

**DOMANDA DI AGEVOLAZIONI FINANZIARIE AI SENSI DELLA LEGGE REGIONALE
18 MAGGIO 2006, N. 5 art. 36 comma 1 (Programmi annuali di Promozione)**

bollo

Spett.le

REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA

Assessorato del Turismo, Artigianato

e Commercio - Servizio Commercio

Settore promozione commerciale ed

Incentivazione alle attività commerciali

Viale Trieste, 105
09100 CAGLIARI

Il sottoscritto Fresi Roberto in qualità di Presidente del Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus" di Palau

Con sede legale in Palau Prov. (OT)

Via Nazionale 2 (CAP 07020) Tel. - 0789/23994

Fax. 0789 / 23994 – e-mail : - info@orsus.it - confcommercio.olbia@tiscali.it

CHIEDE

A nome e nell'interesse dell'organismo che rappresenta, di poter beneficiare di un contributo per l'anno 2008 nella misura del 70 % pari a € 127.540 ,00.

Per la realizzazione del programma annuale di promozione, diretto a rivitalizzare i centri urbani, promuovere la qualificazione dell'offerta e la migliore accoglienza dell'utenza.

NOTIZIE SUL SOGGETTO RICHIEDENTE

a) Centro Commerciale Naturale:

denominazione: **Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus" di Palau**

descrizione attività: Promuovere valorizzare e salvaguardare l'attrattività ,l'accessibilità,l'animazione, la rivitalizzazione, la vivibilità e la sicurezza del centro urbano di Palau. Adeguare , ammodernare e qualificare il servizio commerciale e turistico offerto dalle imprese alla clientela, anche predisponendo strumenti capaci di assicurare la tutela dei consumatori in termini di informazione, di qualità, di trasparenza e di razionalizzazione delle condizioni di offerta e di formazione dei prezzi.

Numero di imprese commerciali costituenti il Centro Commerciale Naturale: **N° 233**;

Forma giuridica : **Consorzio**

Data di costituzione : **24 Maggio 1995 (modifica statuto con atto notarile del 28.03.2008**

Luogo di costituzione: **Palau**

Nuova costituzione si no Variaz. Statuto 28.03.2008

Classificazione ISTAT : **74**

0	1	6	7	7	7	1	0	9	0	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Partita

IVA

0	1	6	7	7	7	1	0	9	0	5				
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--	--	--	--

Codice

Fiscale

DICHIARA

- Di avere piena conoscenza della legge regionale 18 maggio 2006, n. 5 - art. 36 - e dei criteri e modalità di concessione ed erogazione dei contributi previsti dalla D.G.R. N° 50/36 del 5/ 12/06 e D.G. n.48/26 del 29/11/07
- Che l'organismo richiedente è un Centro Commerciale Naturale costituito da piccole e medie imprese così come definite dal Regolamento CE n. 70/2001;
- Di non aver beneficiato dei seguenti aiuti "de minimis" nel triennio antecedente la data di presentazione della presente domanda:

Data di concessione dell'agevolazione	Norma che autorizza l'agevolazione ed Ente concedente	Importo dell'agevolazione (specificare se in lire o in euro):

- Di essere a conoscenza del fatto che l'entità del contributo richiesto potrà essere adeguatamente ridotta in base alle risultanze dell'attività istruttoria;
- Di essere a conoscenza del fatto che i richiedenti possono usufruire delle agevolazioni esclusivamente nei limiti delle disponibilità finanziarie presenti nell'apposito capitolo del bilancio regionale dell'anno di riferimento;
- Di essere a conoscenza del fatto che l'Assessorato può richiedere tutta la documentazione che ritenga necessaria per il completamento dell'istruttoria e per il monitoraggio;
- Di essere a conoscenza del fatto che ai sensi dell'articolo 8 delle direttive applicative il contributo è suscettibile di revoca e che i contributi indebitamente percepiti devono essere rimborsati all'Amministrazione regionale maggiorati degli interessi computati ad un tasso annuo pari al tasso di sconto vigente alla data di erogazione del contributo e per il periodo intercorrente da tale data al versamento delle somme da restituire, con una m,maggiorazione di cinque punti percentuali;
- Di consentire eventuali controlli ed ispezioni presso la propria sede ai funzionari dell'Assessorato regionale del Turismo, Artigianato e Commercio;
- Di autorizzare l'Amministrazione regionale al trattamento dei dati forniti con la presente domanda, anche mediante mezzi elettronici;
- Che tutte le notizie fornite con la presente domanda e negli allegati corrispondono al vero e si impegna a comunicare le successive variazioni che alterino la validità delle informazioni date;
- Di essere nel pieno e libero esercizio dei propri diritti, non essendo in stato di fallimento, concordato preventivo, amministrazione controllata o straordinaria, liquidazione coatta o volontaria;
- Di rendere tutte le dichiarazioni ai sensi dell'articolo 47 del D.P.R. 445 del 28/12/2000 e successive modifiche ed integrazioni e di essere consapevole della responsabilità penale a cui può andare incontro in caso di dichiarazioni mendaci o di esibizione di atto falso o contenenti dati non più rispondenti a verità, di cui all'articolo 76 del medesimo D.P.R. 445/2000.

Allegare la documentazione prevista dalle direttive e dai criteri di attuazione finalizzata alla valutazione del richiedente, e dell'iniziativa.

Elenco della documentazione allegata:

1. Copia autentica dello Statuto e dell'atto costitutivo
2. Certificato Camerale
3. Elenco delle Imprese associate
4. Programma dell'iniziativa con la descrizione dell'intervento proposto –Località di svolgimento – Obiettivi perseguiti – Ammontare della spesa – Contributo richiesto – Risultati attesi – Piano finanziario e costi
5. Autocertificazione sui contributi de minimis
6. Autocertificazione sui requisiti dimensionali

RICHIESTA DI ANTICIPAZIONE

Il sottoscritto chiede inoltre, ai sensi di quanto disposto dall'art. 6 delle direttive di attuazione approvate con D.G.R. n° _____/_____ del _____/_____/_____, a concessione di un'anticipazione pari al _____% del contributo concesso da accreditare sul c/c n. _____ (coordinate bancarie: _____) in essere presso _____, a tal fine il sottoscritto produrrà, nei tempi necessari per l'adozione della relativa determinazione, la prevista fideiussione.

Data 5 Aprile 2008

Il Presidente
Fresi Roberto

CENTRO COMMERCIALE NATURALE "ORSUS MEDITERRANEUS DI PALAU"

Palau , Via Nazionale 2 - Tel. 0789/23994 - COD. FISC. E P. IVA 01677710905

PROGRAMMA INIZIATIVE

Premessa

Il Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus di Palau " nasce su iniziativa di un gruppo di imprenditori locali del turismo che, ritenendo l'integrazione e la differenziazione delle attività, la visione condivisa e la logica di sistema con gli operatori del commercio, dei servizi e dell'artigianato avrebbe portato ad una più efficace vitalità urbana senza perimetro ma come sistema organizzato al fine di elaborare strategie e realizzare azioni promozionali che abbiano come finalità la qualificazione dell'offerta, il miglioramento degli standard in un'ottica di migliore accoglienza dell'utenza e di sviluppo economico della città di Palau.

In un mercato sempre più complesso, infatti, occorre elaborare strategie "territoriali" che devono vedere le imprese partecipi di un progetto di promozione della città che vada ben oltre la semplice creazione di momenti di aggregazione, siano essi spettacoli o iniziative che l'utente dimentica dopo qualche giorno.

Attrarre flussi di utenza è difficile, conservarli ed incrementarli nel tempo è impossibile se non si dispone di forti attrattori, capaci di autorigenerarsi.

Questo può avvenire solo promuovendo il contesto, l'ambiente nel quale si opera, utilizzando politiche e progetti condivisi con gli altri attori del sistema e il resto del territorio.

Non a caso oggi più che mai, molti autorevoli studiosi che da tempo si occupano di questo tipo di problematiche, sono concordi nell'affermare che nello scenario attuale più che la qualità della singola impresa è importante la qualità del network di entità con le quali si riesce ad interagire.

Ambizione fondamentale del Centro Commerciale Naturale è proprio quella di mettere insieme le forze al fine della valorizzazione della città, attuando moderni progetti di marketing urbano

che vedano coinvolte imprese ed istituzioni in iniziative, progetti e programmi integrati comuni che abbiano la capacità di valorizzare il contesto urbanistico, sociale, culturale, turistico ed economico del Centro Urbano di Palau , secondo principi di condivisione, operatività e concretezza.

In tal senso la possibilità di attrarre i flussi turistici , a nostro avviso, è un obiettivo certamente perseguibile perché Palau, a differenza di altre destinazioni, ha un sistema di valori storici, ambientali e paesaggistici, capace di attrarre presenze non esclusivamente legate alla stagione estiva.

E' proprio la politica legata alla soddisfazione della domanda (sia locale che turistica) esistente ed all'incremento dei flussi (facendo attenzione a stimolare particolari segmenti della domanda) quella che deve ispirare le strategie di tutti coloro che, a vario titolo, operano per il perseguimento della maggiore efficienza e della qualificazione e rivitalizzazione del Centro Urbano.

All'interno di questo "quadro di riferimento generale" il Centro Commerciale Naturale intende fornire il suo apporto, operando su due piani paralleli: da un lato sviluppando iniziative di promozione dirette a richiamare l'attenzione e l'interesse dell'utenza residente a Palau e nel suo raggio di attrazione commerciale, in modo tale da prevenire una tendenza centrifuga verso le grandi strutture della grande distribuzione organizzata presenti in misura massiccia nella vicina Olbia; dall'altro elaborando ed attuando azioni promozionali specificamente studiate per soddisfare le esigenze dell'utenza turistica, sempre nell'ambito del contesto urbano.

Va sottolineato che le azioni promozionali sono comunque orientate ad attrarre "flussi di utenza" nell'ambito del contesto urbano in cui opera il Consorzio, mediante l'utilizzo di strumenti che prevedano l'offerta di "opportunità" (sconti, servizi ecc.) non solo capaci di migliorare l'attrattività del centro urbano, ma anche idonei, come si è detto in premessa, a rinnovarsi nel tempo.

Andiamo ora ad esaminare nel dettaglio il Progetto.

Descrizione dell'intervento proposto, data e località di svolgimento

Il Piano prevede l'utilizzo di una Card.

Si tratta di card dotata di microprocessore in grado di registrare una quantità elevatissima di dati ed operazioni e per tali motivi estremamente flessibili.

Questa carta verrà distribuita gratuitamente ai consumatori nei punti vendita aderenti all'iniziativa, previa compilazione di un format sintetico che permetterà anche di disporre di tutta una serie di dati utili per l'elaborazione di successivi interventi, e darà loro la possibilità di ottenere degli sconti in percentuale rispetto alla spesa effettuata. Il meccanismo di funzionamento è semplice per il cliente, è infatti sufficiente che questi presenti la carta al momento del pagamento. Sarà cura dell'operatore inserire la carta nell'apposito POS di cui saranno dotati tutti i punti vendita convenzionati, ed automaticamente una percentuale della spesa effettuata verrà accantonata e resa disponibile nel microchip installato nella carta. L'accumulo di questi sconti avverrà sugli acquisti effettuati presso qualsiasi operatore convenzionato ed il titolare della card potrà decidere in qualsiasi momento di utilizzare totalmente o parzialmente il suo accumulo per compiere acquisti presso qualunque punto vendita aderente al circuito. E' chiara la finalità principale del progetto: fornire un vantaggio tangibile alla clientela, facilmente riconoscibile ed identificabile, che cresce al crescere della fedeltà del cliente al circuito, che, è importante sottolinearlo, opera esclusivamente nel Centro Urbano. Si vogliono così fornire ai consumatori nuove motivazioni e nuovi vantaggi per dare una migliore "accoglienza" e maggiori opportunità che li incentivino a considerare sempre più il centro urbano come luogo primario della loro vita e dei loro interessi. E' bene anche sottolineare che l'iniziativa accresce il suo valore quanto più ampio sarà il ventaglio di attività e dunque di possibilità di acquisto per i consumatori. Il Centro Commerciale Naturale sposa appieno questo pensiero e pertanto invita alla partecipazione tutti quegli operatori, che garantendo determinati requisiti di qualità, vogliono prendervi parte, purchè operanti nel centro urbano. Tutto ciò anche nell'ottica del rafforzamento della cooperazione fra le imprese finalizzata allo sviluppo della competitività del proprio ambito di riferimento: l'area urbana.

L'iniziativa prevede anche tutta una serie di ulteriori vantaggi per la clientela, fra cui la possibilità riconosciuta al cliente di chiedere, attraverso i canali bancari, di aggiungere gratuitamente sulla carta fidelity, la funzione carta di credito valida nei punti convenzionati, avendo così la possibilità di ottenere credito al consumo alle migliori condizioni del mercato,

mantenendo tutti gli altri vantaggi. Ancora, i clienti hanno la facoltà di utilizzare i loro accumuli per l'acquisto di prodotti finanziari e di risparmio presso gli operatori finanziari aderenti al circuito. Hanno così, ad esempio, la possibilità di costruirsi una rendita integrativa utilizzando gli sconti che -gratis- gli sono stati riconosciuti per il solo fatto di essersi fidelizzati al centro urbano ed alle sue attività.

L'iniziativa, per quanto attiene questa parte riferita all'utenza locale, nasce da un Progetto che è già operativo, in Sardegna, con importanti risultati, nei centri urbani di Sassari, Alghero, San Sperate, Carloforte, Samassi e che prenderà l'avvio, contemporaneamente, a Tempio, Olbia, Arzachena, La Maddalena e Palau unendo pertanto tutta la Gallura.

La gestione dei dati e del sistema informatico verrà curata direttamente da società specializzate, che garantiranno la circolarità e l'unicità del sistema.

La carta verrà rilasciata all'interno di una brochure nella quale verranno riassunti i servizi ai quali si accede, ma soprattutto saranno presenti tutta una serie di informazioni che tenderanno a promuovere il Centro Urbano di Palau.

Al momento del rilascio della carta, i dati relativi all'utente vengono "caricati" (ed elaborati); il sistema avrà così la possibilità di disporre di un prezioso data base.

Gli utenti potranno utilizzare la carta per accedere a tutta una serie di vantaggi e di servizi loro riservati (quali ad esempio sconti ed offerte particolari) che potranno ottenere all'interno del circuito di operatori convenzionati che partecipano all'iniziativa.

Per poter fruire di questi vantaggi, il cliente dovrà presentare la carta, che verrà introdotta nei POS appositamente installati. Questa operazione permetterà ai terminali periferici di immagazzinare e registrare tutta una serie di dati che saranno successivamente trasmessi all'unità centrale. Si avrà così la possibilità di monitorare il transito dell'utenza all'interno del centro urbano e la possibilità di disporre di tutta una serie di dati precisi che andranno ad aggiornare il data base. Si ha così la capacità di costruire un prezioso e dinamico archivio di dati che potranno essere utilmente utilizzati per molteplici scopi fra cui studi ed indagini di mercato finalizzate all'elaborazione ed all'attuazione di efficaci strategie di marketing.

Teniamo a precisare che anche l'amministrazione comunale deve essere particolarmente attenta a questo tipo di iniziativa, infatti, poter disporre di moderni strumenti capaci di fornire

elementi precisi in grado di disegnare con attendibilità le caratteristiche e l'evoluzione della domanda (o meglio dei diversi segmenti), costituirebbe un risultato particolarmente rilevante, mai conseguito in precedenza, tale da garantire informazioni dettagliate capaci di guidare le scelte.

Questa grande attenzione da parte del Centro Commerciale nei confronti del Progetto deriva anche dalla possibilità di studiare ed attuare tutta una serie di interventi modulari che vadano ad integrare e completare le gamma di servizi dedicati all'utenza sia locale che turistica, come l'accesso a particolari siti, mezzi pubblici, manifestazioni, informazioni ecc. che potranno essere facilmente implementati sulla carta grazie alla spazio disponibile sul microprocessore. Si tratta dunque di un'idea progetto iniziale, suscettibile di continui miglioramenti ed interventi, che da' reale spazio alle sinergie fra pubblico e privato in una prospettiva di concretezza che da' la possibilità di interagire nell'ottica della qualità totale.

Affinchè questo ambizioso Progetto possa essere realizzato occorre l'installazione di particolari POS (multifunzione) presso ciascun punto vendita aderente al circuito. Occorrono poi le carte: in questa prima fase si ritiene opportuno procedere all'acquisto di 5.000 carte fidelity da destinare alla domanda locale .

Occorrerà poi predisporre un kit composto da vetrofanie, cartelli da banco e da vetrina, manifesti di piccolo formato, ecc., che consenta la creazione di un'immagine coordinata ed unitaria che garantisca la riconoscibilità e l'identificazione dei punti vendita aderenti all'iniziativa nonché un'importante attività pubblicitaria, sostanzialmente legata alla promozione della carta fidelity che verrà consegnata all'utenza locale.

Si tratta di un progetto ambizioso e complesso ma di sicura efficacia per la qualificazione dell'offerta e la migliore accoglienza dell'utenza e, più in generale, per gli obiettivi di promozione e rivitalizzazione del centro urbano di Palau.

Data e località di svolgimento:

La messa in onda del Progetto potrà avere luogo nei prossimi mesi, la località di svolgimento ossia il suo ambito territoriale di operatività è relativo al centro urbano di Palau. L'iniziativa non ha una scadenza, opererà finchè il Progetto sarà attivo.

Gli interventi verranno svolti nell'intero corso del 2008.

Motivazioni, obiettivi perseguiti, risultati attesi

Le motivazioni sottostanti allo studio ed all'attuazione di un intervento come questo che proponiamo derivano proprio dalle caratteristiche e dalle specificità di Palau. Sono proprio le sue particolarità a rendere necessaria la predisposizione di una strategia che si sviluppi lungo due direttrici, complementari ma comunque caratterizzate da elementi distinti.

Palau è soggetta ad una domanda composita che a livello generale può essere scissa in due macrosegmenti caratterizzati da esigenze, problematiche ed aspettative completamente differenti: una domanda locale da parte dei consumatori residenti ed una domanda molto più complessa ed eterogenea, di difficile definizione, generata dai diversi flussi turistici che interessano la città.

E' chiaro che, di conseguenza anche la predisposizione dell'offerta e gli interventi nel marketing devono essere modellati sulla base di queste differenti realtà.

Il Progetto avrà proprio la capacità di creare le basi per riuscire ad inquadrare con precisione le caratteristiche e l'evoluzione della domanda e permetterà di disporre di quelle informazioni utili per elaborare un'offerta modellata sulla base delle esigenze effettive e capace di adattarsi ai mutamenti.

Gli obiettivi perseguiti relativamente all'intervento previsto per la domanda locale, sono quelle di:

- ottenere tutta una serie di dati relativi alla clientela che permettano l'elaborazione di studi e ricerche,
- fornire tutta una serie di vantaggi, tangibili ed immediatamente percepibili da parte dei consumatori, proporzionali al loro grado di fedeltà al centro urbano ed alle sue attività;
- fornire nuove motivazioni che spingano l'utenza a considerare l'area urbana quale centro fondamentale dei propri interessi;
- prevenire tendenze centrifughe verso aree ed interessi esterni;
- elaborare efficaci strategie di marketing, supportate da informazioni adeguate;
- mettere in rete le PMI del centro urbano e farle cooperare con una strategia unitaria e condivisa.

Risultati attesi: pensiamo che questo quadro di interventi possa portare al

conseguimento di risultati molto importanti in termini di miglioramento dell'attrattività del Centro Urbano. Si cercherà di definire i problemi, le esigenze e le prerogative della domanda, per fornire soluzioni efficaci. L'attuazione del piano, permetterà la predisposizione di un'offerta migliore capace di produrre un efficace accoglimento dell'utenza nell'area urbana con chiari effetti benefici in termini di rivitalizzazione del centro urbano anche nel periodo invernale. Sia i residenti che i turisti avranno a disposizione tutta una serie di benefici, vantaggi ed opportunità loro dedicati per dare nuove motivazioni a spendere il proprio tempo in città. Anche sotto il profilo della qualificazione delle attività partecipanti al Progetto si attendono risultati importanti. Il principale di questi è proprio il concreto sviluppo della strategia della cooperazione interaziendale, che sarà capace di far raggiungere obiettivi ed ottenere risorse importanti, fuori dalla portata dei singoli che vogliono far riferimento alle sole proprie forze.

Dunque miglioramento dell'offerta, intesa come offerta complessiva del Centro Commerciale Naturale Urbano. Un miglioramento da considerarsi in senso dinamico ossia continuo anche grazie a tutta una serie di accordi e collaborazioni che il Consorzio sta portando avanti con tutti quegli organismi quali la Provincia, l'Amministrazione Comunale, le Associazioni di Categoria, la Camera di Commercio ed altri, interessati allo sviluppo della competitività del Centro Urbano di Palau. Si opera dunque per creare un sistema complessivo di offerta che risponda a requisiti di qualità, ed all'interno del quale gli interventi qui proposti possano utilmente collocarsi.

Come noto un centro urbano risulta tanto più vivo e vitale in quanto riesca a fornire risposte adeguate in termini di abitabilità, accessibilità ed attrattività. Può essere recuperato soltanto se ritornerà ad essere il territorio dell'abitare", assumendo attraverso il riuso anche valenza di risorsa economica. Mentre i primi elementi dipendono dalle scelte effettuate dall'Amministrazione Comunale, l'attrattività è strettamente legata ai servizi che il centro urbano è in grado di offrire.

Da questo nasce la correlazione tra le esigenze di rivitalizzazione del centro urbano ed il sistema distributivo, che costituisce una componente essenziale dei servizi, in grado di migliorare la complessiva attrattività'.

Le linee di intervento riguarderanno essenzialmente la promozione delle imprese e del contesto urbano in cui operano ed il miglioramento degli standard qualitativi delle stesse. Il centro Commerciale naturale ha elaborato una strategia di medio lungo periodo che prevede anche interventi di tipo urbanistico ed infrastrutturali.

Nel breve periodo, invece, oltre la promozione della card, l'obiettivo primario è quello di dare un chiaro segnale di novità e, contemporaneamente d'insieme, che possa in qualche modo accreditare negli utenti una diversa immagine del commercio nel centro urbano, fatto non solo di tradizione ma anche di qualità e servizi. Far vivere tutta la città, oltre la stagione turistica è essenziale. Riappropriarsi del piacere di passeggiare e di incontrarsi, riscoprire la città e la sua storia, uscire dall'isolamento e unirsi al resto del territorio. Questa è l'ambizione del Centro Commerciale di Palau.

A tal fine si intende valorizzare e promuovere Palau, partendo proprio dalla riconoscibilità del suo mare. Farlo conoscere sempre di più all'esterno, ma anche e soprattutto farlo riscoprire ai nativi.

OBIETTIVI

- Promuovere Palau come punto di riferimento e modello nella concezione di realtà in grado di esprimere ricchezza culturale, naturale e storica, il tutto in stretta relazione con la tradizione locale.
- Favorire, attraverso il mare, la cultura dei luoghi, la ricerca delle radici e la rappresentazione delle tradizioni, il modello di sviluppo e di turismo sostenibile di Palau.
- Promuovere l'immagine di un territorio con un ampio respiro culturale, ricco di attrattive storico-turistiche.
- Presentare Palau come una location ideale per eventi marini di carattere nazionale e internazionale.

STRATEGIA

Creare vari eventi che mettano in luce le mille facce di Palau (cultura, storia, ospitalità, natura, tradizione, benessere e divertimento) ma che allo stesso tempo sia di interesse nazionale ed internazionale.

Incentivare lo sviluppo economico territoriale mediante la promozione di un'offerta turistica integrata , e favorire azioni sulla commercializzazione turistica. In collaborazione con la Amministrazione Comunale, Confcommercio , la Camera di Commercio, esercitare un'azione di controllo agli standard di qualità , diffondere l'immagine e la conoscenza di Palau attraverso iniziative promozionali, invitando artisti e sportivi di alto livello e interessando giornali specializzati e televisioni nazionali.

Questi sono i principali elementi che caratterizzeranno le manifestazioni che si andranno a proporre e che bene si sposano con l'obiettivo di offrire all'utente un segnale di nuova vitalità e contemporaneamente quello di realizzare un "unicum" che possa valere la pena di visitare ogni anno. Le manifestazione potranno divenire infatti, un evento seriale riproducibile negli anni a venire .

Le manifestazioni si terranno nell'arco dell'anno e soprattutto all'inizio o alla fine della stagione turistica in modo da incentivare l'arrivo degli appassionati del settore .

Venendo al dettaglio delle suddette iniziative da attuare per il 2008 con gli intenti promozionali su esposti, queste prevedono:

- **Portale web con link nei siti dei Comuni della GALLURA .**
- **Marchio e cartellonistica**
- **Brochure informativa dei servizi offerti dalle Aziende Consorziate**
- **Manifestazione : "Arte Atlantide Sardinia" – Mostra subacquea .**
- **Corso "OPEN WATER DIVER" - per gli allievi delle scuole di Palau .**
- **1^ Tappa Campionato Nazionale Slalom di Windsurf**
- **"Sotto il mare delle Bocche": Gara di apnea statica e dinamica con Gianluca Genoni, pluriprimatista mondiale di apnea profonda.**
- **Gara di fotografia subacquea con 2 specialità: Macro e Ambiente**
- **Documentario sul mondo del KITE Surf che sarà trasmesso dalle televisioni del Gruppo Fox/Sky.**

- **Progetti Musicali: "Sotto il vento e le vele" e "I suoni del Terzo Millennio**
- **Accoglienza al turista con negozi aperti e brochure informativa**

Ammontare della spesa e contributo richiesto

L'ammontare complessivo della spesa prevista per l'attuazione dell'investimento è pari ad Euro 182.200,00 (IVA esclusa) ed è relativa all'acquisizione dei beni elencati analiticamente nel Piano Finanziario.

Si richiede un contributo a fondo perduto di Euro 127.540,00 pari al 70% della spesa prevista.

Palau , 5 Aprile 2008

IL PRESIDENTE
Roberto Fresi

CENTRO COMMERCIALE NATURALE "ORSUS MEDITERRANEUS DI PALAU"

Palau , Via Nazionale 2 - Tel. 0789/23994- COD. FISC. E P. IVA 01677710905

PIANO FINANZIARIO

(IVA esclusa)

Interventi : Card Premia

1) Affitto annuo n. 100 P.O.S. € 12,00 al mese	Euro	1.200,00
2) Acquisto n. 7.000 card premia € 1,00 a pezzo	Euro	7.000,00
4) Consulenza, direzione e progettazione	Euro	5.000,00
5) Immagine, campagna di lancio e campagna promozionale	Euro	30.000,00

Totale

Euro 43.200,00

Interventi e Manifestazioni

1) Portale web	Euro	8.000,00
2) Brochure informativa n. 10.000 copie	Euro	20.000,00
3) Marchio e diffusione del marchio	Euro	30.000,00
4) Campagna pubblicitaria (Giornali – TV- Radio)	Euro	25.000,00
5) Manifestazione "Arte Atlantide Sardinia"	Euro	10.000,00
6) Corso subacqueo per gli allievi scuole	Euro	9.000,00
7) Campionato Windsurf	Euro	10.000,00
8) "Sotto il Mare delle Bocche"	Euro	14.000,00
9) Gara di fotografia subacquea	Euro	5.000,00
10) Documentario	Euro	3.000,00
11) Progetti Musicali	Euro	5.000,00

Totale

Euro 139.000,00

Copertura Finanziaria

- Contributo Regionale richiesto (70%)	Euro	127.540,00
- Autofinanziamento	Euro	54.660,00
	Totale	Euro 182.200,00

Palau 05 Aprile 2008

IL PRESIDENTE
Roberto Fresi

CENTRO COMMERCIALE NATURALE
"ORSUS MEDITERRANEUS DI PALAU"

Palau , Via Nazionale 2 - Tel. 0789/23994- COD. FISC. E P. IVA 01677710905

AUTOCERTIFICAZIONE

Il sottoscritto Fresi Roberto , nato a Tempio il 26/04/1959, nella sua qualità di Presidente e rappresentante legale del Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus di Palau" , con sede a Palau, in Via Nazionale 2- presso cui elegge il proprio domicilio - regolarmente costituito in data 24 maggio 1995- variaz.statuto 28.03.2008

in relazione alla presente richiesta di contributo, consapevole delle responsabilità derivanti dalla presente dichiarazione ai sensi del D.P.R. 445/2000 e successive modifiche ed integrazioni,

dichiara

che il Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus di Palau" non ha percepito negli anni precedenti alcun contributo a titolo di "de minimis" ai sensi del Regolamento della Commissione Europea n. 1998/2006 del 15 dicembre 2006, pubblicato sulla G.U.C.E. del 28 dicembre 2006;

Allega alla presente fotocopia del proprio documento di identità n. AJ 2885784 rilasciato in data 09.10.2003 dal Comune di Palau

Palau, 5 Aprile 2008

In fede
Fresi Roberto

Presidente Centro Commerciale Naturale
"Orsus Mediterraneus di Palau"

**CENTRO COMMERCIALE NATURALE
"ORSUS MEDITERRANEUS DI PALAU"**

Palau, Via Nazionale 2 - Tel. 0789/23994- COD. FISC. E P. IVA 01677710905

AUTOCERTIFICAZIONE

Il sottoscritto Fresi Roberto , nato a Tempio , il 26.04.1959 nella sua qualità di Presidente e rappresentante legale del Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus di Palau" con sede a Palau, in Via Nazionale 2 - presso cui elegge il proprio domicilio - regolarmente costituito in data 24.05.1995 variaz. Statuto 28.03.2008,

in relazione alla presente richiesta di contributo, consapevole delle responsabilità derivanti dalla presente dichiarazione ai sensi del D.P.R. 445/2000 e successive modifiche ed integrazioni,

dichiara

che il Centro Commerciale Naturale "Orsus Mediterraneus " di Palau è in possesso dei requisiti di cui all'art. 3 delle direttive e criteri di attuazione dell'art.36 della L.R. 18 maggio 2006 n.5 deliberazione n.50/40 dell'11.12.2007

Allega alla presente fotocopia del proprio documento di identità n. AJ 2885784 rilasciato in data 09.10.2003 dal Comune di Palau

Palau, 5 aprile 2008

In fede
Fresi Roberto

Presidente
Centro Commerciale Naturale
Orsus Mediterraneus di Palau