

SCHEDA DESCRITTIVA DELL'INTERVENTO

Legge regionale 28 luglio 2025, n. 26

Articolo 14, comma 1, lettera b)

Progettazione e realizzazione di nuove campagne pubblicitarie con visibilità internazionale

CONSUNTIVO

Data di presentazione della domanda:

Data prevista di avvio dell'iniziativa:

Data prevista di ultimazione dell'iniziativa:

Mercati verso i quali si rivolge la campagna pubblicitaria:

Tabella 1

N.B. Si ricorda che eventuali maggiori spese rispetto a quelle preventivate, rendicontate a consuntivo, **non sono ammesse a contributo**. Qualora invece le spese siano inferiori a quelle preventivate, il contributo sarà corrisposto sulla base dei costi effettivamente sostenuti.

INIZIATIVA	Costi preventivati al netto di IVA	Costi sostenuti al netto di IVA	Percentuale contributo	Contributo richiesto
Nuove campagne pubblicitarie nel caso di iniziative di singole imprese			40%	
Nuove campagne pubblicitarie nel caso di iniziative di imprese associate			60%	
TOTALE dei costi sostenuti e del contributo richiesto				

- Dettagliare nella Tabella 2, sotto riportata, i costi sostenuti per ciascuna iniziativa indicata nella Tabella 1, suddivisi per tipologia di spesa, gli estremi delle relative fatture e il metodo e la data di pagamento.
- Il totale dei costi sostenuti indicato nella Tabella 2 deve corrispondere all'importo dei costi sostenuti indicato nella Tabella 1.

Tabella 2

Titolo iniziativa:

Tipologia di spesa	Costi sostenuti al netto di IVA	Professionista, numero e data della fattura	Metodo e data di pagamento
Prestazioni di professionisti e consulenti esterni esperti di comunicazione e marketing			
Produzione di contenuti			
Diffusione e stampa			
Collaborazioni e partnership con esperti di sponsorizzazione e marketing			
Monitoraggio e analisi dei dati e dei risultati			
Installazione di corner temporanei			
TOTALE			

Per ulteriori specifiche riguardanti la Tabella 2 si suggerisce di consultare il punto 6.3 delle disposizioni applicative della legge.

ALLEGATI:

- 1) copia dello studio che evidenzi lo scopo della nuova campagna pubblicitaria.
- 2) copia della dimostrazione che il materiale pubblicitario sia stato realizzato in almeno una lingua diversa dall'italiano o, comunque, della diffusione dello stesso a livello internazionale.
- 3) copia delle fatture e delle quietanze di pagamento.

Firma

(firma autografa o digitale)
