|  |
| --- |
| **PIANO DI AZIONE LOCALE 2014 - 2022** **GAL TERRE VIBONESI****MISURA 3 - REGIMI DI QUALITÀ DEI PRODOTTI AGRICOLI E ALIMENTARI** |
| **INTERVENTO 3.2.1:** | **AIUTI AD ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE IMPLEMENTATE DA GRUPPI DI PRODUTTORI DELLE TERRE VIBONESI SUI MERCATI INTERNI** |
| ***PIANO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE*** **(*Contenuti minimi - art. 5 Disposizioni Attuative*)** |

# INDICE

[INDICE 2](#_Toc157000820)

[*1.* *PRESENTAZIONE* 3](#_Toc157000821)

[1.1 Elenco delle imprese che compongono l’associazione 3](#_Toc157000822)

[1.2 Elenco dei prodotti oggetto del piano di informazione e promozione 3](#_Toc157000823)

[1.3 Dimensioni delle imprese in termini di quantità di prodotto certificato, valore della produzione certificata o certificabile alla data di presentazione della domanda 3](#_Toc157000824)

[*2.* *ANALISI DEI MERCATI DI RIFERIMENTO* 4](#_Toc157000825)

[2.1 Posizionamento delle aziende nel mercato 4](#_Toc157000826)

[2.2 Difficoltà riscontrate e potenzialità - Analisi SWOT 4](#_Toc157000827)

[*3.* *IL PIANO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE* 5](#_Toc157000828)

[3.1 Obiettivi del piano 5](#_Toc157000829)

[3.2 Scelta dei messaggi in relazione ai diversi segmenti di mercato (target) 5](#_Toc157000830)

[3.3 Descrizione del Piano delle Attività del progetto di informazione e promozione 5](#_Toc157000831)

[*4.* *CRONOPROGRAMMA DEL PIANO DELLE ATTIVITÀ* 6](#_Toc157000832)

[*5.* *PIANO DEI COSTI: ANALISI DETTAGLIATA DEI COSTI DA SOSTENERE PER CIASCUNA AZIONE PROGRAMMATA, CON RIFERIMENTO AI "COSTI AMMISSIBILI" (PUNTO 8 DELLE DISPOSIZIONI ATTUATIVE); SE DEL CASO, RIPARTIZIONE DEI COSTI PER SINGOLO COMPONENTE DELL'ASSOCIAZIONE* 7](#_Toc157000833)

[*6.* *DESCRIZIONE DEI RISULTATI ATTESI; DEFINIZIONE DI UN SET DI INDICATORI INTERMEDI E FINALI PER MONITORARE L’AVANZAMENTO DEL PIANO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE VERSO GLI OBIETTIVI STABILITI* 8](#_Toc157000834)

# *PRESENTAZIONE*

## Elenco delle imprese che compongono l’associazione

## Elenco dei prodotti oggetto del piano di informazione e promozione

## Dimensioni delle imprese in termini di quantità di prodotto certificato, valore della produzione certificata o certificabile alla data di presentazione della domanda

# *ANALISI DEI MERCATI DI RIFERIMENTO*

## Posizionamento delle aziende nel mercato

.

## Difficoltà riscontrate e potenzialità - Analisi SWOT

# *IL PIANO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE*

## Obiettivi del piano

## Scelta dei messaggi in relazione ai diversi segmenti di mercato (target)

## Descrizione del Piano delle Attività del progetto di informazione e promozione

# *CRONOPROGRAMMA DEL PIANO DELLE ATTIVITÀ*

# *PIANO DEI COSTI: ANALISI DETTAGLIATA DEI COSTI DA SOSTENERE PER CIASCUNA AZIONE PROGRAMMATA, CON RIFERIMENTO AI "COSTI AMMISSIBILI" (PUNTO 8 DELLE DISPOSIZIONI ATTUATIVE); SE DEL CASO, RIPARTIZIONE DEI COSTI PER SINGOLO COMPONENTE DELL'ASSOCIAZIONE*

# *DESCRIZIONE DEI RISULTATI ATTESI; DEFINIZIONE DI UN SET DI INDICATORI INTERMEDI E FINALI PER MONITORARE L’AVANZAMENTO DEL PIANO DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE VERSO GLI OBIETTIVI STABILITI*

Luogo e data

Timbro e firma Rappresentante Legale

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

***\* (Ai sensi dell’art. 38 del DPR n. 445/2000, la sottoscrizione non è soggetta ad autenticazione ove sia apposta alla presenza del dipendente addetto a riceverla ovvero la richiesta sia presentata unitamente a copia fotostatica di un documento d’identità in corso di validità del sottoscrittore).***