contabile

Data di fine dell'esercizio contabile

Durata dell'esercizio contabile

Contabilità di cassa

Nuova entità

Data di costituzione

Valuta

Tasso di cambio

Modulo di capacità finanziaria CHAFAEA

Bilanci degli ultimi due esercizi contabili

Attivo	In unità monetaria		In euro	
1. Capitale sottoscritto non versato				
2. Immobilizzazioni (2.1 + 2.2 + 2.3)				
2.1 Immobilizzazioni immateriali				
2.2 Immobilizzazioni materiali				
2.3 Immobilizzazioni finanziarie				
3. Attivo circolante (3.1 + 3.2.1 + 3.2.2 + 3.3 + 3.4)				
3.1 Scorte				
3.2.1 Crediti con durata residua superiore a un anno				
3.2.2 Crediti con durata residua fino a un anno				
3.3 Depositi bancari e consistenza di cassa				
3.4 Altro attivo circolante				
Totale attivo (1 + 2 + 3)				

Modulo di capacità finanziaria CHAFEA

Bilanci degli ultimi due esercizi

Passivo	In unità monetaria		In euro	
4. Capitale e riserve (4.1 + 4.2 + 4.3 + 4.4)				
4.1 Capitale sottoscritto				
4.2 Riserve				
4.3 Utili e perdite portati a nuovo dagli anni precedenti				
4.4 Utili e perdite portati a nuovo per l'esercizio finanziario +/-				
5. Debiti (5.1.1 + 5.1.2 + 5.2.1 + 5.2.2)				
5.1.1 Debiti a lungo termine non bancari				
5.1.2 Debiti a lungo termine bancari				
5.2.1 Debiti a breve termine non bancari				
5.2.2 Debiti a breve termine bancari				
Totale passivo (4 + 5)				

SAMPLE

Modulo di capacità finanziaria CHAFEA

Conto profitti e perdite degli ultimi due esercizi contabili

Conto profitti e perdite	In unità monetaria		In euro	
6. Fatturato				
7. Variazione delle scorte +/-				
8. Altri proventi di gestione				
9. Costi di materie prime e sussidiarie				
10. Altri oneri di gestione				
11. Spese per il personale				
12. Risultato operativo lordo (6+ 7 + 8 - 9 - 10 - 11)				
13. Deprezzamento e rettifiche di valore relativi alle immobilizzazioni non finanziarie				
14. Risultato operativo netto (12 - 13)				
15. Proventi finanziari e rettifiche di valore relativi alle immobilizzazioni finanziarie				
16. Interessi pagati				
17. Oneri assimilati				
18. Utili/perdite provenienti da attività ordinarie (14 + 15 + 16 + 17)				
19. Proventi e oneri straordinari +/-				
20. Imposte sugli utili +/-				
21. Risultato (utili o perdite) dell'esercizio (18 + 19 - 20)				

Data e firma del direttore contabile del partecipante o funzione analoga:

Modulo di capacità finanziaria CHAFEA

Solo per uso interno CHAFEA

Criteri principali			
Capitale netto 1	Capitale netto > 0,2 x Contributo totale dell'UE	Capitale netto	0,2 x Contributo totale dell'UE
Capitale netto 2	Capitale netto > 0,2 x Contributo dell'UE per partecipante	Capitale netto	0,2 x Contributo dell'UE per partecipante
rapporto 1	Capitale di esercizio		>0,00

Criteri secondari			
rapporto 2	Capitale e riserva (senza capitale sottoscritto)		>0
rapporto 3	Utili e perdite dell'esercizio		>0
rapporto 4	Autonomia finanziaria		>0

Per informazione			
rapporto 5	Risultato operativo lordo		>0
Totale attivo = Totale passivo		Totale attivo	Totale passivo

Due to the type of the form (XFA form) IT IS NOT ALLOWED to attache this document as it is, directly in SEP.

Only flat PDF's (not dynamic PDF) is accepted.

Please print and scan the document in PDF format or print it using the virtual Adobe printer if you have the professional version of Acrobat or another virtual printer for the submission

[CLICK HERE TO PRINT THE VERSION TO ATTACH TO SEP.](#)

Tabella di bilancio dettagliata

Acronimo della proposta

ID della proposta

Linea di bilancio	Anno	A. Costi diretti di personale	B. Costi diretti di subappalto	C. Altri costi diretti	TOTALE
1. Coordinamento del progetto					
Costi di personale dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Altri costi di coordinamento del progetto					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					
2. Strategia					
Definizione della strategia di comunicazione					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Definizione dell'identità visiva della campagna					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Ricerca di mercato					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Altro					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					
3. Relazioni pubbliche					
Attività permanenti di pubbliche relazioni (ufficio di pubbliche relazioni)					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Eventi stampa					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					

Linea di bilancio	Anno	A. Costi diretti di personale	B. Costi diretti di subappalto	C. Altri costi diretti	TOTALE
4. Sito web, media sociali					
Creazione, aggiornamento e manutenzione del sito web					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Media sociali (creazione di account, pubblicazione periodica)					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Altro (applicazioni per dispositivi mobili, piattaforme di e-learning, seminari via web, ecc.)					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					
5. Pubblicità					
Stampa					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TV					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Radio					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
On-line					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Pubblicità esterna, cinema					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					
6. Strumenti di comunicazione					
Pubblicazioni, materiali informativi ad uso dei mezzi di informazione (media kit), articoli promozionali					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Video promozionali					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					

Linea di bilancio	Anno	A. Costi diretti di personale	B. Costi diretti di subappalto	C. Altri costi diretti	TOTALE
7. Eventi					
Stand fieristici					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Seminari, workshop, incontri tra imprese, corsi di formazione commerciale o per cuochi, attività nelle scuole					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Settimane dei ristoranti					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Sponsorizzazione di eventi					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Viaggi di studio in Europa					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Altri eventi					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
	TOTALE				
8. Promozione nei punti vendita					
Giornate di degustazione					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
Altro: Promozione in pubblicazioni dei dettaglianti, pubblicità nei punti vendita, promozione nelle mense					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
	TOTALE				
9. Altre attività					
Altre attività					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
	TOTALE				
10. Valutazione dei risultati					
Valutazione dei risultati					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
	TOTALE				

Linea di bilancio	Anno	A. Costi diretti di personale	B. Costi diretti di subappalto	C. Altri costi diretti	TOTALE
Costi indiretti delle OP					
Costi indiretti delle OP (fino a un massimo del 4% dei costi diretti di personale delle OP)					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					
Altri costi ammissibili delle OP					
Altri costi ammissibili delle OP (certificati di audit, garanzie di prefinanziamento, IVA non recuperabile)					
	Anno 1				
	Anno 2				
	Anno 3				
TOTALE					
TOTALE DI TUTTE LE RUBRICHE					
	Anno 1				
TOTALE DI TUTTE LE RUBRICHE	Anno 2				
TOTALE DI TUTTE LE RUBRICHE	Anno 3				
TOTALE GENERALE					

Due to the type of the form (XFA form) IT IS NOT ALLOWED to attache this document as it is, directly in SEP.

Only flat PDF's (not dynamic PDF) is accepted.

Please print and scan the document in PDF format or print it using the virtual Adobe printer if you have the professional version of Acrobat or another virtual printer for the submission

[CLICK HERE TO PRINT THE VERSION TO ATTACH TO SEP.](#)

Allegato VII: Informazioni supplementari sui criteri di aggiudicazione

Come indicato nell'invito, la parte B della domanda consente di valutare la proposta in base ai criteri di aggiudicazione.

Più precisamente, ogni proposta sarà valutata secondo i criteri e i sottocriteri riportati nella tabella seguente, mentre è fissato un punteggio minimo per ciascuno dei principali criteri di aggiudicazione dell'appalto. I seguenti sottocriteri saranno presi in considerazione nella valutazione di ciascuno dei principali criteri di aggiudicazione:

CRITERI	SOTTOCRITERI
1. Contributo agli obiettivi generali e specifici	Punteggio massimo: 20 Soglia minima: 14
a) Pertinenza delle azioni di informazione e di promozione proposte in relazione alle priorità, agli obiettivi e ai risultati attesi annunciati nell'ambito della priorità tematica pertinente.	<ul style="list-style-type: none"> • La proposta è in linea con le priorità, gli obiettivi e i risultati attesi annunciati nell'ambito della priorità tematica pertinente.
b) Pertinenza delle azioni di informazione e di promozione proposte in relazione agli obiettivi generali e specifici di cui all'articolo 2 del regolamento (UE) n. 1144/2014.	<ul style="list-style-type: none"> • Gli obiettivi della proposta si riferiscono ad uno o più degli obiettivi elencati all'articolo 2, lettere da a) a d), del regolamento (UE) n. 1144/2014.
c) Pertinenza delle azioni di informazione e di promozione proposte in relazione agli obiettivi di cui all'articolo 3 del regolamento (UE) n. 1144/2014.	<ul style="list-style-type: none"> • I messaggi proposti mettono in evidenza una o più delle caratteristiche elencate all'articolo 3 del regolamento (UE) n. 1144/2014.
d) Dimensione unionale del programma.	<ul style="list-style-type: none"> • La proposta ha una dimensione unionale, in termini sia di contenuto del messaggio sia d'impatto: <ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Contenuto del messaggio</u> <ul style="list-style-type: none"> - Messaggio principale dell'Unione, motto europeo - Riferimento all'Europa in generale, all'UE, alla PAC, alla legislazione dell'UE, ai prodotti dell'UE o alla norme di produzione dell'UE - Diffusione di informazioni e promozione delle specificità dei metodi di produzione agricola e dei prodotti agricoli, in particolare in relazione ai regimi di qualità dell'UE (sicurezza degli alimenti, tracciabilità, autenticità, etichettatura, aspetti nutrizionali e sanitari, benessere degli animali, rispetto dell'ambiente e della sostenibilità, come pure le caratteristiche intrinseche dei prodotti agricoli e alimentari, specialmente in termini della loro qualità, sapore, diversità e tradizioni). ○ <u>Impatto</u> <ul style="list-style-type: none"> - Copertura (ad esempio, numero e/o quota relativa dei consumatori/importatori/acquirenti interessati; nel mercato interno, numero di Stati membri interessati). - Il programma apporta benefici ad altri produttori dell'UE dello stesso settore di prodotti.

2. <u>Qualità tecnica</u>	Punteggio massimo: 40	Soglia minima: 24
a) Qualità dell'analisi (descrizione dei mercati di riferimento, sfide per i concorrenti dell'UE, grado di conoscenza dei consumatori ecc.).	<ul style="list-style-type: none"> • L'analisi è basata su dati di ricerca di mercato esistenti e/o cifre relative a import/export, che sono stati citati nella proposta. • L'analisi evidenzia le sfide che dovranno essere affrontate dalla proposta (ad esempio, consumo in discesa o scarsa conoscenza da parte dei consumatori del mercato interno, potenziale d'importazione sui mercati dei paesi terzi). • L'analisi descrive la posizione competitiva della o delle organizzazioni proponenti, di altri fornitori dell'UE nonché dei loro concorrenti dei paesi terzi. • L'analisi esamina la struttura e il funzionamento dei canali di distribuzione. • Per quanto riguarda i mercati dei paesi terzi, si fa riferimento a condizioni di importazione, quali le barriere tariffarie e non tariffarie. 	
b) Adeguatezza della strategia del programma, degli obiettivi SMART, dei messaggi chiave.	<ul style="list-style-type: none"> • Gli obiettivi della proposta sono coerenti con le analisi di mercato. • La strategia proposta affronta le sfide identificate nell'analisi di mercato ed è coerente con gli obiettivi della proposta. • La strategia è adattata a tutti i mercati di riferimento e ai gruppi destinatari della proposta. • Gli obiettivi della proposta sono SMART. • Il livello di investimento proposto è giustificato dal ritorno atteso (per i programmi di promozione) e/o dall'aumento del grado di conoscenza (per i programmi di informazione). • I messaggi chiave sono adattati ai gruppi destinatari. 	
c) Descrizione chiara e dettagliata delle attività.	<ul style="list-style-type: none"> • Le attività sono descritte accuratamente al fine di rispondere alle domande: chi, che cosa, quando, dove, perché? • Il livello dei dettagli nella descrizione delle attività e dei prodotti/servizi finali è abbastanza preciso da consentire di stimare l'efficienza delle attività in termini di costi. • Non vi sono errori nel bilancio per attività; il bilancio per attività è conciliabile con il bilancio presentato nella parte A del modulo di domanda. 	
d) Scelta adeguata delle attività per quanto riguarda gli obiettivi e i gruppi destinatari, complementarità con altre attività private e pubbliche effettuate sul mercato di riferimento.	<ul style="list-style-type: none"> • Se la proposta sarà condotta in parallelo con altre campagne pubbliche o private, è concepita in modo da creare sinergie con tali campagne. 	
e) Qualità dei metodi di valutazione e degli indicatori proposti.	<ul style="list-style-type: none"> • La valutazione comprenderà uno studio destinato a valutare i risultati delle azioni promozionali e di informazione intrapreso da un organismo esterno indipendente. 	
3. <u>Qualità della gestione</u>	Punteggio massimo: 10	Soglia minima: 6
a) Organizzazione del progetto e struttura della gestione.	<ul style="list-style-type: none"> • La struttura della gestione e le competenze del personale sono descritte chiaramente. • La ripartizione delle funzioni tra gli organismi di esecuzione e i richiedenti è chiaramente definita. • Nel caso di proposte con diversi richiedenti, le competenze dei vari partner nell'esecuzione della proposta sono chiaramente definite e sono in linea con le loro competenze e capacità tecniche. • È definita una strategia di coordinamento interno con i diversi partner in termini di gestione e di organismi di esecuzione. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • La proposta di finanziamento è descritta chiaramente, sia in termini di fornitura di liquidità sia in termini di finanziamento globale. Nel caso l'autovalutazione della sostenibilità finanziaria abbia rilevato una sostenibilità scarsa, viene spiegato in quale modo si intende provvedere ai finanziamenti propri (ad esempio con contributi specifici al progetto forniti dai membri dell'organizzazione). 	
b) Meccanismi di controllo della qualità e gestione del rischio.	<ul style="list-style-type: none"> • Sono definite procedure adeguate per la supervisione del lavoro degli organismi di esecuzione e degli altri subappaltatori. Sia la qualità dei prodotti/servizi da fornire, sia il rispetto dei tempi e del bilancio saranno oggetto di controllo. • Sono identificati i principali rischi che potrebbero ostacolare il risultato del progetto e sono descritte le misure di mitigazione da mettere in atto. 	
4. Efficacia economica	Punteggio massimo: 30	Soglia minima: 18
a) Ripartizione equilibrata del bilancio in relazione alla portata delle attività.	<ul style="list-style-type: none"> • Il bilancio è suddiviso tra le varie attività in modo efficiente. • Il bilancio assegnato alle diverse attività è sufficientemente elevato da consentire un risultato efficace in linea con la strategia e gli indicatori descritti. 	
b) Coerenza tra il costo stimato e la relativa descrizione delle attività.	<ul style="list-style-type: none"> • I costi delle attività sono proporzionali alla descrizione e alla portata di tali attività. • I costi unitari delle singole attività sono comparabili alle normali tariffe di mercato. 	
c) Stima realistica delle persone/giorni necessari per le attività realizzate dall'organizzazione proponente, compresi i costi di coordinamento del progetto.	<ul style="list-style-type: none"> • Il numero di persone/giorni stimato per le attività realizzate dal richiedente è proporzionale al suo livello di coinvolgimento nell'esecuzione della proposta. 	
TOTALE	Punteggio massimo: 100	Soglia minima: 62