**BANDO PER LA CONCESSIONE DI AGEVOLAZIONI ALLE IMPRESE PER LA VALORIZZAZIONE DEI DISEGNI E MODELLI**

**DISEGNI+2022**

**ALLEGATO 3 – PROJECT PLAN**

***(Il presente Allegato deve essere compilato in ogni sua parte e firmato digitalmente dal rappresentante legale dell’impresa richiedente l’agevolazione)***

1. **Beneficiario**

**Denominazione/Ragione sociale impresa**: …………………………………………………..

1. **Descrizione del disegno/modello:**

*(Descrivere sinteticamente il disegno/modello e indicare i prodotti nei quali si intende incorporare ovvero ai quali si intende applicare il disegno/modello)*

………………………………………………………………………………………………*……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………*………………………………………………………………………………………………*………………………………………………………………………………*…………………………………*………………………………………………………………………………*

1. **Rispetto ai prodotti correnti ed ai mercati/clienti esistenti, il disegno/modello si colloca in quale posizione?** *(barrare con una X una sola risposta per colonna)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Prodotto*  | *x* | *Clienti/mercato* | *x* |
| Esistente/consolidato |  | Esistenti/consolidati |  |
| Per lo più esistente, in parte nuovo |  | Per lo più esistenti, in parte nuovi |  |
| In parte esistente, per lo più nuovo |  | In parte esistenti, per lo più nuovi |  |
| Totalmente nuovo |  | Totalmente nuovi |  |

1. **Indicazione dei mercati di riferimento che l’impresa intende raggiungere con l’attuazione del progetto**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Italia* | Italia | *Barrare con una X* |  |
| *Europa* | Nord Europa |  |
| Sud Europa  |  |
| Est Europa |  |
| Ovest Europa |  |
| *Paesi extra UE* | Nord America |  |
| Sud America |  |
| Medio Oriente |  |
| Nord Africa |  |
| Africa centrale |  |
| Sud Africa |  |
| India |  |
| Cina |  |
| Giappone  |  |
| Altri Paesi Asia-Pacifico |  |
| Australia |  |
| *Altro* |  |  |

1. **Durata del progetto** *(massimo 9 mesi)***:**

--- mesi

1. **Descrizione, obiettivi e risultati attesi del progetto:**

*(Riportare di seguito la descrizione dell’idea progettuale, dei servizi per i quali si richiede l’agevolazione e della loro funzionalità alla realizzazione del progetto, l’indicazione degli obiettivi finali e dei risultati attesi dalla valorizzazione del disegno/modello a livello produttivo e/o commerciale[[1]](#footnote-1))*

|  |  |
| --- | --- |
| ***DESCRIZIONE IDEA PROGETTUALE***(min 2.000 caratteri) |  |
| ***DESCRIZIONE DEI SERVIZI PER I QUALI SI RICHIEDE L’AGEVOLAZIONE E DELLA LORO FUNZIONALITA’ ALLA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO STESSO***(min 4.500 caratteri) |  |
| ***OBIETTIVI FINALI E RISULTATI ATTESI*** (min 2.000 caratteri) |  |

1. **Motivazione all’introduzione del disegno/modello**

*(Che cosa ha spinto l’impresa a valorizzare il disegno/modello? Quali stimoli o esigenze?)*

* **non c’è motivazione specifica**
* **c’è motivazione specifica**: *(barrare con una X massimo 4 elementi rilevanti nell’elenco)*

|  |  |
| --- | --- |
| aggiornare il prodotto |  |
| revisione del concept ovvero dell’idea alla base del prodotto |  |
| ampliare la linea di prodotti |  |
| avviare una nuova linea di prodotti |  |
| adattare un prodotto a specifiche esigenze della clientela e/o del mercato |  |
| disponibilità di nuovi materiali |  |
| disponibilità di nuove lavorazioni/trattamenti |  |
| rispondere ad esigenze di produzione o dei fornitori |  |
| rispondere ad una o più opportunità di mercato |  |
| rispondere ad una o più esigenze dei clienti |  |
| Altro *(specificare)*: ………………………………………………………………………………………… |  |

1. **Aspetti/caratteristiche del prodotto a cui viene applicato il disegno/modello che lo differenziano, ovvero lo migliorano rispetto a quanto oggi disponibile tra i prodotti correnti dell’impresa o dei concorrenti**

(*Benefici percepiti o recepiti dai clienti/utilizzatori/mercato che rendono il prodotto maggiormente apprezzabile rispetto ai prodotti attuali o concorrenti)*

* **non abbiamo individuato elementi differenzianti**
* **abbiamo individuato elementi differenzianti/migliorativi**:

 *(barrare con una X massimo 4 elementi rilevanti nell’elenco)*

|  |  |
| --- | --- |
| nuovo design/concept di prodotto*eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| prodotto più semplice *eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| prodotto più “funzionale”*eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| prodotto ecologico o green*eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| prodotto evocativo*eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| prodotto tecnico più accattivante*eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| Speciale utilizzo/versatilità d’uso*eventuale commento:………………………………………………………………………..* |  |
| Altri elementi (specificare): ……………………………………………………………… |  |

1. **Posizionamento di mercato attuale e prospettico**

(*Strategia, accesso a nuovi mercati/ clienti, obiettivi di fatturato e/o di vendita)*

* **non abbiamo previsione di posizionamento**
* **abbiamo previsione di posizionamento**

 *(barrare con una X massimo 4 elementi rilevanti nell’elenco)*

|  |  |
| --- | --- |
| aumento del fatturato |  |
| aumento delle quote di mercato |  |
| ingresso in nuovi mercati |  |
| accesso nuovi clienti/distributori |  |
| rafforzare strategia/modello di business esistente per anticipare i concorrenti |  |
| rafforzare la strategia/modello di business esistente per rispondere ai concorrenti |  |
| rafforzare strategia/modello di business esistente per essere diversi e lontani dai concorrenti |  |
| cambio di strategia/nuova strategia/nuovo modello di business per anticipare i concorrenti |  |
| cambio di strategia/nuova strategia/nuovo modello di business per rispondere ai concorrenti,  |  |
| cambio di strategia/nuova strategia/nuovo modello di business per essere diversi e lontani dai concorrenti  |  |
| Altri elementi *(specificare)*: ………………………………………………………………………………………… |  |

1. **Effetti del disegno/modello sui prodotti/servizi aziendali**
* **non abbiamo ipotizzato/individuato i possibili effetti**
* **abbiamo ipotizzato/individuato possibili effetti**

 *(barrare con una x massimo 4 elementi rilevanti nell’elenco)*

|  |  |
| --- | --- |
| creazione di un primo portafoglio di prodotti  |  |
| ampliamento del portafoglio prodotti per servire i clienti/mercati esistenti |  |
| ampliamento del portafoglio prodotti per servire clienti/mercati nuovi |  |
| miglioramento delle qualità del prodotto |  |
| innovazione di prodotto e/o di concept |  |
| riduzione dei costi di produzione |  |
| miglioramento dei servizi connessi |  |
| moltiplicazione delle vendite ovvero vendite combinate di più prodotti/servizi o vendite trainate o vendite accessorie |  |
| Altri elementi *(specificare)*: ………………………………………………………………………………………… |  |

1. **Rispondenza del disegno/modello alle esigenze di mercato** *(barrare con una x una delle risposte elencate)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| * **il disegno/modello non coglie specificatamente nuove/diverse opportunità nel mercato/tra i clienti**
 | * **il disegno/modello coglie nuove/diverse opportunità latenti nel mercato/tra i clienti**
 | * **il disegno/modello coglie specificatamente nuove/diverse opportunità emergenti nel mercato/tra i clienti**
 |

**Commenti e precisazioni:**

………………………………………………………………………………………..………………….

*……………………………………………………………………………………………………………*

*……………………………………………………………………………………………………………*

*……………………………………………………………………………………………………………*

………………………………………………………………………………..………………………….

1. **Valutazioni preliminari per l’investimento sul disegno/modello:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Non applicabile | SI | NO |
| L’impresa ha condotto un esame esplorativo preliminare su quanto già disponibile nel mercato per capire se ed eventualmente quali altri prodotti/concept simili o assimilabili esistono |  |  |  |
| L’impresa ha condotto un esame esplorativo preliminare sullo stato dell’arte relativamente ai disegni/modelli per capire se ed eventualmente quali altre registrazioni esistono |  |  |  |
| L’impresa ha condotto un esame esplorativo preliminare sulle potenzialità di mercato del prodotto? |  |  |  |
| L’impresa ha condotto un esame esplorativo preliminare sulle condizioni di trasferibilità al mercato? |  |  |  |

1. **Tempi di erogazione dei servizi**

*(Indicare nell’elenco i servizi da acquisire fornendo un’indicazione dei tempi di erogazione e realizzo, barrando o evidenziando le caselle mese per mese, dal mese di inizio a quello previsto per il completamento oppure, in caso non vi sia continuità nella fornitura, segnando i singoli mesi previsti di intervento del fornitore)*

|  |  |
| --- | --- |
|  | ***Tempi (mesi)*** |
| ***Fornitore/Servizi*** | ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** |
| *1.* | *(fornitore)**(servizio)* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *2.* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *3.* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *4.* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *5.* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *6.* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *7.* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

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

 Il Legale Rappresentante

*Documento informatico sottoscritto con firma digitale ai sensi dell’art. 24 del D. Lgs. 7 marzo 2005, n. 82 (C.A.D.) e s.m.i..*

1. Esempi di Obiettivo/Risultato atteso da argomentare:

Obiettivo: accesso segmento clienti di fascia alta; Risultato atteso: aumento del prezzo/miglior margine;

Obiettivo: accesso mercato statunitense; Risultato atteso: inizio vendite in USA (o aumento vendite in USA);

Obiettivo: riconoscibilità del prodotto attraverso il design; Risultato atteso: 1 cliente su 4 riconosce il prodotto per il disegno modello applicato;

Obiettivo: maggior facilità di vendita; Risultato atteso: riduzione delle spese di marketing e vendita;

Obiettivo: miglioramento della qualità e riduzione dei costi; Risultato atteso: aumento delle vendite;

Obiettivo: maggior competitività sul mercato (nazionale, europeo, extraeuropeo, asiatico…); Risultato atteso acquisizione di quote di mercato. [↑](#footnote-ref-1)