

ALLEGATO H

- a. **Che il soggetto proponente è nuovo beneficiario¹ (PUNTI 20)**
- b. **Che il soggetto proponente presenta una forte componente aggregativa di piccole e/o micro imprese. In particolare (PUNTI 5):**
- *Il soggetto proponente ha al suo interno “piccole e/o micro imprese” che cofinanziano almeno il 10% dell'importo totale del progetto. **PUNTI 1***
 - *Il soggetto proponente ha al suo interno “piccole e/o micro imprese” che cofinanziano almeno il 15% dell'importo totale del progetto. **PUNTI 2***
 - *Il soggetto proponente ha al suo interno “piccole e/o micro imprese” che cofinanziano almeno il 20% dell'importo totale del progetto. **PUNTI 3***
 - *Il soggetto proponente ha al suo interno “piccole e/o micro imprese” che cofinanziano almeno il 25% dell'importo totale del progetto. **PUNTI 4***
 - *Il soggetto proponente ha al suo interno “piccole e/o micro imprese” che cofinanziano almeno il 30% dell'importo totale del progetto. **PUNTI 5***
- c. **Il soggetto proponente richiede una percentuale di contribuzione pubblica inferiore al 50%² (PUNTI 5):**
- *Contribuzione pubblica pari al 48%: **PUNTI 1***
 - *Contribuzione pubblica pari al 46%: **PUNTI 2***
 - *Contribuzione pubblica pari al 44%: **PUNTI 3***
 - *Contribuzione pubblica pari al 42%: **PUNTI 4***
 - *Contribuzione pubblica pari al 40%: **PUNTI 5***
- d. **Il soggetto proponente³ produce e commercializza prevalentemente vini di propria produzione (PUNTI 5)**
- *percentuale compresa tra il 61% ed il 75%. **PUNTI 1***
 - *percentuale compresa tra il 75,1% ed il 90%. **PUNTI 3***
 - *percentuale pari o superiore al 90,1%. **PUNTI 5***
- e. **Il soggetto proponente è un Consorzio di tutela riconosciuto ai sensi dell'art. 41 della legge 12 dicembre 2016 n. 238 (PUNTI 15)**
- f. **Il progetto è rivolto ad un nuovo Paese terzo o a un nuovo mercato del paese terzo⁴ (PUNTI 20)**
- *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un nuovo Paese terzo o a un nuovo mercato del Paese terzo, superiore al 30%. **PUNTI 3***
 - *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un nuovo Paese terzo o a un nuovo mercato del Paese terzo, superiore al 50%. **PUNTI 6***
 - *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un nuovo Paese terzo o a un nuovo mercato del Paese terzo, superiore al 70%. **PUNTI 9***
 - *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un nuovo Paese terzo o a un nuovo mercato del Paese terzo, superiore al 90%. **PUNTI 12***
 - *100% dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un nuovo Paese terzo o a un nuovo mercato del Paese terzo. **PUNTI 20***

¹ Per “nuovo beneficiario” si intende uno dei soggetti indicati all'art. 3 del Decreto che non ha beneficiato dell'aiuto sulla Misura Promozione nel corso del periodo di programmazione 2014-2018. Nel caso di soggetti proponenti di cui all'art. 3, comma 1, lett. a), b), c), d), h), i) e j) del Decreto, il requisito deve essere posseduto da tutti i partecipanti al soggetto proponente.

² E' assegnato 1 punto per ogni punto percentuale di ribasso rispetto al contributo pubblico del 50%.

³ Nel caso di soggetto proponente di cui alle lettere a), b), c), d), g), h), i) e j) dell'art. 3 comma 1 del Decreto, la percentuale di riferimento è la media dei valori del rapporto tra produzione e commercializzazione di ciascun soggetto che partecipa alla realizzazione del progetto.

⁴ Qualora il soggetto proponente presenti un progetto destinato a taluni Mercati dei Paesi terzi, il punteggio di priorità NON viene attribuito se il richiedente ha realizzato nel Paese terzo in cui ricade il Mercato del Paese terzo, nel periodo di programmazione 2014/2018, le sub-azioni A3 (con particolare riferimento alle azioni di promozione sul web), A5 e C3 (con particolare riferimento alle azioni di promozione sul web) di cui all'Allegato I.

ALLEGATO H

- g. Il progetto riguarda esclusivamente vini a denominazione d'origine protetta e/o ad indicazione geografica tipica (PUNTI 15)**
- h. Il progetto riguarda esclusivamente vini DOCG (PUNTI 5)**
- i. Il progetto è rivolto ad un mercato emergente⁵ (PUNTI 5)**
- *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un mercato emergente, superiore al 30%. PUNTI 1*
 - *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un mercato emergente, superiore al 50%. PUNTI 2*
 - *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un mercato emergente, superiore al 70%. PUNTI 3*
 - *percentuale dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un mercato emergente, superiore al 90%. PUNTI 4*
 - *100% dell'importo complessivo del progetto, destinata alla realizzazione di azioni rivolte ad un mercato emergente. PUNTI 5*
- j. Il progetto presenta in prevalenza azioni di diretto contatto con i destinatari⁶ (PUNTI 5)**
- *Percentuale compresa tra il 50% e il 59,9% del costo complessivo delle azioni del progetto rivolta ad azioni di diretto contatto con i destinatari. PUNTI 1*
 - *Percentuale compresa tra il 60% e il 69,9% del costo complessivo delle azioni del progetto rivolta ad azioni di diretto contatto con i destinatari. PUNTI 2*
 - *Percentuale compresa tra il 70% e il 79,9% del costo complessivo delle azioni del progetto rivolta ad azioni di diretto contatto con i destinatari. PUNTI 3*
 - *Percentuale compresa superiore all'80% del costo complessivo delle azioni del progetto rivolta ad azioni di diretto contatto con i destinatari. PUNTI 5*

⁵ Come elencato nella colonna D dell'allegato M

⁶ Le azioni di diretto contatto con i destinatari sono:

- Partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale (B1, B2, B4);
- Organizzazione di degustazioni promozionali, gala dinner, wine tasting (A2, C2),
- Promozioni presso punti vendita, GDO e HO.RE.CA. (C5)
- Incontri con operatori b2b e incoming (A4, C4)
- Pubbliche relazioni (A6, B5, C6)