## 5.2. Intervenții sectoriale

|  |  |
| --- | --- |
| **Cod de intervenție (MS)** |  |
| **Denumirea intervenției** | **Promovarea și comunicarea efectuată în țări terțe** |
| **Codul bugetului de intervenție (EC)** | **FEGA** - Fondul european de garantare agricolă |
| **Sector** | **Vitivinicol** |
| **Tipul de intervenție** | Interventie sectorială care se încadrează la art. 58 alin. (1) lit. k) din Regulamentul (EU) 2021/2115. |
| **Indicator de realizare** | **O.36 –** Numărul de acțiuni sau de unități care beneficiază de sprijin în sectorul vitivinicol |

### **5.2.1 Domeniul de aplicare teritorial**

**X National** ○ Regional ○ Național cu elemente regionale ○ Transnation

**Selectarea NUTS**

Tot teritoriul României este eligibil.

**Descrierea domeniului de aplicare teritorial**

Deschiderea si diversificarea pietelor pentru vinurile românești în contextul îmbunățățirii competitivitătii acestor produse.

### **5.2.2 Obiective specifice conexe, obiectivul transversal și obiectivele sectoriale relevante**

**Obiectiv General 1** - Promovarea unui sector agricol inteligent, rezilient și diversificat care să asigure securitatea alimentară.

**Objectiv Specific 2** - Îmbunătățirea orientării spre piață și sporirea competitivității fermelor atât pe termen scurt, cât și pe termen lung, inclusiv punerea unui accent mai puternic pe cercetare, tehnologie și digitalizare.

**Obiectiv sectorial:** în conformitate cu prevederile art. 57 lit. j) din Regulamentul (EU) 2021/2115, intervenția are ca obiectiv ***îmbunătățirea*** competitivității produselor vitivinicole din Uniune în țările terțe, inclusiv deschiderea și diversificarea piețelor vinurilor.

### **5.2.3 Nevoi(e) abordate prin intervenție**

N08. Creșterea competitivității si sustenabilitatii sectoarelor vitivinicol, pomicol, legumicol și apicol / A. Creșterea competitivității sectorului vitivinicol

Cresterea competitivității si sustenabilitătii sectorului vitivinicol prin îmbunătățirea vizibilității și recunoasterea pe piața țărilor terțe a vinurilor produse în România.

### **5.2.4 Indicator(i) de rezultat**

**Nu este cazul -** Interventie fără legatură directă și semnificativa cu un indicator de rezultat din Anexa 1 a Regulamentului (EU) 2021/2115, potrivit prevederilor celei de-a doua teze a art. 111 a aceluiași Regulament.

### **5.2.5 Descrierea intervenției/cerințelor intervenției care asigură contribuția efectivă la obiectivul(e) specific(e)/Obiectivul transversal**

Îmbunătățirea competitivității produselor vitivinicole din Uniune în țările terțe, inclusiv deschiderea și diversificarea piețelor vinurilor, realizate prin una sau mai multe dintre următoarele acțiuniși activități:

(i) relații publice, acțiuni de promovare sau de publicitate care evidențiază în special standardele înalte ale produselor din Uniune, mai ales în ceea ce privește calitatea, siguranța alimentară sau mediul;

(ii) participarea la evenimente, târguri sau expoziții de importanță internațională;

(iii) campanii de informare, în special privind sistemele de calitate ale Uniunii referitoare la denumirile de origine, indicațiile geografice și producția ecologică;

(iv) studii ale piețelor noi sau existente, care sunt necesare pentru extinderea și consolidarea debușeelor comerciale;

(v) studii de evaluare a rezultatelor operațiunilor de promovare și informare;

(vi) elaborarea de dosare tehnice, inclusiv teste și evaluări de laborator referitoare la practicile enologice, norme fitosanitare și de igienă, precum și alte cerințe pentru țări terțe în privința importului de produse din sectorul vitivinicol, pentru a preveni restricționarea accesului sau pentru a permite accesul la piețele țărilor terțe;

Acțiunile/activitățile mentionate la pct. (i) se aplică doar vinurilor cu denumire de origine protejată sau cu indicație geografică protejată ori vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie.

Operațiunile de promovare și comunicare care vizează consolidarea debușeelor comerciale sunt limitate la o durată maximă de trei ani, care nu poate fi prelungită, și se referă numai la sistemele de calitate ale Uniunii vizând denumiri de origine și indicații geografice.

### **Condiții de eligibilitate**

*Descrieți orice condiție de eligibilitate legate de beneficiari, tipul de sprijin sau nivelul de sprijin*

Beneficiarii sunt producătorii din sectorul vitivinicol - persoane juridice, forme asociative profesionale ale producătorilor din sectorul vitivinicol şi/sau organizaţii interprofesionale din sectorul vitivinicol şi/sau organisme de drept public; organismul de drept public poate beneficia de sprijin, cu condiția să nu fie singurul beneficiar al sprijinului.

Societăţile producătoare de vinuri cu D.O.C., I.G., sau pentru care se indică soiul viţei-de-vie pot fi solicitanţi ai măsurii de promovare în ţări terţe;

Programele de promovare și comunicare trebuie să indeplinească următoarele conditii de eligibilitate:

a) produsele să fie destinate consumului direct și să existe oportunități privind exportul sau posibilitatea unor noi piețe de desfacere pentru aceste produse în țările terțe vizate;

b) originea produsului să fie indicată în cadrul operațiunii de informare sau de promovare, în cazul vinului cu o denumire de origine protejată sau cu o indicație geografică protejată;

c) operațiunea care beneficiază de sprijin să fie clar definită, precizându-se inclusiv produsele care pot fi luate în considerare, acțiunile de marketing și costul estimat;

d) mesajele de informare sau de promovare să se bazeze pe calitățile intrinsece ale vinului și să respecte legislația în vigoare în țările terțe pentru care sunt concepute.

e) operațiunile și acțiunile lor subiacente sunt definite în mod clar, prin descrierea activităților de promovare și prin includerea costului estimat;

f)să existe garanții că costurile propuse ale operațiunii nu depășesc nivelurile normale înregistrate pe piață;

g) să existe garanții că beneficiarii au acces la o capacitate tehnică suficientă pentru a face față constrângerilor specifice ale comerțului cu țări terțe și că aceștia dispun de suficiente resurse pentru a asigura punerea în aplicare a operațiunii în cel mai eficace mod cu putință;

h) să existe dovezi prezentate de către beneficiari că vor fi disponibile suficiente produse, în ceea ce privește calitatea și cantitatea, astfel încât să fie acoperită cererea de pe piață pe termen lung după operațiunea de promovare;

i) să existe coerența strategiilor propuse cu obiectivele fixate și impactul și succesul probabil în ceea ce privește creșterea cererii pentru produsele în cauză.

k) durata unui program de promovare este de minimum un an şi de cel mult trei ani;

### **5.2.6 Forma și rata sprijinului/sume/metode de calcul**

Rambursarea costurilor eligibile suportate efectiv de către beneficiar.

Asistența financiară din partea Uniunii Europene pentru acțiunile de promovare si comunicare nu depășește 50 % din cheltuielile eligibile.

De asemenea, se pot acorda plăți naționale de până la 30 % din cheltuielile eligibile, dar asistența financiară din partea Uniunii Europene și plățile din partea României nu depășesc cumulat 80 % din cheltuielile eligibile

### **5.2.7 Informații suplimentare specifice Tipului de Intervenție**

Nu se acordă niciun sprijin pentru investițiile menționate la articolul 58 alineatul (1) litera (k) din Reg. (UE) 2021/2115 pentru intervențiile care au primit sprijin în temeiul articolului 58 alineatul (1), literele (b), (h) și (i) din regulamentul respectiv.

### **5.2.8 Conformitatea cu OMC**

Selectarea paragrafului corespunzător din anexa 2 a OMC pentru măsurile „cutie verde”

Punctul 2 din anexa 2 la Acordul OMC privind agricultura (cutia verde)

### **5.2.9 Sume unitare planificate – definiție**

|  |  |
| --- | --- |
| **Codul sumei unitare (MS)** |  |
| **Codul bugetului sumei unitare (EC)** |  |
| **Denumirea cuantumului unitar** | Cuantum unitar mediu planificat al sprijinului public per program de promovare și comunicare |
| **Domeniul de aplicare teritorial** | Național |
| **Tipul sumei unitare** | **Medie** - Rambursarea costurilor eligibile suportate efectiv de beneficiar |
| **Valoare pentru primul an** | Valoarea sumei unitare planificată pentru 2024 în euro: *va fi stabilită pe baza experienței in implementarea măsurii de promovare* |
| **Unitatea de rezultat corespunzătoare (dacă este cazul)** | Programe |
| **Indicator de rezultat** | Interventie fără legatură directă și semnificativa cu un indicator de rezultat din Anexa 1 a Regulamentului (EU) 2021/2115, potrivit prevederilor celei de-a doua teze a art. 111 a aceluiași Regulament. |

### **5.2.10 Sume unitare planificate – tabel financiar cu rezultate**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Exercitiu financiar** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** | **Total 2023-2027** |
| **Numele sumei unității planificate** | Suma unitară planificată (Cheltuielile totale ale Uniunii în EUR) |  | 200.000 | 200.000 | 200.000 | 200.000 |  |
| Rezultate planificate |  | 8 | 8 | 8 | 8 |  |
| Alocarea financiară indicativă anuală  (Cheltuielile totale ale Uniunii în EUR) | 3.000.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 1.600.000 | 9.400.000 |
| … |  |  |  |  |  |  |  |