

AVISO DE ABERTURA DE CONCURSO

APOIO À PROMOÇÃO DO VINHO E PRODUTOS VÍNICOS NO MERCADO INTERNO

N.º Ref.ª: PMI-04

Nos termos do Regulamento do Apoio à Promoção do Vinho e Produtos Vínicos no Mercado Interno, adiante designado por Regulamento do Apoio, aprovado pela Portaria n.º 744/2009, de 13 de julho, a apresentação de candidaturas processa-se através de concursos, de acordo com o presente aviso de abertura, divulgado através da Internet, na página eletrónica do IVV, IP, com o endereço <http://www.ivv.min-agricultura.pt>.

O presente aviso para apresentação de programas de promoção é definido nos seguintes termos:

1. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

- Decreto-Lei n.º 119/97, de 15 de maio¹;
- Portaria n.º 744/2009, de 13 de julho²;
- Despacho n.º 1662/2012, de 27 de janeiro de 2012³.

2. EIXOS DE APOIO

Nos termos do Regulamento do Apoio, o apoio à promoção é estabelecido em dois eixos:

Eixo 1: “PROMOÇÃO GENÉRICA”

Objetivo: Valorizar a imagem e qualidade dos vinhos e produtos vínicos obtidos no território nacional.

Ações abrangidas: (1) Relações públicas, promoção e publicidade; (2) Participação em eventos, feiras ou exposições; (3) Informação sobre as regiões vitivinícolas, produtos com denominação de origem ou indicação geográfica; (4) Estudos de mercado e de informação sobre a sua evolução, e; (5) Formação sobre a apresentação de vinhos e produtos vínicos, técnicas de comercialização e novas formas de consumo.

As ações relativas a Estudos de mercado e de informação sobre a sua evolução devem, sempre que possível, ser articuladas com o IVV, IP, a quem serão comunicados os resultados e documentação obtidos, sem prejuízo da divulgação mais abrangente a promover pelos beneficiários junto dos agentes do setor e, também, do IVV, IP.

¹ Diário da República (1.ª – Série A) – N.º 112 – 15-05-1997

² Diário da República (1.ª Série) – N.º 133 – 13-07-2009

³ Diário da República (2.ª Série) – N.º 25 - 03-02-2012

▪ **Eixo 2: “INFORMAÇÃO/EDUCAÇÃO”**

Objetivo: Aumentar o nível de informação e educação sobre o consumo de bebidas alcoólicas do setor vitivinícola.

Ações abrangidas: (1) Informação e educação que promovam o consumo moderado de bebidas alcoólicas do setor vitivinícola, e; (2) Divulgação da estratégia comunitária para a redução dos malefícios relacionados com o consumo de álcool⁴.

3. PRODUTOS ABRANGIDOS

Nos termos conjugados do artigo 1.º e do artigo 4.º do Regulamento do Apoio, são abrangidos os produtos sujeitos à taxa de promoção a que se refere o Decreto-Lei n.º 119/97, de 15 de maio, que, no caso do Eixo 1, devem ser de origem nacional.

4. BENEFICIÁRIOS

Podem beneficiar do apoio os beneficiários previstos no artigo 7.º do Regulamento do Apoio.

5. MERCADOS

As ações abrangidas pelo Eixo 1 podem ser efetuadas no mercado nacional e nos restantes mercados da União Europeia, devendo ser justificada a opção pelos mercados selecionados. No Eixo 2, as ações devem ser efetuadas, preferencialmente, no mercado nacional. A realização de ações nos restantes mercados da União Europeia, quando devidamente justificada, pode ser aceite pelo IVV, IP.

6. DURAÇÃO DO APOIO

O apoio é concedido aos programas selecionados, cujas despesas elegíveis respeitem a ações a desenvolver no período de 1 de janeiro de 2012 a 31 de dezembro de 2012.

7. DESPESAS ELEGÍVEIS

As despesas elegíveis são as previstas nos n.ºs 1 e 2 do artigo 9.º do Regulamento de Apoio, desde que enquadradas no âmbito daquele Regulamento, nomeadamente os requisitos previstos no n.º 1 do artigo 12.º e ponto 8 do presente aviso de abertura., respeitando-se igualmente as disposições comunitárias em matéria de auxílios de Estado.

8. PRIORIDADES VISADAS

No respeitante ao Eixo 1, e de forma a aumentar a eficácia das ações, os beneficiários devem ter em consideração, nomeadamente:

- A adequação da dimensão das ações e a relação entre a qualidade e quantidade dos vinhos e produtos vnicos, para responder à procura, face aos diferentes público-alvo e mercados selecionados;
- A adequação dos estudos de mercado, face às perspetivas de evolução das trocas comerciais.

⁴ Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0625:FIN:PT:PDF>)

No respeitante ao Eixo 2, os beneficiários devem privilegiar o desenvolvimento de ações que contribuam para os objetivos previstos na *Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões*.

9. FORMALIZAÇÃO DAS CANDIDATURAS

As candidaturas são formalizadas através da apresentação de programas de promoção apresentados de forma ordenada conforme o Anexo 1 deste aviso, podendo ser incluídos outros elementos para além dos obrigatórios.

Os programas são obrigatoriamente apresentados em português, na sede do IVV, IP, com um exemplar em papel (original, assinado pelo representante legal do candidato e cópia), em pasta de arquivo A4 (*dossiers*), e também em suporte eletrónico editável, dentro dos prazos aplicáveis, não sendo aceites candidaturas enviadas por correio eletrónico.

No orçamento proposto, os valores a incluir devem ser líquidos de IVA. Todavia, o montante de apoio que venha a ser atribuído pode ser utilizado para suportar o imposto não recuperável desde que o mesmo seja definitivamente suportado pelos beneficiários.

10. AVALIAÇÃO E SELEÇÃO DOS PROGRAMAS

10.1. AVALIAÇÃO

A avaliação dos programas é efetuada de acordo com a metodologia de apuramento do mérito dos programas (MP), determinado de acordo com as disposições do artigo 12.º e do Anexo I do Regulamento de Apoio.

A pontuação obtida no processo de avaliação determina a posição na lista de classificação dos programas, que é hierarquizada por ordem decrescente.

10.2. SELEÇÃO

Apenas podem ser selecionados os programas que tenham obtido uma pontuação mínima de 60 pontos no processo de avaliação.

A seleção é efetuada programa a programa, por ordem decrescente da sua posição na lista de classificação resultante do processo de avaliação, até que se esgote a dotação orçamental estimada, no caso do Eixo 1, e o montante máximo de financiamento, no caso do Eixo 2.

11. PUBLICAÇÃO

Os programas selecionados, bem como as designações dos beneficiários e montantes de apoio máximo, são publicitados através da Internet, da página eletrónica do IVV, IP, com o endereço www.ivv.min-agricultura.pt.

12. DOTAÇÃO ORÇAMENTAL

O financiamento dos programas aprovados é efetuado dentro dos seguintes limites do produto da taxa de promoção cobrada ao abrigo do Decreto-Lei n.º 119/97, de 15 de maio, conforme Despacho n.º 1662/2012, de 27 de janeiro de 2012.

	Parte da Taxa de Promoção	Regra específica
Eixo 1: “Promoção genérica”	42%	Máximo de 15% do montante estimado é alocado a programas de promoção apresentados pelas entidades certificadoras (*)
Eixo 2: “Informação/educação”	300.000 €	-----

(*) É considerado o peso percentual correspondente à receita da taxa de promoção cobrada por cada entidade e transferida, no ano de 2011, para o IVV, I.P.

13. NÍVEL DE APOIO

O nível de apoio a conceder é determinado pela aplicação de uma percentagem, a cada programa selecionado, calculada pela relação entre o montante elegível com cabimento na dotação orçamental estimada, e o montante total da dotação orçamental estimada, no caso do Eixo 1, e o montante máximo de financiamento, no caso do Eixo 2.

O montante de apoio máximo a conceder não pode exceder o valor considerado para o programa elegível e, no caso do Eixo 2, a percentagem de 80% daquele valor.

Os apoios são concedidos sob a forma de subsídios não reembolsáveis.

14. CONCESSÃO DO APOIO

As regras para a concessão do apoio são as constantes dos artigos 13.º a 20.º do Regulamento de Apoio.

15. PRAZOS

São aplicáveis os seguintes prazos:

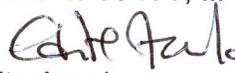
Apresentação de programas	De: 07.02.2012 a 24.02.2012 (17h 30m)
Comunicação da avaliação e seleção	A partir de 26.03.2012

16. INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

O presente Aviso não dispensa a consulta da legislação aplicável.

Lisboa, 6 de fevereiro de 2012

A Vice-Presidente do IVV, I.P.


 Edite Azenha

ANEXO 1

Informação obrigatória a constar nos programas

A. Identificação do proponente

1. Designação social, NIPC, forma jurídica, sede social, localidade, código postal, fax e endereço de correio eletrónico;
2. Tipologia do proponente (organização profissional ou interprofissional).

B. Tipologia da candidatura

3. Eixo(s) de apoio a que respeita(m);
4. Mercados visados;
5. Orçamento total, por eixo de apoio se for caso disso;
6. Tipo de candidatura: individual ou conjunta (identificar os parceiros através da mesma informação referida em a. e b.).

C. Atividade do proponente

7. Atividades principais do proponente, com indicação das mesmas e, por cada uma, a estimativa do peso (%) e valor (€) nas despesas da atividade global (ano de referência: 2011, se ainda não disponível o ano de 2010);
8. Representatividade do proponente (de âmbito regional ou nacional);
 - Designação das entidades que integram a organização proponente e a abrangência regional de atuação (no caso de entidades certificadoras, a designação das entidades deve ser substituída pela indicação do n.º de entidades/empresas associadas ao proponente e que poderão beneficiar dos efeitos do programa);
 - No caso do Eixo 1, é bem considerada a indicação do volume de produção de vinhos representado por cada uma das entidades (no caso de entidades certificadoras, deve ser substituído pelo volume total de produção de vinhos respeitante às entidades/empresas associadas ao proponente e que poderão beneficiar dos efeitos do programa).

D. Capacidade técnica

9. Capacidade técnica do proponente, com indicação do quadro técnico e informação síntese das funções de cada elemento na

organização, experiência profissional, formação e tipo de vínculo, designadamente no âmbito da promoção/informação.

E. Capacidade financeira

10. Capacidade financeira do proponente, com indicação das principais fontes de receita e respetivos valores (indicando o ano de referência - deve ser o mais recente possível), acompanhado de cópias dos balanços e das demonstrações de resultados, dos 3 anos anteriores.

F. Requisitos de elegibilidade

11. Comprovativo de constituição legal do proponente (e dos parceiros, se candidatura conjunta); declaração de compromisso que confirme que a organização cumpre as condições legais necessárias ao exercício da atividade e que dispõe de contabilidade organizada, de acordo com o Plano Oficial de Contabilidade; comprovativo de situação regularizada perante a Segurança Social e a Administração Fiscal.

G. Descrição do programa

12. Enquadramento justificativo das escolhas dos mercados, no caso do Eixo 1 e 2, complementado por:

No Eixo 1: Dados relativos às tendências em termos de consumo e comercialização, nos mercados visados;

No Eixo 2: Síntese de informação sobre os riscos relacionados com o consumo de álcool e benefícios do consumo moderado de vinho e produtos vínicos;

13. Objetivos do programa, indicados de forma sucinta e com quantificação objetiva das metas a atingirem.

14. Estratégia do programa, indicando-se as linhas centrais de atuação.

15. Público-alvo que se pretende alcançar.

16. Temas a abordar nas ações.

17. Mensagens a transmitirem, que devem ser claras e precisas. A inclusão de mensagem favorece a apreciação da qualidade do programa.

18. Impacto previsível do programa.

19. Metodologia para avaliação do impacto.

H. Orçamento

20. Orçamento objetivo, com indicação clara das despesas relativas à execução das ações em cada mercado visado, despesas de gestão dos programas e despesas de funcionamento previstas.

Notas de Apoio

Estratégia do programa: A utilização, mesmo que adaptada das tipologias de ações referidas no artigo 3.º do Regulamento do Apoio, complementada com breve descrição do que se pretende realizar, contribui para um melhor entendimento da estratégia.

Temas a abordar nas ações: Indicam-se alguns exemplos, para o **Eixo 1:**

- Especificidades que conferem características especiais aos produtos com DO/IG;
- Procedimentos de certificação dos produtos com DO/IG;
- Rotulagem dos produtos com DO/IG;
- Relação entre local de produção e envolvente regional (sustentabilidade,, ambiente e clima ...);
- "Terroir" e castas nacionais;
- Tradição vitivinícola de Portugal (regiões, país);
- Ligação dos produtos promovidos à gastronomia, ao enoturismo;
- Apelo ao consumo de produtos de qualidade e de valor acrescentado;
- Formas de consumo (por ex: vinho a copo).

E **Eixo 2:**

- Consumo moderado associado a modo de vida saudável e moderno;
- Efeitos benéficos do consumo moderado.

Impacto previsível: Indicam-se alguns exemplos:

- Número de referências feitas nos *media*;
- Satisfação das entidades/empresas envolvidas (medido por inquérito);

- Evolução do reconhecimento e notoriedade dos produtos (medido por estudo de mercado);
- Variação do número de ações de informação/formação face ao ano anterior;
- Variação do número de entidades/empresas que beneficiam do programa;
- Variação do volume de produção (regional/nacional) que representam as entidades/empresas que beneficiam do programa.

Metodologia para avaliação do impacto:

Indicam-se alguns exemplos:

- Recurso às estatísticas;
- *Clipping*;
- Inquéritos;
- Estudos de mercado;
- *Surveys*;
- Recolha de elementos junto das entidades/empresas.
