ALLEGATO 1

PROGRAMMA NAZIONALE FEAMPA 2021/2027

REG. (UE) 2021/1060 - REG. (UE) 2021/1139

LINEE GUIDA SUI COSTI AMMISSIBILI PER INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE PER DETERMINATE OPERAZIONI A VALERE SUL PN FEAMPA 21-27

OTTOBRE 2023

1. INTRODUZIONE

Le presenti linee guida si applicano alle attività di informazione e comunicazione realizzate nell'ambito delle operazioni finanziate dal PN-FEAMPA 21-27. In particolare, il presente documento illustra alcune tipologie di costi ammissibili per attività informative e comunicative attivate direttamente dall'AdG con iniziative a titolarità.

Si precisa che per attività informative si intendono, a titolo esemplificativo, tutte quelle iniziative finalizzate a divulgare conoscenze scientifiche, risultati progettuali, dati di studi e ricerche, etc; mentre per comunicazione si intende, a titolo esemplificativo, tutte quelle iniziative finalizzate a promuovere piani di marketing, campagne di sensibilizzazione, eventi per il trasferimento di conoscenze e per la diffusione dei risultati delle ricerche, studi, progetti pilota, buone pratiche, etc.

Di seguito si riportano le operazioni previste dalla tabella 7 del Reg. (UE) 2022/79 che possono prevedere attività informative e comunicative.

CODICE TAB.7 Reg.(UE) 2022/79	DESCRIZIONE
09	Attività di marketing
14	Formazione per migliorare le competenze e sviluppare il capitale umano
15	Eventi
16	Sensibilizzazione, comunicazione al grande pubblico
17	Sviluppo delle capacità
21	Studi e ricerche
22	Condivisione della conoscenza
50	Raccolta e diffusione dei dati
53	Qualità degli alimenti e sicurezza igienica
56	Progetti pilota

2. AMBITI DI ATTIVITA'

Le attività comunicative ed informative possono essere previste all'interno delle seguenti tipologie di iniziative:

- la formazione professionale, l'apprendimento permanente, progetti comuni, la diffusione delle conoscenze di carattere economico, tecnico, normativo o scientifico e delle pratiche

innovative, nonché l'acquisizione di nuove competenze professionali, connesse in particolare alla gestione sostenibile degli ecosistemi marini, l'igiene, la salute, la sicurezza, le attività nel settore marittimo, l'innovazione e l'imprenditoria;

- i collegamenti in rete e gli scambi di esperienze e buone pratiche tra le parti interessate, comprese le organizzazioni che promuovono le pari opportunità tra uomini e donne, il ruolo delle donne nelle comunità di pescatori e i gruppi sottorappresentati presenti nel settore della pesca costiera artigianale o della pesca a piedi;
- il dialogo sociale a livello dell'Unione, nazionale, regionale o locale che coinvolga i pescatori, le parti sociali e altri portatori di interessi;
- la realizzazione, ovvero la partecipazione ad eventi nazionali ed internazionali;
- la promozione di misure a favore della commercializzazione per i prodotti della pesca e dell'acquacoltura;
- la promozione della qualità e del valore aggiunto dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura;
- la realizzazione di campagne di comunicazione e promozione regionali, nazionali o transnazionali per sensibilizzare il pubblico sui prodotti della pesca e dell'acquacoltura sostenibili;
- la tracciabilità dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura e, se del caso, allo sviluppo di un marchio dell'Unione di qualità ecologica (ecolabel) per i prodotti della pesca e dell'acquacoltura di cui al regolamento (UE) n. 1379/2013;
- la trasparenza della produzione e dei mercati e lo svolgimento di indagini di mercato e studi sulla dipendenza dell'Unione dalle importazioni;
- la diffusione di conoscenze scientifiche e informazioni fattuali sui prodotti della pesca generici e sui loro benefici nutrizionali e sugli utilizzi proposti per questi prodotti.
- la divulgazione di dati, studi, progetti pilota, risultati della ricerca e buone pratiche

3. ASPETTI GENERALI

A norma del par. 4 dell'art. 63 del Reg. (UE) 2021/1060, le operazioni potranno essere svolte integralmente o parzialmente al di fuori di uno Stato membro, come anche al di fuori dell'Unione, a condizione che esse contribuiscano al conseguimento degli obiettivi del programma.

Ai sensi degli artt. 63 e 64 del Reg. (UE) 2021/1060, il presente documento è finalizzato a descrivere le tipologie di spese ammissibili e non ammissibili nell'ambito di operazioni che possono prevedere attività informative e comunicative sia sulla base degli adempimenti obbligatori previsti dalla normativa in vigore, sia sulla base delle esigenze derivanti da una efficiente ed efficace gestione del Programma.

Nel caso delle iniziative legate alla promozione dei prodotti ittici di cui all'azione *Resilienza, stabilità, trasparenza ed equa concorrenza nei settori della commercializzazione e trasformazione e miglioramento dell'organizzazione di mercato dei prodotti della pesca ed acquacoltura*" riferita all'Obiettivo Specifico 2.2 del PN FEAMPA 21-27 le iniziative devono avere ad oggetto la promozione dei settori della pesca, dell'acquacoltura e trasformazione, nonché i relativi prodotti senza fare riferimento a denominazioni commerciali e/o zone geografiche o Paesi.

Eventuali iniziative all'interno di manifestazioni a più ampio respiro e connesse a tematiche anche diverse dalla pesca e dall'acquacoltura, sono ammissibili solo ed esclusivamente se rientranti fra gli ambiti di attività di cui al capitolo 2 del presente documento.

A seguito dell'approvazione dell'operazione da parte dell'Amministrazione, tutto il materiale di produzione e allestimento dovrà essere autorizzato e approvato dalla medesima Amministrazione prima della data di inizio delle attività.

La rendicontazione finale dell'operazione dovrà essere corredata di un report finale completo di materiale fotografico ed eventuale audiovisivo, nonché una copia del materiale promozionale prodotto (gadget, opuscoli, dépliant, pubblicazioni, ecc.) Tali documenti saranno utilizzati come ulteriore strumento di verifica.

4. TIPOLOGIE DI COSTI AMMISSIBILI

La realizzazione e l'organizzazione di attività informative e comunicative possono ricomprendere una pluralità di iniziative quali, ad esempio, la partecipazione a fiere, eventi, manifestazioni e festival; la realizzazione e/o organizzazione di eventi divulgativi; la realizzazione di campagne di comunicazione e sensibilizzazione rivolte al grande pubblico in generale, di campagne web e social, di campagne radiofoniche e televisive, di campagne su quotidiani e riviste specializzate; la realizzazione di progetti di educazione alimentare, di tour itineranti etc.; la realizzazione di mostre e spettacoli attinenti alle materie della pesca e dell'acquacoltura, di musei della pesca e dell'acquacoltura etc; la realizzazione di attività formative/informative sulla pesca, l'acquacoltura e la trasformazione; la realizzazione di sondaggi, attività di marketing e di promozione della tracciabilità; la realizzazione di visite guidate e percorsi informativi; organizzazione di convegni, conferenze, tavoli di lavoro e momenti di confronti in relazione ad attività di studio, ricerca, legate a progetti pilota, alla formazione ed alla condivisione della conoscenza, etc.

Le tipologie di costi ammissibili, che possono essere ricomprese nella realizzazione e nell'organizzazione di attività informative e comunicative, sono le seguenti:

a) Ideazione, progettazione, organizzazione e/o partecipazione ad eventi in generale, sia sul

territorio nazionale che internazionale, quali ad esempio manifestazioni fieristiche, convegni, festival, rappresentazioni artistiche e culturali, seminari, workshop, tavole rotonde, conferenze, forum, eventi on line;

b) Ideazione, progettazione, organizzazione e/o partecipazione a laboratori/percorsi info-promozionali, ad attività ludico-didattiche e di sensibilizzazione sui prodotti della pesca e dell'acquacoltura sostenibili, nonché sul consumo consapevole dei prodotti ittici.

c) Ideazione, progettazione, organizzazione e/o partecipazione a B2B e B2C per favorire la commercializzazione diretta dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura, e dei prodotti trasformati.

d) Ideazione, progettazione, organizzazione e/o partecipazione a show cooking, educational tour, press tour, attività formative/informative per migliorare le performance aziendali relativamente alla trasformazione e commercializzazione dei prodotti.

e) Partecipazione e/o organizzazione di incontri seminari, conferenze ed in genere di momenti di confronto e di diffusione di informazioni, conoscenze e risultati nell'ambito di attività di studi, ricerca, progetti pilota e di diffusione di dati. Pubblicazione di report e studi per informare sui risultati raggiunti.

f) Ideazione e progettazione creativa del *concept* per campagne di comunicazione finalizzate a migliorare/valorizzare l'immagine dei settori pesca e acquacoltura, nonché la presentazione e l'imballaggio dei prodotti, e a rafforzare nel pubblico i concetti di sostenibilità, sicurezza, e qualità dei prodotti attraverso azioni di marketing con mirati strumenti di comunicazione, quali ad esempio: manifesti, locandine, brochure, depliant, opuscoli, guide, pubblicazioni, video, spot, newsletter, siti web, prodotti multimediali etc.

g) Realizzazione di campagne di comunicazione integrata con l'utilizzo di canali e strumenti di divulgazione, quali: piattaforme social, siti e portali web specializzati, incluse le testate giornalistiche on line, carta stampata, radio e TV, anche con la realizzazione di format video e/o la partecipazione a trasmissioni dedicate al comparto ittico in generale; campagne web e social advertising, anche con il coinvolgimento di influencer, blogger, con l'utilizzo di social network (es. *facebook, instagram; youtube, pinterest, forsquare,* ecc.); utilizzo di circuiti affissionali statici e dinamici (es.impianti *outdoor* e *indoor* e veicoli mobili).

h) Realizzazione di campagne di promozione e sensibilizzazione, anche on line, con azioni finalizzate a migliorare la tracciabilità, la qualità e la commercializzazione dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura, quali ad esempio la creazione di marchi di qualità, la candidatura

a premi e riconoscimenti del settore, la partnership con chef, nutrizionisti, ristoratori, istituti alberghieri, la raccolta di storie di successo, nonché a migliorare l'accettazione sociale dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura attraverso una corretta informazione del consumatore.

i) Realizzazione di programmi educativi e formativi sul consumo di pesce, sulla trasformazione dei prodotti ittici, sugli aspetti nutrizionali, sulla sostenibilità, etc., anche in collaborazione con scuole e enti formativi, per sviluppare programmi di educazione alimentare con visite guidate sui processi di produzione sostenibile e la qualità dei prodotti ittici in strutture aziendali.

Le spese devono essere sostenute esclusivamente per la realizzazione delle attività sopraindicate e per ogni iniziativa deve essere indicato lo scopo, i partecipanti, la localizzazione, la durata.

5. SPESE AMMISSIBILI

Di seguito vengono riportate le categorie di spese ammissibili.

- Affitto di beni immobili e spazi espositivi quali a titolo esemplificativo: strutture teatrali per rappresentazioni di spettacoli sul tema della pesca ed acquacoltura e/o luoghi ricreativi per bambini, quali ludoteche o anche sale cinematografiche, luoghi di interesse storico-culturale-ambientale (es. palazzi d'epoca, dimore storiche e parchi), nonché musei, aree per mostre, acquari, centri di educazione ambientale, fattorie didattiche, spazi espositivi in eventi gastronomici, in stazioni ferroviarie, metropolitane, aeroporti e porti.
- Noleggio spazi e allestimento stand espositivi personalizzati, attrezzati e arredati nel circuito delle fiere e degli eventi in generale; progettazione, allestimento e brandizzazione degli spazi espositivi; noleggio attrezzature tecniche ed informatiche (es. videoproitettori, telecamere, microfoni, casse, schermi, luci, cabine e cuffie per l'interpretariato, e più in generale service audio-video completi per la produzione multimediale e collegamento internet); servizio di montaggio/smontaggio stand, pulizia ed igienizzazione dello spazio; servizi hosting, interpretariato e traduzione.
- Partecipazione e/o realizzazione di spettacoli artistici e di show cooking anche con noleggio di piastre e di tutte le attrezzature funzionali alla sua realizzazione, nonché acquisto di prodotti ittici e agroalimentari in abbinamento per integrare i percorsi di degustazione; compensi per chef, camerieri ed esperti che raccontano il prodotto; acquisto di tutto il materiale necessario per la somministrazione di cibo e bevande (es. piatti, posate, tovaglioli, bicchieri, etc.); servizio catering.

- Noleggio beni mobili quali ad esempio food truck, truck, automobili, tricicli, aereomobili, etc. utilizzati esclusivamente per la realizzazione dell'operazione.
- Ideazione e realizzazione di loghi, logotipi e pittogrammi, nonché della linea grafica coordinata ed identificativa dell'operazione per la produzione dei materiali informativi e promozionali, siano essi cartacei che multimediali; ideazione, progettazione e realizzazione grafica di room layout per stand fieristici e/o aree espositive promozionali, inclusa la personalizzazione di pareti, desk, totem e degli altri eventuali arredi/strutture funzionali alla veicolazione dell'immagine coordinata.
- Realizzazione e stampa/ristampa dei materiali promozionali cartacei (es. opuscoli, depliant, guide, segnalibri, agende, calendari, poster, locandine, brochure, flyer, manifesti, leaflet informativi, ricettari/libri, roll up, drop flag, back drop, wide format, banner, badge e/o in generale tutte le produzioni tipografiche destinate alla diffusione della conoscenza sui prodotti ittici).
- Ideazione, realizzazione e gestione di siti e portali web, incluse le attività di animazione su piattaforme social per azioni trasversali di social media management e social marketing, e la realizzazione di banner web, masthead, skin, box top, etc.
- Agenzie di comunicazione per la progettazione, la gestione e la realizzazione di campagne di promozione, sensibilizzazione e marketing, e per la organizzazione di eventi internazionali, nazionali e regionali. La pianificazione media, ivi incluse le attività di progettazione grafico-editoriale per tutti gli strumenti comunicazionali nonché le attività di media buying per la veicolazione deimessaggi con relativo monitoraggio e valutazione delle azioni. Ideazione di storyboard e storytellingper la progettazione e produzione di spot/video/documentari/filmati audio-video promozionali; per la progettazione di attività di marketing per il settore della commercializzazione dei prodotti della pesca e dell'acquacoltura.
- Organizzazione di viaggi studio per il miglioramento delle competenze degli operatori, per favorire l'accesso a nuovi mercati e/o migliori condizioni di commercializzazione per i prodotti della pesca e dell'acquacoltura.
- Servizi di ufficio stampa con la redazione di comunicati e/o promoredazionali da veicolare su tutte le testate giornalistiche (on line e off line), ivi compresi la organizzazione di conferenze stampa, interviste, press tour, rassegne stampa etc.
- Sviluppo di software destinati alla comunicazione integrata e realizzazione di app per tutti

i device destinate a favorirela conoscenza sul comparto ittico, sui prodotti ittici e la loro commercializzazione.

- Servizi di organizzazione di manifestazioni fieristiche ed eventi in generale con attività di segreteria organizzativa, e quindi attività di accoglienza e ospitalità, transfer e logistica anche con l'impiego di assistenti help desk, hostess, stuart e interpreti. Realizzazione di mailing list, di inviti a speaker o relatori per le sessioni scientifiche degli eventi servizio di trasporto materiali, incluso montaggio e smontaggio, imballaggio e assistenza tecnica; servizio di facchinaggio e supporto in generale delle attività delle manifestazioni.
- Gadget e/o Kit promozionali (penne, pen-drive, cartelline, shopper, welcome bag, agende del pescato, calendari dei prodotti, food box con i prodotti ittici, oggetti di artigianato locale, anche originali, rappresentativi del settore, e più in generale tutti gli oggetti promozionali funzionali ed in linea con l'immagine coordinata realizzata per l'evento).
- Rimborso spese per missioni (vitto, alloggio e trasporto) agli esperti, consulenti e ai tecnici del settore, solo esclusivamente in caso di partecipazione a convegni, workshop, seminari, riunioni, conferenze, mostre espositive, show cooking, fiere ed eventi info-promozionali sul comparto ittico e i prodotti ittici.
- Servizio transfer, anche con navette, per spostamenti nel luogo di realizzazione dell'evento.
- Spese del personale dell'Amministrazione di cui al Decreto del Direttore Generale n. n. 0560415 del 10/10/2023.
- Spese di consulenze per la realizzazione dell'operazione, escluse consulenze finanziarie e legali, perizie tecniche o finanziarie, spese per contabilità o audit che sono spese ammissibili nell'ambito delle spese generali di cui al capitolo 7.

Si precisa che i costi ammissibili specifici per la realizzazione delle operazioni di cui al capitolo 1, ad eccezione di quelle legate ad attività informative e comunicative poc'anzi descritte, sono riportate nelle relative schede di azione che contengono tutte le informazioni per l'attuazione degli interventi previsti.

6. SPESE NON AMMISSIBILI

- Gettone di presenza per giornalisti, esperti del settore, invitati, interlocutori privilegiati ecc.;
- Gettone di presenza per eventuali moderatori;
- Rimborso spese (viaggio, vitto e alloggio) per giornalisti, invitati, interlocutori privilegiati;

- Stand relativi ad altre tipologie di prodotto che non siano esclusivamente prodotti di pesca e acquacoltura o a tematiche diverse dalla pesca ed acquacoltura;
- Rimborsi spese per i partecipanti ad eccezione di esperti, consulenti e tecnici invitati e del personale dell'Amministrazione.

7. SPESE GENERALI

Le spese generali sono **quantificate** forfetariamente; il loro importo non può essere superiore del limite massimo del 12% del totale delle spese riferite alla realizzazione del progetto. Nell'ambito di tale tetto di spesa sono riconosciute i costi per:

1. l'informazione e la pubblicità obbligatoria sull'intervento finanziato dal PN FEAMPA 2021/2027;
2. la progettazione, il coordinamento tecnico, coordinamento per la sicurezza in fase di progettazione, esecuzione ed eventuale collaudo, ecc.;
3. oneri di sicurezza quali ad esempio: predisposizione ed adempimenti connessi al piano di sicurezza, ai carichi sospesi, security e servizio di assistenza alla sicurezza, polizze assicurative etc; servizio di assistenza ai partecipanti, quali ad esempio presidio medico, ambulanza etc. ed eventuali oneri relativiai diritti d'autore (SIAE) ed oneri connessi ad eventuali diritti di concessione;
4. consulenze finanziarie e legali, perizie tecniche o finanziarie, spese per contabilità o audit, sempre che siano chiaramente e direttamente connesse all'operazione, e necessarie per la sua preparazione e/o realizzazione;

8. IVA E ALTRE IMPOSTE

Ai sensi dell'art. 64 par. 1 del Reg. (UE) 2021/1060 l'imposta sul valore aggiunto («IVA») non è ammissibile salvo:

- per le operazioni il cui costo totale è inferiore a 5.000.000 EUR (IVA inclusa);

- per le operazioni il cui costo totale è pari ad almeno 5.000.000EUR (IVA inclusa) nei casi in cui non sia recuperabile a norma della legislazione nazionale sull'IVA;

- gli investimenti realizzati nel contesto degli strumenti finanziari; se tali investimenti sono sostenuti da strumenti finanziari combinati con un sostegno del programma sotto forma di sovvenzioni di cui all'articolo 58, paragrafo 5, l'IVA non è ammissibile per la parte del costo

dell'investimento corrispondente al sostegno del programma sotto forma di sovvenzioni, a meno che l'IVA per il costo dell'investimento non sia recuperabile a norma della legislazione nazionale sull'IVA o se la parte del costo dell'investimento corrispondente al sostegno del programma sotto forma di sovvenzioni è inferiore a 5.000.000 EUR (IVA inclusa).

9. UTILIZZO DEI LOGHI

La comunicazione è una parte importante dell'attuazione dei fondi nel regolamento sulle disposizioni comuni (CPR) 2021-2027. Le disposizioni in materia di comunicazione mirano a rafforzare la trasparenza, la visibilità e la comunicazione dei finanziamenti dell'UE.

Il regolamento CPR stabilisce le responsabilità in materia di comunicazione per gli Stati membri, le autorità di gestione e i beneficiari dei progetti negli articoli 22, paragrafo 3, lettera j), 46 - 50 e nell'allegato IX, nonché le caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione e le istruzioni per creare l'emblema dell'Unione. Di seguito le prescritte istruzioni per l'utilizzo del logo comunitario:

1. L'emblema deve figurare in maniera prominente in tutti i materiali di comunicazione, come prodotti stampati o digitali, siti web e loro versione mobile, relativi all'attuazione di un'operazione e destinati al pubblico o ai partecipanti.
2. La frase "Finanziato dall'Unione europea" o "Cofinanziato dall'Unione europea" deve sempre essere scritta per esteso e posta accanto all'emblema.
3. Per il testo che accompagna l'emblema deve usarsi uno dei seguenti caratteri: Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana o Ubuntu. Non sono ammessi corsivo, sottolineature o effetti speciali.
4. La posizione del testo rispetto all'emblema non deve interferire in alcun modo con l'emblema.
5. La dimensione dei caratteri deve essere proporzionata alla dimensione dell'emblema.
6. Il colore dei caratteri deve essere Reflex Blue, nero o bianco, secondo lo sfondo usato.
7. L'emblema non può essere modificato o fuso con altri elementi grafici o testi. Se oltre all'emblema figurano altri logotipi, l'emblema deve presentare almeno dimensioni uguali, in altezza o larghezza, a quelle del più grande degli altri logotipi. Non è ammesso l'uso di altre identità visive o altri loghi per evidenziare il sostegno dell'Unione, a parte l'emblema.
8. Qualora nello stesso sito siano attuate varie operazioni, con il sostegno dello stesso o di diversi strumenti di finanziamento, o se sono previsti ulteriori finanziamenti per la stessa operazione in una data successiva, deve essere esposta almeno una targa o un cartellone.

L'allegato al presente documento riporta le disposizioni specifiche per la riproduzione del logo dell'UnioneEuropea e del logo del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste.

9. RINVIO

Per quanto non espressamente previsto, si rinvia al PN FEAMPA 2021/2027 e alla vigente normativa comunitaria, nazionale e regionale di settore.

Il rinvio agli atti comunitari, alle leggi e ai regolamenti contenuti nelle presenti disposizioni, si intende effettuato al testo vigente dei medesimi, comprensivo delle modifiche ed integrazioni intervenute successivamente alla loro emanazione.

ALLEGATO 1

1- RIPRODUZIONE LOGO UNIONE EUROPEA

Istruzioni grafiche per l'emblema e definizione dei colori standard:

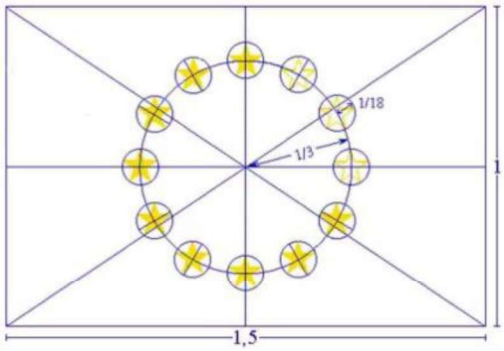
A) DESCRIZIONE SIMBOLICA

Sullo sfondo blu del cielo, una corona di dodici stelle dorate rappresenta l'unione dei popoli europei. Il numero delle stelle è invariabile, poiché 12 è simbolo di perfezione e unità.

B) DESCRIZIONE ARALDICA

Un cerchio composto da dodici stelle dorate a cinque punte, non contigue, in campo azzurro.

C) DESCRIZIONE GEOMETRICA



L'emblema è costituito da una bandiera blu di forma rettangolare, la cui base ha una lunghezza pari a una volta e mezza quella del ghindante. Dodici stelle dorate sono allineate a intervalli regolari lungo un cerchio ideale il cui centro è situato nel punto d'intersezione delle diagonali del rettangolo. Il raggio del cerchio è pari a un terzo dell'altezza del ghindante. Ogni stella ha cinque punte iscritte nella circonferenza di un cerchio invisibile, il cui raggio è pari a 1/18 dell'altezza del ghindante. Tutte le stelle sono disposte verticalmente, cioè con una punta rivolta verso l'alto e due punte appoggiate direttamente su una linea retta immaginaria perpendicolare all'asta. Nel cerchio, le stelle sono disposte come le ore sul quadrante di un orologio. Il numero delle stelle è invariabile.

D) COLORI REGOLAMENTARI

I colori dell'emblema sono: PANTONE REFLEX BLUE per l'area del rettangolo, PANTONE YELLOW per le stelle.

E) RIPRODUZIONE IN QUADRICROMIA

In caso di stampa in quadricromia i due colori standard vanno riprodotti usando i quattro colori della quadricromia.

PANTONE YELLOW si ottiene con il 100 % di "Process Yellow".

PANTONE REFLEX BLUE si ottiene mescolando il 100 % di "Process Cyan" con l'80 % di "Process Magenta".

INTERNET

Nella gamma web, il PANTONE REFLEX BLUE corrisponde al colore RGB: 0/51/153 (esadecimale: 003399) e il PANTONE YELLOW corrisponde al colore RGB: 255/204/0 (esadecimale: FFCC00).

RIPRODUZIONE MONOCROMA

Se si usa il nero, delimitare il rettangolo con un filetto in nero e inserire le stelle in nero su campo bianco.

Se si usa il blu (Reflex Blue), utilizzarlo al 100 % e riprodurre le stelle in negativo, in bianco.

RIPRODUZIONE SU FONDO COLORATO

Nell'impossibilità di evitare uno sfondo colorato, incorniciare il rettangolo con un bordo bianco di spessore pari a 1/25° dell'altezza del rettangolo.

I principi relativi all'uso dell'emblema da parte di terzi sono definiti in un accordo amministrativo con il Consiglio d'Europa relativo all'utilizzo dell'emblema europeo da parte di terzi.

Per informazioni e orientamenti completi:

https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules_it.pdf

2- UTILIZZO DEL LOGO MASAF

Il logo è stato realizzato con software vettoriale così da permetterne l'utilizzo nei più vari generi evitando quindi rischi di sgranatura o pixellatura riscontrabili spesso nei diversi (e impropri) usi di logotipi, marchi o immagini istituzionali.

Per ottenere il Logo in formato vettoriale è necessario inoltrare una richiesta via e-mail a webmaster@masaf.gov.it, corredata del provvedimento in cui ne viene previsto l'utilizzo riguardo attività cui il Ministero partecipa attivamente oppure ha concesso un patrocinio.

Per informazioni e orientamenti completi:

https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/188