



MINISTERUL AGRICULTURII
ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



PROGRAM FINANȚAT DE
UNIUNEA EUROPEANĂ

Programul național de sprijin
în sectorul vitivinicol 2019–2023

GHIDUL SOLICITANTULUI

MĂSURA DE PROMOVARE A VINURILOR



Program finanțat de Uniunea Europeană prin
FONDUL EUROPEAN DE GARANTARE AGRICOLĂ

CUPRINS

1.	<i>Preambul</i>	2
2.	<i>Legislație aplicată</i>	3
3.	<i>Definiții și abrevieri</i>	4
4.	<i>Produse eligibile</i>	5
5.	<i>Acțiuni eligibile</i>	5
6.	<i>Cheltuieli eligibile</i>	6
7.	<i>Cheltuieli neeligibile</i>	8
8.	<i>Finanțarea programelor</i>	9
9.	<i>Cerințe generale privind propunerile de programe</i>	9
10.	<i>Mesajele programelor de promovare în țări terțe</i>	11
11.	<i>Durata programelor</i>	11
12.	<i>Depunerea programelor</i>	11
13.	<i>Organisme de punere în aplicare</i>	11
14.	<i>Dosarul procedurii de atribuire</i>	15
15.	<i>Evaluarea și selecția programelor</i>	16
16.	<i>Încheierea contractelor</i>	19
17.	<i>Rapoarte de evaluare</i>	19
18.	<i>Anexe</i>	21

1. PREAMBUL

Programul național de sprijin în sectorul vitivinicol 2019-2023 (PNS 2019-2023) a fost elaborat în baza prevederilor Regulamentului (UE) nr. 1.308/2013, coroborat cu Regulamentul (UE) nr. 1.150/2016 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1308/2013.

Măsurile pentru care se acordă sprijin financiar din partea Uniunii Europene în cadrul PNS 2019-2023 sunt:

- promovarea vinurilor cu denumire de origine controlată, indicație geografică protejată sau a vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie;
- restructurarea și reconversia plantațiilor viticole;
- asigurarea recoltei;
- investiții;
- distilarea subproduselor.

Măsura de promovare a vinurilor are două componente:

- [informare pe teritoriul statelor membre UE](#) cu privire la consumul responsabil de vin și la schema de denumiri de origine controlată și indicații geografice protejate;
- [promovare în țări terțe](#), în vederea îmbunătățirii competitivității vinurilor cu denumire de origine controlată (DOC), indicație geografică (IG) sau a vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie.

Obiectivele măsurii de promovare a vinurilor stabilite sunt:

- informarea consumatorilor cu privire la varietatea, calitatea și condițiile de producție ale vinurilor de calitate românești;
- informarea consumatorilor cu privire la consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului de alcool;
- furnizarea de informații cu privire la schemele de denumiri de origine controlate și indicații geografice protejate ale Uniunii, în special condițiile și efectele, în legătură cu calitatea specifică, reputația sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic sau originii sale particulare;
- îmbunătățirea competitivității vinurilor românești pe piețele din țările terțe;
- creșterea cantitativă și valorică a exportului de vinuri;
- pătrunderea pe noi piețe terțe;
- consolidarea prezenței vinurilor românești pe piețele tradiționale.

Ghidul solicitantului reprezintă un document de informare tehnică a potențialilor beneficiari ai măsurii de promovare a vinurilor și constituie un suport informativ pentru elaborarea și depunerea cererilor de finanțare pentru programe de promovare și informare, conform cerințelor specifice ale PNS 2019–2023. În ghid sunt prevăzute criteriile de eligibilitate avute în vedere la evaluarea și selecția programelor precum și cele referitoare la selecția organismelor de punere în aplicare a acestora.

2. LEGISLAȚIE APLICATĂ

Referințe legislative:

- **Regulamentul (UE) nr. 1.306/2013** al Parlamentului European și al Consiliului din 17 decembrie 2013 privind finanțarea, gestionarea și monitorizarea politicii agricole comune și de abrogare a Regulamentelor (CEE) nr. 352/78, (CE) nr. 165/94, (CE) nr. 2.799/98, (CE) nr. 814/2000, (CE) nr. 1.290/2005 și (CE) nr. 485/2008 ale Consiliului;
- **Regulamentul (UE) nr. 1.308/2013** al Parlamentului European și al Consiliului din 17 decembrie 2013 de instituire a unei organizări comune a piețelor produselor agricole și de abrogare a Regulamentelor (CEE) nr. 922/72, (CEE) nr. 234/79 (CE) nr. 1.037/2001 și (CE) nr. 1.234/2007 ale Consiliului;
- **Regulamentul delegat (UE) 2016/1.149** al Comisiei din 15 aprilie 2016 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1.308/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește programele naționale de sprijin în sectorul vitivinicol și de modificare a Regulamentului (CE) nr. 555/2008 al Comisiei Europene:
- **Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2016/1.150** al Comisiei din 15 aprilie 2016 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1.308/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește programele naționale de sprijin în sectorul vitivinicol;
- **Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/256** al Comisiei din 14 februarie 2017 de modificare a Regulamentului de punere în aplicare (UE) 2016/1150 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1308/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește programele naționale de sprijin în sectorul vitivinicol;
- **Regulamentul delegat (UE) nr. 907/2014** al Comisiei din 11 martie 2014 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1.306/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește agențiile de plăți și alte organisme, gestiunea financiară, verificarea și închiderea conturilor, garanțiile și utilizarea monedei euro;
- **Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 49/2015** privind gestionarea financiară a fondurilor europene nerambursabile aferente politicii agricole comune, politicii comune de pescuit și politicii maritime integrate la nivelul Uniunii Europene, precum și a fondurilor alocate de la bugetul de stat pentru perioada de programare 2014-2020 și pentru modificarea și completarea unor acte normative din domeniul garantării aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 56/2016, cu modificările și completările ulterioare;
- **Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 66/2011** privind prevenirea, constatarea și sancționarea neregulilor apărute în obținerea și utilizarea fondurilor europene și/sau a fondurilor publice naționale aferente acestora, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 142/2012, cu modificările și completările ulterioare;
- **Legea nr. 98/2016** privind achizițiile publice;
- **Programul național de sprijin în sectorul vitivinicol 2019–2023;**
- **Hotărârea Guvernului nr. 868/2018** privind stabilirea modului de acordare a sprijinului financiar din partea Uniunii Europene pentru producătorii din sectorul vitivinicol în perioada 2019–2023;


- **Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 1.529/2018** pentru aprobarea Normelor metodologice privind condițiile de punere în aplicare a măsurii de promovare a vinurilor, eligibilă pentru finanțare în cadrul Programului național de sprijin în sectorul vitivinicol 2019-2023, și pentru aprobarea modelului de contract privind punerea în aplicare a programelor de promovare a vinurilor.


3. DEFINIȚII ȘI ABREVIERI

Program – un ansamblu coerent de acțiuni de o amploare suficientă pentru a contribui la [informarea în statele membre](#) a consumatorilor cu privire la consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului nociv de alcool, precum și la schema Uniunii privind denumirile de origine controlată și indicațiile geografice protejate, iar prin [promovare în țările terțe](#), la îmbunătățirea competitivității și a exportului vinurilor cu DOC, IG sau a vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie.

Acțiune – activitate eligibilă de informare sau de promovare a vinurilor cu DOC, IG sau a vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie.

Solicitanți:

 [programe de informare în statele membre](#): sunt eligibile organizațiile profesionale ale producătorilor de vinuri cu DOC, IG sau vinuri pentru care se indică soiul viței-de-vie, organizațiile de producători și asociații de organizații de producători din sectorul vitivinicol, asociațiile temporare sau permanente formate din doi sau mai mulți producători, organizațiile interprofesionale ale sectorului, organisme de drept public;

 [programe de promovare în țările terțe](#): aceleași entități eligibile pentru acțiuni de informare în statele membre, la care se adaugă societățile producătoare de vinuri cu DOC, IG sau vinuri pentru care se indică soiul viței-de-vie.

Beneficiari – solicitanții ale căror programe au fost aprobate și care au încheiat cu APIA contracte de finanțare a programelor.

Organisme de drept public - entități care întrunesc toate caracteristicile prevăzute la articolul 2 alineatul (1) punctul 4 literele (a), (b) și (c) din Directiva 2014/24/UE a Parlamentului European și a Consiliului privind achizițiile publice și de abrogare a Directivei 2004/18/CE.



Organismele de drept public pot accesa măsura de promovare a vinurilor numai în asociere cu una sau mai multe structuri asociative profesionale eligibile la sprijin.

Organisme de punere în aplicare – agenții și firme specializate în comunicare, relații publice și publicitate, cărora li se poate încredința în mod opțional de către beneficiari execuția integrală sau parțială a acțiunilor cuprinse în programul de informare sau de promovare.

MADR – Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale

APIA – Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură

DOC – denumire de origine controlată

IG – indicație geografică protejată

FEGA - Fondul European de Garantare Agricolă
IMM – întreprinderi mici și mijlocii
UE, Uniune – Uniunea Europeană
Țări terțe – alte țări decât statele membre ale UE.

4. PRODUSE ELIGIBILE

Acțiunile de promovare a vinurilor au ca obiect produsele de calitate, destinate consumului direct, pentru care există oportunități privind exportul sau posibilitatea unor noi piețe de desfacere: vinuri cu DOC, IG sau vinurile pentru care se indică soiul viței-de-vie.

5. ACȚIUNI ELIGIBILE

Tipurile de acțiuni eligibile pentru acordarea sprijinului financiar în cadrul programelor de *promovare în țările terțe* sunt:

- relații publice, acțiuni de promovare sau de publicitate, care vizează în mod special standardele înalte ale produselor europene, în mod deosebit în ceea ce privește calitatea, siguranța alimentară sau mediul;
- participarea la evenimente, târguri sau expoziții de importanță internațională;
- campanii de informare, în special privind sistemele UE referitoare la denumirile de origine, indicațiile geografice și producția ecologică;
- studii ale noilor piețe, necesare pentru extinderea piețelor de desfacere;
- studii de evaluare a rezultatelor acțiunilor de informare și promovare.

Acțiunile au ca obiect vinurile cu DOC, IG sau vinurile pentru care se indică soiul viței-de-vie de calitate, destinate consumului direct, pentru care există oportunități privind exportul sau posibilitatea unor noi piețe de desfacere.



În cadrul acțiunilor de promovare în țările terțe, originea produselor poate fi menționată, iar mesajele transmise trebuie să se bazeze pe calitățile intrinsece ale vinurilor și să respecte legislația în vigoare în țările respective.

Acțiunile eligibile de *informare în statele membre* pot fi efectuate prin campanii de informare și prin participarea la evenimente, târguri și expoziții importante la nivel național sau la nivelul UE și constau în oferirea de informații consumatorilor din Uniune în ceea ce privește:

- consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului nociv de alcool;
- schema UE privind denumirile de origine controlată și indicațiile geografice protejate în relație cu calitatea specifică, reputația sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic specific sau originii acestuia.

Informațiile privind efectele consumului de vin asupra sănătății și comportamentului se bazează pe date științifice general recunoscute și trebuie să fie acceptate de autoritatea națională responsabilă pentru sănătatea publică în statul membru în care sunt puse în aplicare acțiunile.



Atunci când informațiile vizează schema de denumiri de origine controlată și indicații geografice a UE, originea unui vin poate fi indicată ca parte a acțiunii de informare, fără ca aceasta să fie orientată spre o anumită marcă comercială sau să încurajeze consumul de vin având o origine specifică.

Acțiunile de informare propuse trebuie să fie în concordanță cu strategia și obiectivele stabilite, cu impactul și succesul preconizat în ceea ce privește creșterea gradului de conștientizare al consumatorilor cu privire la consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului nociv de alcool sau cu privire la schema Uniunii privind denumirile de origine controlată și indicațiile geografice protejate.

6. CHELTUIELI ELIGIBILE

Tipurile de cheltuieli eligibile, corespunzătoare acțiunilor eligibile, sunt menționate la literele B.I și B.II din anexa nr. 3 la contractul privind punerea în aplicare a programelor de promovare a vinurilor, document prevăzut ca model în anexa nr. 2 la Ordinul MADR nr. 1.529/2018, publicat în Monitorul Oficial al României, Partea I, Nr. 36 bis/14 ianuarie 2019:

- B.I – cheltuieli eligibile privind acțiunile de informare în statele membre;
- B.II – cheltuieli eligibile privind acțiunile de promovare în țările terțe.

Acțiunile de **informare în statele membre** cuprind următoarele tipuri de cheltuieli eligibile:
a) cheltuieli privind participarea la evenimente, târguri sau expoziții importante la nivel național sau la nivelul UE:

- ✓ taxele de participare;
- ✓ mostre de produse;
- ✓ elaborare (concepție, producție), transport materiale de informare;
- ✓ costurile pentru transportul, asigurarea și manipularea mostrelor și materialelor promoționale;
- ✓ costul înscrierii beneficiarului în catalogul expoziției;
- ✓ închirierea spațiilor și a standurilor;
- ✓ costurile aferente elaborării proiectului de execuție, construirea și/sau amenajarea spațiului expozițional, transportul materialelor aferente;
- ✓ costuri aferente instalării și demontării standului;
- ✓ costuri de funcționare în cadrul evenimentului: apă, electricitate, echipament personal stand, costuri aferente creării unei baze de date și organizării unor evenimente pe parcursul acțiunii, întâlniri cu grupurile-țintă, asociate cu dineuri tematice, prezentări/de gustări de vinuri, seminare de mică și mare anvergură;

b) cheltuieli privind campanii de informare, diseminarea cunoștințelor științifice și a informațiilor referitoare la sistemele UE privind denumirile de origine, indicațiile geografice, asociate după caz, cu vizite la locul de producție și degustări pentru ilustrarea

calității, reputației sau altor caracteristici specifice ale vinului datorate terroir-ului, diseminarea cunoștințelor științifice și a informațiilor referitoare la consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului nociv de alcool;

c) cheltuieli de personal, cheltuieli de transport, cazare, diurnă necesare pentru punerea în aplicare a acțiunilor, inclusiv în legătură cu evaluarea rezultatelor acțiunilor de informare;

d) cheltuieli generale suportate de beneficiar în legătură cu pregătirea, punerea în aplicare sau urmărirea punerii în aplicare a programului, inclusiv pentru contabilitatea aferentă acestuia și cheltuielile cu auditurile externe.

Acțiunile de **promovare în țări terțe** cuprind următoarele tipuri de cheltuieli eligibile:

a) cheltuieli privind participarea la evenimente, târguri sau expoziții de importanță internațională, ce includ:

- ✓ taxele de participare;
- ✓ mostre de produse;
- ✓ elaborare (concepție, producție), transport materiale de informare;
- ✓ costurile pentru transportul, asigurarea și manipularea mostrelor și materialelor promoționale, formalitățile vamale aferente acestora;
- ✓ costurile înscrierii beneficiarului în catalogul expoziției;
- ✓ închirierea spațiilor și a standurilor;
- ✓ costurile aferente elaborării proiectului de execuție, construirea și amenajarea spațiului expozițional, transportul materialelor aferente;
- ✓ costuri aferente instalării și demontării standului;
- ✓ costuri de funcționare în cadrul evenimentului: apă, electricitate, echipament personal stand, costuri aferente creării unei baze de date și organizării unor evenimente pe parcursul acțiunii, întâlniri cu potențiali importatori asociați cu dineuri tematice, prezentări/de gustări de vinuri, seminarii de mică și mare anvergură;
- ✓ costuri aferente participării la concursuri desfășurate în cadrul unui târg sau expoziții de importanță internațională.

b) cheltuieli privind relații publice, acțiuni de promovare sau de publicitate:

- ✓ costuri aferente publicațiilor tipărite și electronice: spoturi prezentate în media electronică, la radio sau televiziune, bannere, plachete, broșuri, newsletter, materiale de informare etc, respectiv realizare, traduceri, fabricare, expediere;
- ✓ costurile aferente utilizării rețelelor de socializare, blogurilor, site-urilor internet, respectiv creare, actualizare, traduceri, optimizare pe motoare de căutare;
- ✓ costuri aferente anunțurilor privind organizarea și desfășurarea evenimentelor din cadrul programelor (presă, TV, radio, internet);
- ✓ costuri aferente organizării evenimentelor în cadrul punctelor de vânzare, respectiv închirierea spațiului și standul, degustări și materiale necesare degustării, organizării evenimentelor de presă însoțite de degustări și asocierea vinurilor cu diferite preparate culinare;
- ✓ costuri aferente materialelor promoționale.

c) cheltuieli privind campanii de informare și promovare, inclusiv costurile aferente materialelor promoționale, diseminarea informațiilor referitoare la sistemele U.E. privind denumirile de origine, indicațiile geografice și producția ecologică și vizite la locul de producție, degustări și costurile aferente organizării seminariilor;

d) cheltuieli privind realizarea studiilor noilor piețe, necesare pentru extinderea piețelor de desfacere;

e) cheltuieli privind realizarea studiilor de evaluare a rezultatelor acțiunilor de informare și promovare;

f) cheltuieli de personal, cheltuieli de transport, cazare, diurnă necesare pentru punerea în aplicare a acțiunilor, inclusiv în legătură cu evaluarea rezultatelor acțiunilor de informare și promovare;

g) cheltuieli generale suportate de beneficiar în legătură cu pregătirea, punerea în aplicare sau urmărirea punerii în aplicare a programului, inclusiv pentru contabilitatea aferentă acestuia și cheltuielile cu auditurile externe.

Cheltuieli de personal

Costurile de personal pot fi considerate eligibile dacă sunt direct legate de programul de promovare, fiind ocazionate de furnizarea de servicii specifice pentru pregătirea, implementarea sau gestionarea programului respectiv, inclusiv pentru evaluarea sa. Acestea includ personalul contractat de beneficiar în mod special pentru punerea în aplicare a programului de promovare, precum și costurile aferente cotei de ore de lucru alocate programului de promovare de către personalul permanent al beneficiarului.

Beneficiarul trebuie să furnizeze documente justificative care să stabilească detaliile lucrărilor efectiv realizate în legătură cu fiecare acțiune implementată.

Cheltuieli generale

Costurile generale în regim forfetar nu pot depăși 4% din costurile totale directe de realizarea programelor. Cu toate acestea, costurile efective ale acțiunilor executate direct de către beneficiar nu sunt luate în considerare la calcularea costurilor generale.

Costurile generale pot fi admise doar în măsura în care totalul efectiv al costurilor realizării acțiunilor, care este utilizat ca bază pentru calcularea ratei forfetare, poate fi verificat.

Taxa pe valoare adăugată

TVA nu este eligibilă pentru finanțare din FEAGA, cu excepția TVA nerecuperabilă, atunci când este suportată în mod real și definitiv de beneficiari, alții decât persoanele neimpozabile prevăzute la art. 13 alin. (1) primul paragraf din Directiva 2006/112/CE a Consiliului privind sistemul comun al taxei pe valoarea adăugată.

Pentru ca TVA nerecuperabilă să fie eligibilă, un contabil autorizat sau un auditor statutar al beneficiarului trebuie să demonstreze că suma plătită nu a fost recuperată și că este înregistrată ca o cheltuială în conturile beneficiarului.

7. CHELTUIELI NEELIGIBILE

Următoarele cheltuieli nu sunt considerate eligibile:

- ✘ provizioane pentru pierderi sau eventuale datorii viitoare;
- ✘ costurile de deplasare cu taxiul sau cu mijloacele de transport în comun, acoperite printr-o diurnă, cu excepția costului transportului cu taxiul pe distanța dus-întors dintre aeroport sau gară și locul de cazare;
- ✘ costurile bancare, dobânzile bancare sau primele de asigurare, cu excepția asigurărilor aferente transportului internațional;

- ❌ pierderile din schimbul valutar;
- ❌ crearea și dezvoltarea mărcilor comerciale;
- ❌ în cazul unui nou program al aceleiași beneficiar sau în cazul prelungirii unui program, categoriile de cheltuieli deja admise pentru programul anterior (ex: costurile de creare a web site-ului, materiale audio-vizuale, studii de piață etc).

8. FINANȚAREA PROGRAMELOR

Programele de informare și promovare a vinurilor puse în aplicare în cadrul PNS 2019-2023 sunt sprijinite din fonduri UE în proporție de până la 50% din valoarea cheltuielilor eligibile, restul fiind în sarcina beneficiarilor.

9. CERINȚE GENERALE PRIVIND PROPUNERILE DE PROGRAME

Pentru asigurarea conformității administrative și îndeplinirea criteriilor de eligibilitate, la elaborarea programelor solicitantii trebuie să respecte formatul și cerințele **formularului de cerere pentru programe de promovare a vinurilor**, instrucțiunile de completare a acestuia (anexa nr. 1 la prezentul ghid), precum și prevederile în materie ale legislației aplicabile.

Programele pot să se refere la unul sau mai multe state membre/țări terțe, caz în care prezentarea trebuie să se facă pentru fiecare țară în parte. Dacă se au în vedere aceeași strategie, aceleași grupuri-țintă și/sau aceleași soluții pentru un grup de țări, acest lucru trebuie să fie clar explicat în propunerea de program.

Bugetul estimativ trebuie să fie suficient de detaliat pentru a permite identificarea, monitorizarea și controlul acțiunilor propuse, având în vedere tipurile de cheltuieli eligibile prevăzute în anexa nr. 3 la contractul privind punerea în aplicare a programelor de promovare a vinurilor. Cheltuielile de transport, cazare și diurnă vor fi dimensionate ținând cont de prevederile aceleiași anexe nr. 3 la contract. În scopul evaluării rezonabilității costurilor estimate, solicitantul poate prezenta documente justificative (oferte de pe piață, extrase din contabilitatea proprie etc)”



APIA poate să respingă cheltuielile propuse în baza caracterului excesiv sau să le plafoneze la un nivel inferior față de propunerea inițială a beneficiarului.

Documentația anexată propunerii de program va conține următoarele documente:

- ✓ fișă de informații/angajament financiar privind solicitantul (anexa nr. 2 la prezentul ghid);
- ✓ împuternicirea prin care se desemnează persoana responsabilă de program, în situația în care reprezentantul legal al solicitantului societate comercială nu este

administratorul cu puteri depline sau nu a fost desemnat de AGA, împuternicirea dată reprezentantului responsabil de program de către adunarea generală sau consiliul director, în funcție de prevederile statutare, în cazul organizațiilor profesionale/interprofesionale sau decizia conducătorului instituției publice, care să prevadă faptul că persoana desemnată este reprezentant al solicitantului și responsabil de program, că poate angaja sub aspect patrimonial solicitantul în legătură cu programul propus, respectiv declară pe propria răspundere asigurarea cofinanțării pe întreaga durată de punere în aplicare a programului, completează și semnează declarațiile și formularele aferente cererii de finanțare, semnează contractul de finanțare cu APIA și alte eventuale angajamente cu subcontractanți pentru și în numele solicitantului, precum și alte documente în legătură cu programul propus;

✓ acordul de colaborare, în cazul asociațiilor temporare constituite în scopul punerii în aplicare în comun a programului de către doi sau mai mulți producători de vinuri, care să prevadă cel puțin obiectivele, obligațiile părților, în mod special cele referitoare la finanțare, durata acestuia și prin care este desemnată societatea coordonatoare;

✓ copie după certificatul de înregistrare la Oficiul Național al Registrului Comerțului și Certificatul constatator de la ONRC, cu înscrisul “Conform cu originalul”, semnate de responsabilul de program, după caz;

✓ copii după actul constitutiv/statut actualizat, organigramă, cel mai recent raport al comisiei de cenzori, după caz;

✓ copia actului de înființare a instituției sau autorității publice, după caz;

✓ copii ale situațiilor financiare (bilanț, contul de profit și pierderi) din ultimii trei ani, înregistrate la administrația financiară;

✓ o descriere a acțiunilor similare realizate pe parcursul ultimilor doi ani;

✓ orice document care să permită evaluarea capacității financiare, tehnice și profesionale a solicitantului.

Nu pot accesa măsura de promovare a vinurilor solicitanții care se află în oricare dintre situațiile de excludere:

✗ sunt în faliment, au intrat în administrarea unei autorități judiciare sau sunt în curs de lichidare, și-au suspendat activitățile, sunt subiect al procedurilor vizând aceste aspecte sau sunt într-o situație similară ca urmare a aplicării unei proceduri similare prevăzute în legislația sau reglementările naționale în vigoare;

✗ au suferit condamnări definitive pentru o infracțiune privind conduita profesională de către o instanță judecătorească cu putere de *res judicata* (principiul autorității de lucru judecat);

✗ sunt vinovați de grave erori profesionale dovedite prin orice mijloace;

✗ nu și-au îndeplinit obligațiile referitoare la plata contribuțiilor la asigurările sociale sau la plata taxelor și impozitelor la bugetul de stat;

✗ au făcut obiectul unei hotărâri definitive *res judicata* pentru fraudă, corupție, implicarea într-o organizație criminală sau orice altă activitate ilegală în detrimentul intereselor financiare, fără să existe dovezi că s-au luat în ultimii ani măsuri de corecție în acest sens;

✗ au suferit, ei sau o persoană cu rol cheie în organizație, o condamnare legată de traficul sau consumul de droguri sau au fost implicați în traficul cu substanțe narcotice;

✗ au fost declarați a fi într-o situație gravă de nerespectare a obligațiilor contractuale privind procedurile de achiziție sau procedurile de acordare a finanțărilor;

✗ sunt subiect al unui conflict de interese cu organizații sau persoane direct sau indirect implicate în procedura de acordare a finanțării nerambursabile;

✘ sunt vinovați de inducerea gravă în eroare a MADR/APIA prin furnizarea de informații incorecte în cursul participării la cererea de propuneri de programe de promovare sau nefurnizarea informațiilor solicitate.

10. MESAJELE PROGRAMELOR DE PROMOVARE

Mesajele de informare sau de promovare transmise consumatorilor și altor grupuri-țintă din țările terțe trebuie să se refere la calitățile proprii, intrinsece ale vinurilor și să respecte legislația aplicabilă în respectivele țări.

11. DURATA PROGRAMELOR

Programele se realizează pe o perioadă de cel puțin un an și de cel mult trei ani de la data intrării în vigoare a contractului de finanțare încheiat cu APIA, pentru un anumit beneficiar într-un anumit stat membru/țară terță.

Prelungirile de programe pot fi aprobate o singură dată, pe o perioada de maximum doi ani sau de două ori pentru maximum un an pentru fiecare prelungire, pe baza rezultatelor obținute în urma implementării programului pentru care se solicită prelungirea.

12. DEPUNEREA PROGRAMELOR

Propunerile de programe și documentația însoțitoare se depun, în sesiune continuă, până la data de 15 iunie 2023, la sediul MADR din municipiul București, B-dul Carol I nr. 2-4, sectorul 3, cod poștal 030163, sau prin poștă.

Solicitanții au responsabilitatea de a se asigura că dosarul depus conține toate documentele solicitate, specificate într-un opis. Documentele se transmit pe suport hârtie și în format digital la adresa dedicată de e-mail promoagri@madr.ro, însoțite de adresă de înaintare și un opis.

Formularul în format digital al cererii de finanțare a programelor de promovare a vinurilor se transmite în format compatibil Microsoft Word pentru a facilita evaluarea. Cererile de finanțare transmise în format PDF nu vor fi acceptate. Documente originale sau copii ale acestora vor fi scanate îngrijit, astfel încât acestea să fie lizibile.

13. ORGANISME DE PUNERE ÎN APLICARE

Pentru a defini strategia și conținutul programelor de acțiuni, precum și pentru derularea parțială sau integrală a programelor, beneficiarii pot face apel la [organisme de punere în aplicare](#), care sunt entități independente de beneficiari.

Selecția organismelor de punere în aplicare și atribuirea către acestea a contractelor de prestări de servicii de către beneficiarii sprijinului se fac printr-o procedură competitivă.

Procedura de selecție a organismului de punere în aplicare

Legea nr. 98 din 19 mai 2016 privind achizițiile publice prevede condițiile care trebuie îndeplinite cumulativ pentru aplicarea acestora în cazul atribuirii de către o entitate juridică fără calitate de autoritate contractantă a unui contract de servicii, una dintre condiții fiind legătura contractului respectiv cu un contract de lucrări care face obiectul art. 6 alin. (1) din aceeași lege.

În aceste condiții, atribuirea de către beneficiarii sprijinului a contractelor de servicii privind acțiuni de informare și promovare a vinurilor, fără legătură cu un contract de lucrări, nu intră sub incidența cadrului juridic privind achizițiile publice, fiind permisă, independent de valoarea estimată fără TVA a contractului și de proporția subvenționării sale în mod direct de către o autoritate contractantă, aplicarea de către beneficiari a unei proceduri competitive proprii, verificată de MADR în conformitate cu prevederile art. 10 alin. (3) din Ordinul ministrului agriculturii și dezvoltării rurale nr. 1529/2018.

Procedura de atribuire a contractului de prestare de servicii poate interveni și după depunerea propunerilor de programe la MADR, dar în orice caz înainte de semnarea contractului între APIA și beneficiar.



În situația în care un organism ofertant sau o entitate care are legături cu un organism ofertant a furnizat opinii sau recomandări beneficiarului sprijinului în legătură cu programul de promovare sau a participat efectiv la elaborarea programului, ca parte a unor servicii de consultanță, ori a participat la pregătirea procedurii de atribuire, beneficiarul sprijinului ia toate măsurile necesare pentru a se asigura că participarea respectivului organism ofertant la procedura de atribuire nu va avea ca efect denaturarea concurenței.

Beneficiarii sprijinului trebuie să asigure obținerea documentației de atribuire de către orice organism de punere în aplicare interesat, prin asigurarea accesului direct, nerestricționat și deplin la conținutul documentației de atribuire, care cuprinde toate informațiile legate de obiectul contractului și de procedura de atribuire a acestuia, inclusiv caietul de sarcini.

În acest scop, beneficiarii elaborează și publică un anunț de participare care trebuie să conțină cel puțin următoarele informații:

- a) informații generale privind solicitantul (denumirea, adresa, datele de contact, persoane de contact, mijloace de comunicare etc);
- b) obiectul contractului, denumirea și durata acestuia;
- c) valoarea estimată și sursa de finanțare;
- d) dacă sunt acceptați subcontractanți;
- e) informații privind criteriul de desemnare a ofertei câștigătoare;
- f) data limită de primire a solicitărilor de clarificări;
- g) data și ora limită pentru depunerea ofertelor;
- h) modul de transmitere a ofertelor;
- i) cuantumul garanției de participare, după caz.

În situația în care specificațiile tehnice nu sunt publicate împreună cu anunțul, în anunț va fi menționat modul în care acestea pot fi obținute, asigurându-se, la cerere, accesul imediat și neîngrădit la aceste informații.



Pentru a asigura un grad adecvat de publicitate și transparență, anunțul de participare privind atribuirea contractului va fi postat și pe pagina proprie de internet a beneficiarului.

Procedura competitivă se desfășoară în conformitate cu principiul nediscriminării, care presupune o obligație de transparență, constând în garantarea unui grad de publicitate adecvat, care să permită o deschidere spre concurență a contractului de achiziții de servicii, precum și controlul referitor la imparțialitatea procedurii.

Procedura de atribuire a contractului de prestări servicii respectă, în toate etapele, principiul tratamentului egal al potențialilor ofertanți, astfel încât toți să dispună de aceleași șanse la formularea ofertelor lor. Astfel, este indispensabil ca termenul stabilit de către solicitanții care propun programe pentru depunerea ofertelor de către organismele de punere în aplicare să fie adaptat la dificultatea dosarului și să le permită acestora să-și pregătească oferta în condiții satisfăcătoare. Termenul pentru depunerea ofertelor nu poate fi mai mic de 10 zile de la data transmiterii invitației de participare.



Pe parcursul aplicării procedurii de atribuire, beneficiarii sprijinului au obligația de a lua toate măsurile necesare pentru a evita situațiile de natură să determine apariția unui conflict de interese.

Criteriile de selecție trebuie să fie stabilite în mod obiectiv și să fie aduse la cunoștința organismelor de punere în aplicare în invitația de prezentare a unei oferte care le este adresată.

Beneficiarii sprijinului stabilesc oferta câștigătoare, inclusiv în cazul în care se primește o singură ofertă, pe baza criteriului de atribuire și a factorilor de evaluare precizați în documentele achiziției, dacă sunt îndeplinite în mod cumulativ următoarele condiții:

- oferta respectivă îndeplinește toate cerințele, condițiile și criteriile stabilite prin documentele achiziției;
- oferta respectivă a fost depusă de un ofertant care îndeplinește criteriile privind calificarea și criteriile de selecție și nu se află sub incidența motivelor de excludere.



Solicitanții se asigură că organismele de punere în aplicare dețin capacitatea economică, financiară, tehnică și profesională necesară pentru execuția cât mai eficientă a programului.

Condiții generale de eligibilitate a organismelor de punere în aplicare

Beneficiarii sprijinului vor stabili prin documentele achiziției cerințele specifice privind capacitatea tehnică și profesională care sunt necesare și adecvate pentru a se asigura că

organismele de punere în aplicare dețin resursele umane și tehnice și experiența necesare pentru a implementa contractul de servicii la un standard de calitate corespunzător.

Organismele de punere în aplicare selectate trebuie să furnizeze informații pentru a demonstra că societatea lor are o situație financiară bună și că dispune de dotarea necesară și de personal cu experiență corespunzătoare pentru realizarea acțiunilor.

Capacitate financiară și economică

Justificarea capacității financiare și economice a organismului sau a organismelor de punere în aplicare se va face prin prezentarea următoarelor documente:

- ✓ scurtă descriere a activității economice a societății în raport cu serviciile de a căror prestare ar răspunde în cadrul respectivului program de acțiuni;
- ✓ prezentarea ultimelor trei bilanțurilor sau a unor extrase din bilanț, în cazul în care publicarea bilanțurilor este prevăzută în legea societăților comerciale din țara în care își are sediul prestatorul de servicii, cu dovada depunerii la autoritatea competentă din țara respectivă (administrația fiscală, registrul comerțului etc.);
- ✓ certificat de atestare fiscală care atestă modul de îndeplinire a obligațiilor de plată a impozitelor, taxelor, contribuțiilor și a altor obligații bugetare;
- ✓ certificat de cazier fiscal.

Capacitate tehnică și profesională

Organismele de punere în aplicare trebuie să furnizeze următoarele informații:

- ✓ descrierea experienței și capacităților profesionale ale personalului;
- ✓ principalele servicii furnizate în trecut;
- ✓ documente care să ateste cunoașterea situației din țările/piețele vizate prin program, din domeniul vitivinicol;
- ✓ cunoașterea generală a produselor sau a temelor în cauză, experiența de lucru cu alte structuri asociative profesionale sau societăți din sectorul agroalimentar sau organisme publice.

Criterii de excludere a organismelor de punere în aplicare

Organismele de punere în aplicare vor fi descalificate automat în următoarele situații:

- ✗ se află în procedura insolvenței sau în lichidare, în supraveghere judiciară sau în încetarea sau suspendarea activității, de reorganizare judiciară, au inițiat acorduri cu creditorii (sau orice altă măsură similară) sau fac obiectul procedurilor de acest tip, prevăzute în legislația sau reglementările naționale;
- ✗ au suferit condamnări prin hotărâre judecătorească definitivă;
- ✗ nu și-au îndeplinit obligațiile referitoare la plata contribuțiilor la fondul asigurărilor sociale, impozitelor, taxelor și contribuțiilor la bugetul general consolidat;
- ✗ nu și-au îndeplinit în mod corespunzător obligațiile ocazionate de alte contracte prin care au beneficiat de finanțări de la bugetul național sau din fonduri europene.

Criterii de atribuire

În situația în care se inițiază o procedură de atribuire cu buget fix, în care elementul de preț/cost este un preț/cost fix, pentru determinarea ofertei celei mai avantajoase din punct de vedere economic, beneficiarii sprijinului pot aplica criteriul de atribuire „cel mai bun raport calitate-preț”, factorii de evaluare referindu-se numai la aspecte calitative ale serviciilor care fac obiectul achiziției: eficiența și eficacitatea acțiunilor, coerența și calitatea acestora, aspecte estetice, calitatea materialelor informaționale și a acțiunilor propuse, caracteristicile estetice și funcționale ale obiectelor promoționale, a paginii web,

calitatea generală a prezentării, accesibilitatea, organizarea, calitatea metodologiei propuse, calificarea și experiența personalului desemnat pentru executarea contractului, alte elemente considerate semnificative pentru evaluarea ofertelor.

Criteriile de atribuire bazate pe raportul calitate-preț vor fi punctate, în general, utilizând un sistem care atribuie ponderi diferitelor criterii. Ponderea relativă a fiecărui criteriu utilizat pentru evaluarea ofertelor trebuie menționată în procentaje sau în punctaje cuantificabile, de exemplu „preț 30% calitate 40% serviciu 30%”, astfel încât să se asigure o evaluare obiectivă a ofertelor.



Dacă un beneficiar deține un contract-cadru existent cu un organism de punere în aplicare, acest contract poate fi utilizat dacă au fost îndeplinite condițiile (oferta cea mai avantajoasă din punct de vedere economic și inexistența conflictului de interese) în momentul atribuirii sale.

Pe parcursul aplicării procedurii de atribuire, beneficiarii sprijinului au obligația de a lua toate măsurile necesare pentru a preveni, identifica și remedia situațiile de conflict de interese, în scopul evitării denaturării concurenței și al asigurării tratamentului egal pentru toate organismele de punere în aplicare candidate. Prin conflict de interese se înțelege orice situație în care membrii personalului beneficiarului sprijinului care sunt implicați în desfășurarea procedurii de atribuire sau care pot influența rezultatul acesteia au, în mod direct sau indirect, un interes financiar, economic sau un alt interes personal, care ar putea fi perceput ca element de compromitere a imparțialității ori independenței lor în contextul procedurii de atribuire. Reprezintă situații potențial generatoare de conflict de interese orice situații care ar putea duce la apariția unui conflict de interese, așa cum sunt descrise cu titlu exemplificativ la art. 60 din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.



În cazul în care organismul de punere în aplicare ofertant își demonstrează situația economică și financiară, respectiv capacitatea tehnică și profesională invocând suportul unui terț, atunci acesta are obligația de a dovedi susținerea de care beneficiază prin prezentarea unui angajament ferm al terțului respectiv, prin care se confirmă faptul că acesta va pune la dispoziția ofertantului resursele invocate.

Solicitanții sprijinului vor pune la dispoziția MADR toate documentele necesare evaluării procedurii aplicate pentru selecția organismului de punere în aplicare. MADR verifică dacă organismul de punere în aplicare a fost selectat ca urmare a unei proceduri competitive adecvate.

14. DOSARUL PROCEDURII DE ATRIBUIRE

După finalizarea procedurii de selecție, solicitanții vor depune la sediul MADR dosarul achiziției, cuprinzând următoarele documente, pe suport hârtie și în format digital, cu respectarea prevederilor de la pct. 12:

- ✓ opis;
- ✓ nota privind descrierea generală a procedurii de atribuire aplicate;

- ✓ decizia de numire a comisiei de evaluare a ofertelor și declarațiile pe propria răspundere ale membrilor comisiei din care să rezulte că nu s-au încălcat prevederile referitoare la conflictul de interese;
- ✓ anunțul de participare la licitația privind atribuirea contractului de achiziție de servicii referitoare la programul de promovare în cauză și dovada transmiterii acestuia spre publicare într-un cotidian cu acoperire națională sau europeană;
- ✓ specificațiile tehnice / caietul de sarcini;
- ✓ invitațiile de participare la procedura de achiziție adresate ofertanților selectați;
- ✓ formularele de ofertă depuse în cadrul procedurii;
- ✓ declarațiile ofertanților conform cărora nu se află în conflict de interese, așa cum este acesta reglementat cu titlu exemplificativ la art. 60 din 14 din Legea nr. 98 din 19 mai 2016 privind achizițiile publice;
- ✓ clarificări și răspunsuri, dacă este cazul;
- ✓ procesul verbal al ședinței de deschidere a ofertelor;
- ✓ procese verbale intermediare de evaluare, după caz;
- ✓ raportul procedurii de atribuire;
- ✓ dovada comunicării rezultatului către toți participanții la procedură;
- ✓ contractul de prestare de servicii încheiat cu organismul selectat;
- ✓ documente care să ateste experiența, capacitate financiară, tehnică și profesională a personalului organismului selectat.

Documentele incluse în dosarul achiziției vor fi numerotate și semnate pentru conformitate pe fiecare filă.

Beneficiarii sprijinului păstrează toate documentele care atestă pașii urmați în aplicarea procedurii de selecție atât timp cât contractul pentru punerea în aplicare a programului de promovare produce efecte juridice, dar nu mai puțin de 5 ani de la data încetării contractului respectiv și justifică selectarea unui organism sau a unor organisme de punere în aplicare și le prezintă autorităților competente cu ocazia efectuării controalelor prevăzute de legislație. În contractul încheiat cu organismul de punere în aplicare selectat, beneficiarii vor prevedea obligația ca acesta să se supună controalelor prevăzute de legislație.

În cazul în care, pe parcursul derulării programului, beneficiarul intenționează să schimbe organismul de punere în aplicare, acesta se adresează MADR pentru evaluarea și validarea procedurii de selecție.

15. EVALUAREA ȘI SELECȚIA PROGRAMELOR

Acțiuni de informare în statele membre

Dosarele solicitanților vor fi evaluate și selectate de către Comisia de evaluare și selecție a programelor de promovare a vinurilor, care verifică eligibilitatea programelor în conformitate cu reglementările europene și naționale în vigoare, pe baza grilei de evaluare, avându-se în vedere următoarele:

- ✓ respectarea formatului formularului de cerere de finanțare și a cerințelor prezentului ghid;

✓ programele se realizează pe o perioadă de cel puțin un an și de cel mult trei ani, pentru un anumit beneficiar, într-un anumit stat membru, perioadă care este împărțită în etape a câte 12 luni;

✓ acțiunile preconizate vizează creșterea gradului de informare în ceea ce privește consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului nociv de alcool, sau schema UE privind denumirile de origine controlată și indicațiile geografice protejate în relație cu calitatea specifică, reputația sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic specific sau originii acestuia;

✓ toate informațiile privind efectele consumului de vin asupra sănătății și comportamentului vor fi bazate pe date științifice general acceptate și trebuie să fie compatibile cu abordarea autorității naționale responsabile pentru sănătatea publică din statul membru în care sunt efectuate operațiunile.

✓ acțiunile să fie clar definite, prin descrierea activităților de informare și prin includerea costului estimativ;

✓ costurile propuse ale operațiunii să nu depășească nivelurile normale înregistrate pe piață;

✓ beneficiarii au acces la resurse tehnice și financiare suficiente pentru a se asigura că programul poate fi pus în aplicare în mod eficace;

✓ mesajele de informare să se bazeze pe calitățile intrinsece ale vinurilor.

GRILA DE EVALUARE *informare în statele membre*

CRITERII	Rezultatul verificării	
	DA	NU
1. Operațiunile și acțiunile lor subiacente sunt definite în mod clar, prin descrierea activităților de informare și prin includerea costului estimat		
2. Costurile propuse ale operațiunii nu depășesc nivelurile normale înregistrate pe piață		
3. Beneficiarii au acces la resurse tehnice și financiare suficiente pentru a se asigura că operațiunea este pusă în aplicare în mod eficace		
4. Coerența cu strategiile propuse și obiectivele stabilite și impactul și succesul probabil în ceea ce privește creșterea gradului de conștientizare a consumatorilor cu privire la consumul responsabil de vin și riscul asociat consumului nociv de alcool sau referitor la sistemul UE privind denumirile de origine controlată și indicațiile geografice protejate		

Acțiuni de promovare în țările terțe

Dosarele solicitanților vor fi evaluate și selectate de către Comisia de evaluare și selecție a programelor de promovare a vinurilor, care verifică eligibilitatea programelor în conformitate cu reglementările europene și naționale în vigoare, pe baza grilei de evaluare specifică fiecărui tip de program (informare sau promovare), avându-se în vedere următoarele :

✓ respectarea formatului formularului de cerere de finanțare și a cerințelor prezentului ghid;

- ✓ vinurile să fie destinate consumului uman direct și să existe oportunități privind exportul sau posibilitatea deschiderii de noi piețe de desfacere în țările terțe a produselor vizate;
- ✓ originea produsului poate să fie indicată în cadrul acțiunilor de promovare doar pentru vinurile cu DOC/IG;
- ✓ acțiunile să fie clar definite, precizându-se inclusiv vinurile care pot fi luate în considerare și costul estimativ;
- ✓ acțiunile de informare și promovare să respecte legislația în vigoare în țările terțe vizate;
- ✓ beneficiarii trebuie să fie capabili să facă față constrângerilor specifice ale comerțului cu țările terțe și să dețină resurse pentru a asigura punerea în aplicare a programelor în cel mai eficient mod cu putință;
- ✓ să se asigure disponibilitatea vinurilor propuse pentru promovare din punct de vedere calitativ și cantitativ;
- ✓ să acopere cererea de pe piață pe termen lung, după finalizarea programului de promovare;
- ✓ mesajele de informare și promovare să se bazeze pe calitățile intrinsece ale vinurilor.

GRILA DE EVALUARE *promovare în țările terțe*

CRITERII	Rezultatul verificării	
	DA	NU
1. Operațiunile și acțiunile lor subiacente sunt definite în mod clar, prin descrierea activităților de promovare și prin includerea costului estimat		
2. Costurile propuse ale operațiunii nu depășesc nivelurile normale înregistrate pe piață		
3. 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		
4. 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		
5. Coerența strategiilor propuse cu obiectivele fixate și impactul și succesul probabil în ceea ce privește creșterea cererii pentru produsele în cauză		

În cazul în care documentația prezentată este incompletă, comisia de evaluare și selecție va înștiința solicitantul în scris, în termen de 5 zile lucrătoare de la constatare, cu privire la completarea acesteia. Solicitantul trebuie să prezinte documentația indicată cel târziu în termen de 15 zile lucrătoare de la primirea înștiințării de completare.

Comisia de evaluare și selecție respinge propunerile de programe pentru care nu sunt îndeplinite cerințele tehnice și administrative prevăzute în prezentul ghid și legislația aplicabilă.

În cazul în care nu există suficiente resurse financiare pentru finanțarea tuturor programelor evaluate și selectate, se acordă prioritate programelor care vizează:

- **acțiuni de informare în statele membre**
 - mai multe state membre - pondere 30%;
 - mai multe regiuni vitivinicole - pondere 30%;
 - mai multe denumiri de origine controlată sau indicații geografice - pondere 20%;
 - consumul responsabil de vin, precum și sistemele U.E. care reglementează denumirile de origine controlată și indicațiile geografice - pondere 20%.
- **acțiuni de promovare în țări terțe:**
 - noi beneficiari care nu au primit anterior sprijinul prevăzut la articolul 45 alin. 1 litera (b) din Regulamentul (UE) nr. 1.308/2013 - pondere 50%;
 - beneficiari care vizează o țară terță nouă sau o piață nouă a unei țări terțe pentru care nu au primit anterior sprijinul prevăzut la art. 45 alin. 1 litera (b) din Regulamentul (UE) nr. 1.308/2013 - pondere 50%.

Atunci când se aplică criteriile de prioritate, programelor eligibile li se atribuie un punctaj calculat pe baza ponderii specifice atribuite fiecărui criteriu, programele fiind selectate în ordine descrescătoare, până la epuizarea bugetului disponibil.

MADR va comunica solicitanților în scris rezultatul selecției în termen de două luni de la depunerea programelor de promovare.

16. ÎNCHEIEREA CONTRACTELOR

Beneficiarul încheie cu APIA contractul privind punerea în aplicare a programului de promovare a vinurilor în termen de 120 de zile de la data primirii comunicării de aprobare a programului din partea MADR. După această dată, niciun contract nu va fi semnat cu APIA fără acordul prealabil al MADR.



BENEFICIARIII SPRIJINULUI FINANCIAR SUNT RESPONSABILII DE BUNA EXECUȚIE ȘI GESTIONARE A PROGRAMELOR PUSE ÎN APLICARE.

Înainte de încheierea contractului cu APIA, beneficiarul trebuie să prezinte contractul de prestare de servicii încheiat cu organismul selectat, după caz, precum și calendarul acțiunilor pentru perioada de punere în aplicare a programului.

17. RAPOARTE DE EVALUARE

În vederea evaluării impactului programelor de promovare a vinurilor, se acceptă rapoarte de evaluare întocmite de către beneficiarul sprijinului financiar sau de un organism extern independent, cu expertiză în domeniu.

Obiectivul rapoartelor de evaluare retrospectivă a rezultatelor constă în obținerea de informații fiabile, pe parcursul implementării programului de informare sau promovare și după realizarea acestuia, în legătură cu toate aspectele următoare sau cu o parte dintre acestea:

- ✓ dacă acțiunile acestuia se justifică în ceea ce privește relevanța, coerența, economia, eficiența și valoarea adăugată;
- ✓ dacă acțiunile îndeplinesc obiectivele sau produc rezultate neprevăzute;
- ✓ dacă acțiunile s-au derulat în mod eficient, cu un raport cost/eficacitate bun, au produs impactul scontat și dacă acesta este de durată;
- ✓ dacă acestea au reprezentat cel mai bun mijloc pentru a atinge obiectivele stabilite, dacă ele trebuie vizate în continuare sau nu; dacă da, în același mod sau sub o altă formă;
- ✓ ce obiective din program rămân relevante în viitor.

Criteriile și indicatorii cantitativi și calitativi care pot fi utilizați pentru evaluare sunt prezentați mai jos.

Indicatori pentru monitorizarea gradului de realizare a acțiunilor întreprinse, de exemplu:

- ✓ număr de evenimente organizate;
- ✓ numărul de degustări organizate;
- ✓ numărul de comunicate de presă;
- ✓ numărul de spoturi difuzate la televiziune/radio sau texte informative difuzate online;
- ✓ numărul abonaților la buletinele informative electronice;
- ✓ numărul de specialiști cărora li s-au trimis materiale publicitare prin poștă.

Indicatori de rezultat pentru măsurarea efectului direct și imediat al acțiunilor, de exemplu:

- ✓ numărul de profesioniști/experti/importatori/consumatori care au participat la evenimente: degustări, ateliere, seminare etc;
- ✓ numărul de profesioniști/experti/importatori/consumatori care au recepționat un spot TV/radio sau un material tipărit/online;
- ✓ numărul de profesioniști/experti/importatori/consumatori care au participat la evenimente și au contactat ulterior beneficiarul sprijinului;
- ✓ numărul de articole neplătite publicate în presă în perioada la care se referă raportul campaniei de informare;
- ✓ numărul de vizitatori de pe site-ul web sau de like-uri de pe Facebook.

Indicatorii pentru măsurarea impactului acțiunilor, de exemplu:

- ✓ tendințele vânzărilor beneficiarului în anul următor campaniilor de promovare în regiunea în care au avut loc acestea comparativ cu anul precedent și față de tendințele generale de vânzare pe piața în cauză;
- ✓ comparație a costurilor de marketing înainte și după acțiunile de promovare;
- ✓ evoluția consumului vinurilor promovate pe piața respectivă;
- ✓ valoarea și volumul exporturilor pentru vinurile promovate;
- ✓ variația cotei de piață a vinurilor în cauză;
- ✓ evoluția prețului mediu de vânzare al vinului exportat în țara în care au avut loc campaniile;
- ✓ schimbări ale imaginii vinurilor europene de calitate, evoluția reputației acestora.

Indicatorii ar trebui să fie interpretați pe baza unor statistici adecvate și chestionare, înainte, în timpul și la finalul proiectului.

18. ANEXE

Anexele nr. 1-2 la prezentul ghid pot fi descărcate de pe site-ul www.madr.ro:

1. Formularul de cerere pentru programe de promovare a vinurilor;
2. Fișă de informații-angajament privind solicitantul.

Prevederile prezentului ghid nu sunt exhaustive, solicitanții se vor informa cu privire la conținutul relevant al următoarelor reglementări:

- ✔ Regulamentul (UE) nr. 1308/2013
- ✔ Regulamentul delegat (UE) 2016/1149
- ✔ Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2016/1150
- ✔ Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/256
- ✔ Ordinul (MADR) nr. 1529/2018
- ✔ Ordonanța de urgență nr. 66/2011