

ALLEGATO A

BANDO "L.R. 4/2016 E SS.MM. - CONTRIBUTI A PROGETTI DI PROMO-COMMERCIALIZZAZIONE TURISTICA REALIZZATI DA IMPRESE, ANCHE IN FORMA ASSOCIATA"

Modulo per la richiesta di contributo per la realizzazione di progetto di promo-commercializzazione turistica

DICHIARAZIONE SOSTITUTIVA DI ATTO DI NOTORIETA'

(tale dichiarazione viene resa in conformità agli articoli 46 e 47 del decreto del Presidente della Repubblica n. 445 del 28 dicembre 2000, nella consapevolezza delle conseguenze anche penali previste agli artt. 75 e 76 del decreto medesimo per chi attesta il falso)

Bollo da € 16,00

Riferimento:

L.R. 4/2016 e succ. mod.

**Progetti di promo-commercializzazione
turistica per l'anno 2026**

Alla Regione Emilia-Romagna

Area Sviluppo e promozione dello sport, destinazioni turistiche,
promo-commercializzazione

Da trasmettere attraverso applicativo sfinge 2020

**Oggetto: Richiesta di contributo per un progetto di promo-commercializzazione turistica di cui
alla L.R. 4/2016 e succ. mod.**

La/il sottoscritta/o _____

Nata/nato a _____ il _____

in qualità di Legale Rappresentante di

(denominazione del soggetto richiedente come da visura camerale)

Dichiara che l'impresa è:

- ☐ Micro Impresa
- ☐ Piccola Impresa

☐ Media impresa

Dichiara che l'impresa presenta la domanda in qualità di:

- ☐ impresa singola
☐ impresa Mandataria ATI

con sede legale in via/piazza _____

Comune _____ CAP _____ Prov. _____

Tel. _____ PEC _____

Indirizzo e-mail _____

Partita IVA _____ Codice Fiscale _____

codice ATECO _____

Referente per gli aspetti amministrativi del progetto:

Nome e cognome _____

Tel. _____ Indirizzo e-mail _____

Nel caso di impresa mandataria di un'ATI

Che l'A.T.I. denominata _____ è costituita dalle
seguenti imprese:

IMPRESA MANDATARIA:

Denominazione _____

Con sede legale in via/piazza _____

Comune _____ CAP _____ Prov. _____

Tel. _____ PEC _____

Indirizzo e-mail _____

Partita IVA _____ Codice Fiscale _____

codice ATECO _____

Referente per gli aspetti amministrativi del progetto:

Nome e cognome _____

Tel. _____ Indirizzo e-mail _____

IMPRESE MANDANTI: *(da compilare a cura del legale rappresentante dell'impresa mandataria con i dati di tutte le imprese mandanti)*

Denominazione _____

Con sede legale in via/piazza _____

Comune _____ CAP _____ Prov. _____

Tel. _____ PEC _____

Indirizzo e-mail _____

Partita IVA _____ Codice Fiscale _____

Percentuale di compartecipazione alle spese definita da atto costitutivo _____

Allegato obbligatorio firmato da tutti i legali rappresentanti con allegato un documento d'identità in corso di validità.

- l'atto costitutivo registrato all'Agenzia delle entrate di _____ in data _____ con n. _____ e redatto con *(selezionare la modalità)*:

- ☐ atto pubblico
- ☐ scrittura privata

Ai sensi di quanto stabilito dai criteri attuativi della L.R. 4/2016 e succ. mod.:

RICHIEDE

un contributo per la realizzazione del progetto di promo-commercializzazione dal titolo:
Max 500 caratteri spazi inclusi

DICHIARA

- che il progetto allegato ha (*scelta multipla alternativa*):
 - ☐ strategia annuale;
 - ☐ strategia triennale (1° annualità);
 - ☐ strategia triennale (2° annualità del progetto, iniziato nel 20--)
 - ☐ strategia triennale (3° annualità del progetto, iniziato nel 20--);
- che il presente progetto non è stato presentato ai sensi di altre normative regionali, statali e dell'Unione Europea

DATI RELATIVI ALLA SUSSISTENZA DEI REQUISITI SOGGETTIVI
--

- che il soggetto richiedente:
 - è regolarmente costituito ed iscritto al registro delle imprese presso la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura competente per territorio e in regola con il diritto annuale, e risulta attiva;
 - è in possesso di almeno un Codice Ateco relativo ad attività turistiche;
 - ha almeno una sede operativa o unità locale nel territorio regionale, e tale localizzazione deve risultare da visura camerale;
 - non si trova in stato di liquidazione giudiziale, concordato preventivo (ad eccezione del concordato preventivo con continuità aziendale in forma diretta o indiretta, per il quale sia già stato adottato il decreto di omologazione previsto dall'art. 112 e ss. del Codice della crisi d'impresa e dell'insolvenza), ed ogni altra procedura concorsuale previsto dal Decreto legislativo 14/2019, così come modificato ai sensi del D.lgs. 83/2022, né avere in corso un procedimento per la dichiarazione di una di tali situazioni nei propri confronti;
 - ha legali rappresentanti, amministratori, soci e tutti i soggetti indicati all'art. 85, del D. Lgs. 159/2011 e ss.mm.ii., per i quali non sussistano cause ostative previste all'art. 67;
 - rispetta le norme dell'ordinamento giuridico italiano in materia di prevenzione degli infortuni sui luoghi di lavoro e delle malattie professionali, della sicurezza sui luoghi di lavoro, dei contratti collettivi di lavoro e delle normative relative alla tutela dell'ambiente;

Inoltre, le imprese di medie dimensioni dichiarano di ¹:

- avere provveduto ad adempiere all'obbligo di stipulare, ai sensi della L. 213/2023 art. 1 comma 101, un contratto assicurativo a copertura dei danni ai beni di cui all'articolo 2424, primo comma, sezione Attivo, voce B-II, numeri 1), 2) e 3), del Codice Civile, direttamente

¹ In applicazione del combinato disposto della L. 213/2023 art. 1 comma 102, che prevede che dell'inadempimento dell'obbligo di assicurazione da parte delle imprese si deve tener conto nell'assegnazione di contributi, sovvenzioni o agevolazioni di carattere finanziario a valere su risorse pubbliche, e del Decreto-Legge 31 marzo 2025, n. 39, convertito con L. 27 maggio 2025, n. 78, art. 1 comma 1, che prevede che l'obbligo in oggetto decorra, per le imprese di medie dimensioni, a partire dal 1° ottobre 2025.

cagionati da calamità naturali ed eventi catastrofici verificatisi sul territorio nazionale.
INDICARE IN APPOSITO CAMPO GLI ESTREMI DEL CONTRATTO E LA RAGIONE SOCIALE DELL'IMPRESA ASSICURATRICE

DICHIARA INOLTRE

- che ha presentato domanda di partecipazione: *(barrare il punto o i punti pertinenti alla propria situazione)*
 - ☐ al Programma di promo-commercializzazione turistica della DT Emilia (Province di Parma, Piacenza, Reggio Emilia)
 - ☐ al Programma di promo-commercializzazione turistica della DT Romagna (Province di Ferrara, Forlì-Cesena, Ravenna e Rimini)
 - ☐ al Programma di promo-commercializzazione turistica del Territorio Turistico Bologna-Modena (Città Metropolitana di Bologna e Provincia di Modena)

CAMERE

Nel caso di contingente formato sia da camere che da posti letto valorizzare a zero le camere e compilare la sezione posti letto trasformando tutto il contingente in posti letto contando due posti letto per ciascuna camera

- ☐ che è nelle condizioni di commercializzare n. _____ camere presso le strutture alberghiere di propria pertinenza o di pertinenza di soci o consorziati;
- ☐ che reperisce n. camere _____ sul mercato mediante la sottoscrizione di specifico/ specifici accordo/accordi con soggetti terzi

Allegato Accordo o accordi con soggetti terzi

I richiedenti potranno utilizzare il facsimile di cui all'Allegato I al presente bando, fornito a fini di supporto.

N.B. Qualora tale accordo non sia stipulato direttamente con il proprietario/gestore della struttura ricettiva, ma con un intermediario, è necessario allegare adeguata documentazione comprovante chiaramente l'effettiva disponibilità in capo all'intermediario delle camere/posti letto indicati presso le strutture ricettive elencate².

Prodotto turistico prevalente:

- ☐ Costa
- ☐ Terme
- ☐ Città d'Arte
- ☐ Appennino

Denominazione impresa che gestisce la struttura ricettiva	Denominazione struttura ricettiva	Indirizzo	Numero camere a disposizione del progetto	Numero totale camere	Titolo di disponibilità delle camere (es: proprietà, reperimento sul mercato mediante specifico accordo (in allegato), strutture di proprietà dei consorziati, ecc.)

² A titolo esemplificativo può essere fornito il mandato attraverso il quale l'impresa proprietaria o gestore della struttura ricettiva assegna l'incarico al Tour operator/Agenzia di viaggio di commercializzare un certo numero di camere/posti letto per la propria struttura.

	TOTALE		***** <u> </u>		

POSTI LETTO

Nel caso di contingente formato sia da camere che da posti letto valorizzare a zero le camere e compilare la sezione posti letto trasformando tutto il contingente in posti letto contando due posti letto per ciascuna camera

- ☐ che è nelle condizioni di commercializzare n. _____ posti letto presso le strutture extra alberghiere di propria pertinenza o di pertinenza di soci o consorziati;
- ☐ che reperisce n. posti letto _____ sul mercato mediante la sottoscrizione di specifico/ specifici accordo/accordi;

Allegato Accordo o accordi con soggetti terzi

I richiedenti potranno utilizzare il facsimile di cui all'Allegato I al presente bando, fornito a fini di supporto.

N.B. Qualora tale accordo non sia stipulato direttamente con il proprietario/gestore della struttura ricettiva, ma con un intermediario, è necessario allegare adeguata documentazione comprovante chiaramente l'effettiva disponibilità in capo all'intermediario delle camere/posti letto indicati presso le strutture ricettive elencate³.

Prodotto turistico prevalente:

- ☐ Costa
- ☐ Terme
- ☐ Città d'Arte
- ☐ Appennino

Denominazione impresa che gestisce la struttura ricettiva	Denominazione struttura ricettiva	Indirizzo	Numero posti letto	Numero totale posti letto	Titolo di disponibilità dei posti letto (es: proprietà, reperimento sul mercato mediante specifico accordo (in allegato), strutture di proprietà dei

³ A titolo esemplificativo può essere fornito il mandato attraverso il quale l'impresa proprietaria o gestore della struttura ricettiva assegna l'incarico al Tour operator/Agenzia di viaggio di commercializzare un certo numero di camere/posti letto per la propria struttura.

					consorzati, ecc.)
	TOTALE		***** <u> </u>		

NON DICHIARA CAMERE E POSTI LETTO

- ☐ Poiché è società termale e quindi non ha l'obbligo di dichiarare camere e posti letto;

DICHIARA INOLTRE

a) che, ai fini della individuazione dell'«impresa unica» ai sensi dell'art. 2, comma 2 del Reg (UE) n. 2831/2023 :

- ☐ l'impresa richiedente **non ha con altre imprese relazioni** di cui all'articolo 2, paragrafo 2 del regolamento (UE) n. 2831/2023 e che pertanto essa stessa costituisce una impresa unica;
- ☐ l'impresa richiedente **ha relazioni** di cui all'articolo 2, comma 2 del regolamento (UE) n. 2831/2023 con le seguenti imprese:

Denominazione e codice fiscale impresa	Tipologia di relazione

b) che, ai sensi dell'art. 3, comma 8 del regolamento UE 2831/2023 , l'impresa richiedente:

- ☐ **non è stata interessata negli ultimi 3 anni** da operazioni di fusioni o acquisizioni;
- ☐ **è stata interessata negli ultimi 3 anni** da operazioni di fusioni o acquisizioni, ma non risulta intestataria di “aiuti de minimis” in ragione di tali operazioni;
- ☐ **è stata interessata negli ultimi 3 anni** da operazioni di fusioni o acquisizioni, e risulta intestataria di “aiuti de minimis” in ragione di tali operazioni

DICHIARA INFINE

- ☐ di essere disponibile a fornire qualsiasi ulteriore informazione che possa essere necessaria in sede di valutazione dei progetti.
- ☐ che ha una posizione INPS/INAIL (ai fini dell'acquisizione del DURC) aperta ovvero che non ha una posizione aperta per il seguente motivo _____

- ☐ che l'imposta di bollo relativa alla presente istanza è stata assolta in uno dei seguenti modi:
scelta multipla alternativa
 - in modo virtuale N. marca da bollo _____ data emissione _____
 - Attraverso l'applicativo sfinge 2020
- ☐ di essere iscritto, ai sensi del Decreto MEF n. 57/2014, all'Elenco di cui all'art. 8 del Regolamento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato
- ☐ di non essere iscritto all'Elenco di cui all'art. 8 del Regolamento dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato;

PRESA D'ATTO DELLE PRESCRIZIONI, DEGLI OBBLIGHI E DEGLI IMPEGNI PREVISTI NEL BANDO

DICHIARA

- **di avere preso completa visione e conoscenza di quanto contenuto nel bando e di essere consapevole, in particolare, delle prescrizioni in esso contenute relative:**
 - alla tipologia di soggetti che possono presentare la domanda di contributo;
 - ai requisiti soggettivi di ammissibilità dei richiedenti;
 - alle modalità e ai termini di presentazione della domanda;
 - alle cause di inammissibilità delle domande;
 - alle condizioni per la concessione del contributo;
 - alle cause di revoca del contributo e all'eventuale recupero;
 - ai controlli ai quali il beneficiario può essere sottoposto;
 - alla normativa relativa agli aiuti di stato ossia che i contributi vengono concessi secondo quanto stabilito nel Regolamento CE della Commissione del 13 dicembre 2023, n. 2831 relativo all'applicazione degli articoli 107 e 108 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea agli aiuti di importanza minore "de minimis", entrato in vigore a partire dal 1° gennaio 2024.
- **di impegnarsi a rispettare tutti gli obblighi previsti nel bando a carico dei beneficiari del contributo;**
- **di obbligarsi a restituire l'importo del contributo erogato, maggiorato degli interessi legali maturati, in caso di inadempienza rispetto agli obblighi previsti nel bando;**
- **di aver preso atto dell'informativa sul trattamento dei dati indicata nel bando e di acconsentire al trattamento dei dati stessi.**
- **di aderire alla carta dei principi di responsabilità sociale**

PIANO FINANZIARIO

TIPOLOGIE DI SPESA	Spese di preventivo IVA esclusa	% di spesa su mercati internazionali	Note
1.a Cataloghi, folder, guide, cd, video, foto, Pubblicità (TV, stampa, radio), Attività di ufficio stampa, Spese spedizione materiali, Telemarketing e campagne sms			
1.b Educational per giornalisti			
1.c Spese per gadget (max euro 3.000,00)			
Totale voce 1 Comunicazione, materiale promozionale e pubbliche relazioni			
Totale voce 2 Fiere e workshop e Incontri per la promo-commercializzazione (noleggio e/o allestimento stand, affitto spazi, viaggio e alloggio per partecipanti alle fiere e agli incontri)			
3.a Promoter (solo per lo specifico progetto)			
3.b Educational per T.O., C.O., altri soggetti intermediazione domanda turistica			
Totale voce 3 Sostegno alla commercializzazione			
4.a Creazione e aggiornamento e implementazione siti internet, Web advertising (campagne pubblicitarie, banner), Web marketing (posizionamento e indicizzazione), Web content (redazione e ottimizz.ne contenuti, e-news, dem), Social Media Marketing (attivazione e gestione profili), E-mail marketing			
4.b Applicazioni per dispositivi mobili			
Totale voce 4 Azioni web			
Totale voce 5 Spese di progettazione, sviluppo e verifica dei risultati del progetto: (max euro 5.000,00)			
IMPORTO A (somma delle spese dei punti 1+2+3+4+5)			

6. Spese per organizzazione eventi (max 10% importo A)			
7. Spese per il personale dipendente (max 10% importo A)			
8. Spese generali forfettarie 5% calcolate di default			
IMPORTO B (somma delle spese dei punti 6+7+8)			
IMPORTO TOTALE DEL PROGETTO (importo A + importo B)			

SCHEDA PROGETTO

RELAZIONE DESCRITTIVA PROGETTO

da pubblicare ai sensi dell'art. 27, comma 1 del D. Lgs. n. 33/2013

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Titolo del progetto	Max 500 caratteri
Abstract	Max 2000 caratteri
L'abstract dovrà contenere le seguenti voci: valenza della strategia di promo commercializzazione (annuale o triennale), principali: obiettivi, mercati e target, azioni risultati attesi e totale piano finanziario.	

FAC SIMILE DI PROGETTO A STRATEGIA ANNUALE

Breve descrizione del soggetto proponente:

CV del soggetto proponente, se trattasi di ATI breve profilo anche delle imprese mandanti

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Inquadramento territoriale:

Breve descrizione del bacino territoriale su cui impatta il progetto

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Dati statistici,

relativi all'andamento dell'attività del soggetto proponente e nel caso di ATI di mandataria e mandanti (presenze, arrivi, trend dei prodotti commercializzati, ecc.), riferiti al triennio precedente alla presente candidatura.

fino ad un massimo di 3000 caratteri spazi inclusi

Strategia di progetto

Specificare le motivazioni della scelta di strategia annuale

fino ad un massimo di 1000 caratteri spazi inclusi

Obiettivi del progetto per l'anno di attuazione

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

target del progetto per l'anno di attuazione

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Prodotti oggetto dell'offerta del progetto

Indicare i prodotti avendo cura di specificare i prodotti primari ed eventualmente gli ancillari

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Azioni del progetto indicare le azioni oggetto della strategia promo commerciale solo per l'anno di attuazione, avendo cura di:

- verificare che per ogni azione sia possibile riconoscere la specifica voce di spesa prevista a piano finanziario
- contestualizzare ogni azione in relazione a mercati e target

A titolo esemplificativo e non esaustivo le azioni possono essere: realizzazione materiali di promozione es. cataloghi, folder, guide, cd, video, foto, realizzazione campagne pubblicitarie es. TV, stampa, radio, attività di ufficio stampa, press tour per giornalisti, educational tour, workshop,

partecipazione a fiere, promoter, le azioni attività su web e eventi andranno dettagliate nelle specifiche voci successive

fino ad un massimo di 5400 caratteri spazi inclusi

Con riferimento alle azioni specificare con maggior dettaglio le seguenti voci:

Gadget

Descrivere quali gadget si intende realizzare, avendo cura di specificare come questi siano funzionali alle azioni di progetto, non destinati alla vendita o all'omaggio a clientela già presente in loco. Il gadget deve avere uno scopo promozionale verso soggetti che non stiano già usufruendo dell'offerta del proponente.

A titolo esemplificativo e non esaustivo : gift, shopper, penne, usb e similari

fino ad un massimo di 1000 caratteri spazi inclusi

Eventi da realizzare

Descrivere gli eventi che si intendono organizzare nell'anno di attuazione, avendo cura di inserire solo quelli strettamente ed evidentemente connessi ad azioni di promo-commercializzazione descritte nel progetto, finalizzati a generare flussi di arrivi e presenze turistiche sul territorio, ad esclusione quindi di eventi che si configurano quali parti integranti dell'offerta a beneficio della clientela già presente in loco quali escursioni e tour, serate musicali, momenti di animazione e intrattenimento e iniziative simili, organizzate nell'ambito dell'attività ordinaria del beneficiario realizzate a beneficio della clientela.

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Promoter

Descrivere brevemente le funzioni assegnate al promoter, con riferimento alle azioni, ai target e ai mercati, avendo cura di specificare la tempistica di tali funzioni all'interno dell'arco di vita del progetto.

fino ad un massimo di 1000 caratteri spazi inclusi

Risultati attesi del progetto

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Azioni di verifica previste

Descrivere la tipologia delle azioni di verifica dei risultati che verranno effettuate

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Inquadramento rispetto ai criteri di valutazione

Specificare come il progetto risponde ai criteri di valutazione previsti dal bando

Coerenza con strategie di Regione, DT e Territorio Turistico Bologna-Modena e livello di collaborazione con APT Servizi Emilia-Romagna

Specificare gli elementi che collegano il progetto ai documenti di programmazione strategica della Regione Emilia-Romagna, della Destinazione Turistica di riferimento o del Territorio Turistico Bologna Modena, individuandone in modo chiaro i tratti di coerenza.

Evidenziare se e come si sviluppa un rapporto di collaborazione con le Destinazioni Turistiche, il Territorio Turistico Bologna Modena e APT Servizi Emilia-Romagna

fino ad un massimo 3600 caratteri spazi inclusi

Livello di internazionalizzazione

Descrivere i mercati verso cui sono indirizzate le azioni di progetto (anche eventualmente il mercato interno Italia), descrivere poi quali azioni sono specificatamente dedicate ai mercati esteri con riferimento alle seguenti macro voci: comunicazione, pubbliche relazioni, fiere e workshop, azioni di sostegno alla commercializzazione, internet, avendo cura che la descrizione trovi riscontro e coerenza con le percentuali di budget allocate sui mercati esteri previste dal piano finanziario di progetto.

fino ad un massimo di 3600 caratteri spazi inclusi

Innovazione e/o creatività

Descrivere come l'offerta oggetto del progetto possa configurarsi come innovativa rispetto al curriculum aziendale o rispetto al contesto di riferimento dell'offerta turistica di un dato territorio.

In alternativa descrivere gli elementi di innovazione e diversificazione rispetto all'offerta esistente a titolo esemplificativo con riferimento ai prodotti o agli strumenti utilizzati.

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Livello di impatto territoriale, di integrazione e diversificazione dei prodotti/servizi

Descrivere chiaramente il territorio sul quale il progetto andrà ad impattare e come l'offerta turistica proposta si configura come potenziale valore aggiunto per quel contesto anche in termini di integrazione e diversificazione dei prodotti e servizi proposti.

Descrivere altresì le relazioni a supporto del progetto in termini di accordi di collaborazione con altri soggetti privati del comparto turistico del territorio e capacità di fare rete.

fino ad un massimo di 3600 caratteri spazi inclusi

Azioni sul web:

descrivere chiaramente la strategia e le azioni di promozione e promocommercializzazione su web, avendo cura di dettagliarle relativamente allo strumento utilizzato, a titolo esemplificativo e non esaustivo: siti web, social network, e-commerce, web advertising, web marketing.

Specificare nel dettaglio eventuali **applicazioni** per dispositivi mobili avendo cura di dettagliarne la funzione, il target al quale è rivolta, il nome commerciale se già esiste.

fino ad un massimo di 3600 caratteri spazi inclusi

Indicare poi

	Indirizzo web/nome profilo/nome applicazione
Sito promozione	
Sito commercializzazione	
Profili social	
Applicazioni mobili	

FAC SIMILE DI PROGETTO A STRATEGIA TRIENNALE

Breve descrizione del soggetto proponente, se trattasi di ATI anche delle imprese mandanti:

CV del soggetto proponente, se trattasi di ATI breve profilo anche delle imprese mandanti

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Inquadramento territoriale:

Breve descrizione del bacino territoriale su cui impatta il progetto

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Dati di attività soggetto proponente nel caso di ATI anche delle imprese mandanti:

relativi all'attività del soggetto proponente e nel caso di ATI di mandataria e mandanti (presenze, arrivi, trend dei prodotti commercializzati, ecc.), riferiti al triennio precedente alla presente candidatura.

fino ad un massimo di 3000 caratteri spazi inclusi

Strategia di progetto

Indicare le motivazioni per cui è stata scelta una strategia triennale

fino ad un massimo di 1000 caratteri spazi inclusi

e compilare in modo sintetico il seguente schema obbligatorio avendo cura di inserire dati quantitativi nella sezione risultati attesi e risultati ottenuti:

	Obiettivi	Prodotti	Target	mercati	Risultati attesi	Risultati ottenuti
Prima annualità (indicare anno)						
Seconda annualità (indicare anno)						
Terza annualità (indicare anno)						

Obiettivi del progetto per l'anno di attuazione

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

target del progetto per l'anno di attuazione

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Prodotti oggetto dell'offerta del progetto

Indicare i prodotti avendo cura di specificare i prodotti primari ed eventualmente gli ancillari

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Azioni del progetto indicare le azioni oggetto della strategia promocommerciale solo per l'anno di attuazione, avendo cura di:

- verificare che per ogni azione sia possibile riconoscere la specifica voce di spesa prevista a piano finanziario
- contestualizzare ogni azione in relazione a mercati e target

A titolo esemplificativo e non esaustivo le azioni possono essere: realizzazione materiali di promozione es. cataloghi, folder, guide, cd, video, foto, realizzazione campagne pubblicitarie es. TV, stampa, radio, attività di ufficio stampa, press tour per giornalisti, educational tour, workshop, partecipazione a fiere, promoter, le azioni attività su web e eventi andranno dettagliate nelle specifiche voci successive

fino ad un massimo di 5400 caratteri spazi inclusi

Con riferimento alle azioni specificare con maggior dettaglio le seguenti voci:

Gadget - solo per l'anno di attuazione

Descrivere quali gadget si intende realizzare, avendo cura di specificare come questi siano funzionali alle azioni di progetto, non destinati alla vendita o all'omaggio a clientela già presente in loco. Il gadget deve avere uno scopo promozionale verso soggetti che non stiano già usufruendo dell'offerta del proponente.

A titolo esemplificativo e non esaustivo: gift, shopper, penne, usb e similari

fino ad un massimo di 1.000 caratteri spazi inclusi

Eventi da realizzare – Solo per l'anno di attuazione

Descrivere gli eventi che si intendono organizzare nell'anno di attuazione, avendo cura di inserire solo quelli strettamente ed evidentemente connessi ad azioni di promo-commercializzazione descritte nel progetto, finalizzati a generare flussi di arrivi e presenze turistiche sul territorio, ad esclusione quindi di eventi che si configurano quali parti integranti dell'offerta a beneficio della clientela già presente in loco quali escursioni e tour, serate musicali, momenti di animazione e intrattenimento e iniziative simili, organizzate nell'ambito dell'attività ordinaria del beneficiario realizzate a beneficio della clientela.

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Promoter- Solo per l'anno di attuazione

Descrivere brevemente le funzioni assegnate al promoter, con riferimento alle azioni, ai target e ai mercati, avendo cura di specificare la tempistica di tali funzioni all'interno dell'arco di vita del progetto.

fino ad un massimo di 1000 caratteri spazi inclusi

Risultati attesi del progetto per l'anno di attuazione

fino ad un massimo di 1800 caratteri spazi inclusi

Azioni di verifica previste per l'anno di attuazione

Descrivere la tipologia delle azioni di verifica dei risultati che verranno effettuate

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Inquadramento rispetto ai criteri di valutazione

Specificare come il progetto risponde ai criteri di valutazione previsti dal bando

Coerenza con strategie di Regione, DT e Territorio Turistico Bologna-Modena e livello di collaborazione con APT Servizi Emilia-Romagna

Specificare gli elementi che collegano il progetto ai documenti di programmazione strategica della Regione Emilia-Romagna, della Destinazione Turistica di riferimento o del Territorio Turistico Bologna Modena, individuandone in modo chiaro i tratti di coerenza.

Evidenziare se e come si sviluppa un rapporto di collaborazione con le Destinazioni Turistiche, il Territorio Turistico Bologna Modena e APT Servizi Emilia-Romagna

fino ad un massimo di 3.600 caratteri spazi inclusi

Livello di internazionalizzazione

Descrivere i mercati verso cui sono indirizzate le azioni di progetto (anche eventualmente il mercato interno Italia), descrivere poi quali azioni sono specificatamente dedicate ai mercati esteri con riferimento alle seguenti macro voci: comunicazione, pubbliche relazioni, fiere e workshop, azioni di sostegno alla commercializzazione, internet, avendo cura che la descrizione trovi riscontro e coerenza con le percentuali di budget allocate sui mercati esteri previste dal piano finanziario di progetto.

fino ad un massimo di 3.600 caratteri spazi inclusi

Innovazione e/o creatività

Descrivere come l'offerta oggetto del progetto possa configurarsi come innovativa rispetto al curriculum aziendale o rispetto al contesto di riferimento dell'offerta turistica di un dato territorio.

In alternativa descrivere gli elementi di innovazione e diversificazione rispetto all'offerta esistente a titolo esemplificativo con riferimento ai prodotti o agli strumenti utilizzati.

fino ad un massimo di 1.800 caratteri spazi inclusi

Livello di impatto territoriale, di integrazione e diversificazione dei prodotti/servizi

Descrivere chiaramente il territorio sul quale il progetto andrà ad impattare e come l'offerta turistica proposta si configura come potenziale valore aggiunto per quel contesto anche in termini di integrazione e diversificazione dei prodotti e servizi proposti.

Descrivere altresì le relazioni a supporto del progetto in termini di accordi di collaborazione con altri soggetti privati del comparto turistico del territorio e capacità di fare rete.

fino ad un massimo di 3.600 caratteri spazi inclusi

Azioni sul web:

descrivere chiaramente la strategia e le azioni di promozione e promocommercializzazione su web, avendo cura di dettagliarle relativamente allo strumento utilizzato, a titolo esemplificativo e non esaustivo: siti web, social network, e-commerce, web advertising, web marketing.

Specificare nel dettaglio eventuali **applicazioni** per dispositivi mobili avendo cura di dettagliarne la funzione, il target al quale è rivolta, il nome commerciale se già esiste.

fino ad un massimo di 3.600 caratteri spazi inclusi

Indicare poi

	Indirizzo web/nome profilo/nome applicazione
Sito promozione	
Sito commercializzazione	
Profili social	
Applicazioni mobili	