Asociaţia Profesională Vitivinicolă
« Terasele Dunării » Ostrov

Centrul Transfrontalier de Oenologie și Viticultură «Terasele Dunării»

PROGRAMULUI NAŢIONAL DE SPRIJIN AL ROMÂNIEI ÎN SECTORUL VITIVINICOL 2014 – 2018
PROMOVAREA VINULUI

Întrucât măsura de promovare a vinurilor pe pieţele ţărilor terţe a avut un impact pozitiv asupra sectorului vitivinicol în perioada 2009 – 2013, aceasta se regăseşte şi în cadrul Programul National de Sprijin 2014 – 2018, România mentinand în continuare această măsură benefică pentru piaţa vinului.

În baza articolului 45 din Regulamentul (UE) nr. 1308/2013, măsura de "PROMOVARE" cuprinde pe lângă promovarea pe pieţele ţărilor terţe şi acţiuni de informare în statele membre cu privire la consumul responsabil de vin si riscul asociat consumului nociv de alcool şi la sistemele Uniunii referitoare la Denumirile de Origine Controlată şi Indicaţiile Geografice.

În perioada 2014-2018, România îşi propune să realizeze, prin intermediul masurilor de promovare a vinurilor, trei obiective principale:

- Informarea consumatorilor cu privire la varietatea, calitatea şi condiţiile de producţie ale vinurilor din U.E precum şi la rezultatele studiilor ştiinţifice;
- Informarea consumatorilor cu privire la consumul responsabil de vin şi riscul asociat consumului nociv de alcool;
- Furnizarea de informaţii exhaustive cu privire la conţinutul şi funcţionarea schemelor de Denumiri de Origine Protejate şi Indicaţii Geografice a Uniunii, în special condiţiile şi efectele, în legătură cu calitatea specifica, reputaţia sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic sau originii sale particulare.

Măsurile de informare cuprind următoarele operaţiuni (acţiuni) eligibile care sunt detaliate mai jos pe subacţiuni (detalierea nefiind exhaustivă, urmând a fi completată, pe parcursul implementării măsurii cu alte tipuri de subacţiuni ce vor fi identificate), astfel:

A. relaţii publice, măsuri de promovare sau de publicitate, care subliniază în mod special avantajele produselor comunitare, în principal în ceea ce priveşte calitatea, siguranţa alimentară sau respectarea mediului;

   Subactiuni

   a1) Relaţii publice, relaţii cu presa (dineuri/prânzuri tematice, cu presa-grupuri ţintă-jurnalişti, lideri de opinie; comunicate de presă; producerea şi distribuirea de plachete; consultanţă, animare de către un prestator, agenţii de comunicare sau relaţii publice; seminarii cu somelieri sau oenologi; sponsorizarea acţunilor specific viticole (concurs cu somelieri, oenologi, etc)

   a2) Publicitate şi anunţuri în mijloacele mass-media: publicitate în presă (zilnică, săptămânală, profesională, specializată; articole, publicaţii, editorial; introducerea publicităţii în catalogul unui distribuitor sau al unui importator; publicitate la radio, TV, publicitate prin afişare; plasarea produsului: produsul apare într-un spot, talk show, achiziţionarea /crearea de

bannere internet, publicitate prin internet, publicitate pe reţelele de socializare, publicitate pe reţele sociale, bloguri

a3) realizarea de plachete, broşuri tehnice, web-site-uri dedicate exportului: plachete comerciale (prezentarea gamei), broşuri în limba ţării ţintă, material publicitare (realizare, traduceri, fabricare, expediere), site web /realizare, actualizare traducere, optimizare pe motoare de căutare

a4) promovare: publicitate şi anunţuri, asigurarea prin promovare a vizibilităţii şi evidenţierii D.O.C./I.G. în cadrul publicităţii, participări la concursuri;

a5) călătorii/vizite la locul de producţie: prezentarea podgoriei, instalaţilor, echipamentelor, a modului de producţie, a vinurilor, calităţilor şi proprietăţilor specifice, elemente de formare la faţa locului(transport, cazare, viză, masă, degustări), operaţiuni discuţii de afaceri între importatori/beneficiari, în vederea încheierii de contracte; operaţiuni cu presa, concurs clienţi cu călătorie la locul de producţie

B. participarea la evenimente, târguri, concursuri internaţionale sau expoziţii de importanţă internaţională;
Subacţiuni:
b1) creare stand, închiriere spaţiu, construcţie stand, instalarea standului şi cheltuieli de funcţionare în cadrul evenimentului/apă, electricitate, transportare stand, personal suport la stand, mostre, materiale de informare, promovare, echipament personal: tricouri,şepici, şorţ, halat, înscrierea beneficiarului în catalogul expoziţiei, crearea unei baze de date, evenimente pe parcursul evenimentului: întâlniri cu potenţiali importatori, asociate cu dineuri tematice, prezentări/degustări de vinuri; misiuni de afaceri; seminarii de mică şi mare anvergură;

C. campanii de informare, în special privind regimurile comunitare referitoare la denumirile de origine, indicaţiile geografice şi producţia ecologică, inclusiv degustări; Subacţiuni: campanii de informare, având ca documente suport articol, broşură, folosind diferite mijloace de organizare/difuzare

D. studii ale noilor pieţe, necesare pentru extinderea pieţelor de desfacere;
Subactiuni
d1) studii de piaţă, bazate pe date culese, achiziţionate, interpretate, cu formularea de concluzii clare, care să orienteze activitatea beneficiarului în cadrul programului, finalizate cu un raport de studiu

E. studii de evaluare a rezultatelor măsurilor de informare. Subacţiuni
Subactiuni
e1) studii, expertiză, pre-teste de validare a noilor produse, focus-grupuri, paneluri, finalizate cu un raport de evaluare

Acţiunile eligibile includ în măsura în care este necesar cheltuieli de personal, transport, cazare, diurnă. Cheltuielile generale vor fi evidenţiate separat. Operaţiunile eligibile pentru promovarea prin informare în statele membre constau în informaţii pentru consumatori în ceea ce priveşte:

- consumul responsabil de vin si riscul asociat consumului nociv de alcool;

- schema de Denumiri de Origine Protejate şi Indicaţii Geografice a Uniunii, în special condiţiile şi efectele, în legătură cu calitatea specifică, reputaţia sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic sau originii sale particulare.

Acţiunile eligibile includ în măsura în care este necesar cheltuieli de personal, transport, cazare, diurnă. Cheltuieli generale vor fi evidenţiate separat
Activităţile de informare pot fi efectuate prin campanii de informare şi prin participarea la evenimente, târguri şi expoziţii importante la nivel naţional sau la nivelul Uniunii.

Procedura de selecție: Procedura de selecţie se va desfăşura în trei etape, după cum urmează: Verificarea eligibilităţii: Dosarul solicitantului pentru accesarea măsurii va fi înaintat M.A.D.R., pentru a fi analizat în cadrul Comisiei pentru analizarea şi selectarea programelor de promovare a vinurilor , aprobată prin ordin al ministrului agriculturii şi dezvoltării rurale. Într-o primă etapă, Comisia verifică eligibilitatea proiectelor, în conformitate cu reglementările europene în vigoare, avându-se în vedere următoarele aspecte:

a) operaţiunile să fie eligibile, consumul responsabil de vin şi riscul asociat consumului nociv de alcool; schema de Denumiri de Origine Controlate şi Indicaţii Geografice a Uniunii, în special condiţiile şi efectele, în legătură cu calitatea specifică, reputaţia sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic sau originii sale particular, definite în mod clar, să descrie activităţile de informare şi să includă costul estimat;
b) să fie conforme cu legislaţia aplicabilă în statul membru în care sunt efectuate;
c) informaţiile se bazează pe calităţile intrinsece ale vinului sau pe caracteristicile acestuia şi nu trebuie să fie orientate spre o marcă comercială sau să încurajeze consumul de vin având o origine specifică. Cu toate acestea, atunci când informaţiile sunt diseminate în scopul schemei de D.O.C. şi I.G., originea unui vin poate fi indicată ca parte a operaţiunii de informare. Toate informaţiile privind efectele consumului de vin asupra sănătăţii şi comportamentului se bazează pe date ştiinţifice general recunoscute şi trebuie să fie acceptate de autoritatea naţională responsabilă pentru sănătatea publică în statul membru în care sunt efectuate operaţiunile
d) beneficiarii să deţină resursele necesare pentru a garanta implementarea în mod eficace a măsurii;
e) sprijinul pentru operaţiunile de promovare nu depăşeşte trei ani.

În cadrul submăsurii de informare pe piaţa internă pentru acelaşi beneficiar şi aceeaşi ţară nu se acordă sprijin financiar unei acţiuni care beneficiază de sprijin în temeiul Regulamentului (UE) nr. 1144/2014. Garantarea evitării dublei finanţări este dată de reglementările legislației europene și naționale care indică faptul că același beneficiar membru al unei forme asociative nu poate accesa, în același timp, programe de informare pe piața internă. În plus, programele sunt verificate și aprobate/respinse de Comisia pentru analizarea și selectarea programelor de promovare a vinurilor. De asemenea, acțiunile eligibile prin măsura de promovare a vinurilor, nu beneficiază de sprijin financiar prin sM 3.2.”Sprijin pentru activitățile de informare și de promovare desfășurate de grupurile de producători în cadrul pieței interne” din cadrul Programului Naţional de Dezvoltare Rurală 2014 – 2020, dacă au făcut obiectul unui program de promovare care este/a fost implementat prin P.N.S. 2014 – 2018 de același beneficiar pentru aceleași produse.

Examinarea dosarelor: Examinarea meritelor fiecărui proiect, se face utilizând criteriile de evaluare stipulate în reglementările europene şi care se vor regăsi în ghidul MADR. În urma examinării acestor criterii fiecare program de promovare primeşte un anumit punctaj care se regăseşte în grila de evaluare a eligibilităţii programului, aprobată prin ordin al ministrului agriculturii şi dezvoltării rurale şi prezentată mai jos. Punctajul minim necesar aprobării unui program de promovare a vinurilor în statele membre este de 50 puncte.

Selecţia programelor se va face în concordanţă cu prevederile Ghidului solicitantului precum și ale legislaţiei naţionale privind implementarea P.N.S. în sectorul vitivinicol.
Vor avea prioritate la selectare:
- programele de promovare care vizează mai multe state membre/mai multe regiuni administrative sau vitivinicole/care vizează mai multe D.O.C. şi I.G.

Procedura de selecţie va include toate programele eligibile care vor fi clasificate după punctajul obţinut. În situaţia în care unele programe aprobate nu se finalizează cu încheierea contractului de finanţare cu APIA, MADR va comunica propunătorilor de programe care au obţinut cel puţin punctajul minim necesar, aprobarea programelor, în ordinea descrescătoare a punctajului obţinut şi în limita fondurilor alocate.

În conformitate cu prevederile Legii 1/2004 cu modificările şi completările ulterioare, privind înfiinţarea, funcţionarea şi organizarea Agenţiei de Plăţi şi Intervenţie pentru Agricultură şi a legislaţiei europene şi naţionale specifice organizării comune de piaţă în sectorul vitivinicol, A.P.I.A. instrumentează cererile de sprijin financiar pentru această măsură de piaţă specifice acestui sector. Acest dosar va fi instrumentat conform procedurilor specifice A.P.I.A., urmând apoi aprobarea sau respingerea ajutorului financiar solicitat.

Aceast material face parte din obiectivul nostru de acorda asistenta primara la solicitarea partenerilor, membrilor, clientilor si potentialilor clienti.