

## **AVISO DE ABERTURA DE CONCURSO**

### **APOIO À PROMOÇÃO DO VINHO E PRODUTOS VÍNICOS NO MERCADO INTERNO - 2013**

**N.º Ref.ª: PMI-05**

Nos termos estabelecidos pela Portaria n.º 219/2013, de 4 de julho, a concessão dos apoios à *promoção do vinho e produtos vínicos no mercado interno e à informação e educação sobre o consumo de bebidas alcoólicas*, é atribuído mediante concurso aberto para apresentação de candidaturas de acordo com o presente aviso de abertura, divulgado através da Internet, na página eletrónica do IVV, IP.

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

#### **1. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL**

- Decreto-Lei n.º 94/2012, de 20 de abril (DR, 1.ª série – N.º 79 - 20 de abril de 2012);
- Portaria n.º 219/2013, de 4 de julho (DR, 1.ª série – N.º 127 – 4 de julho de 2013)

#### **2. EIXOS DE 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 que valorizem a imagem e a qualidade dos vinhos e produtos vínicos; (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.

**A realização das ações referidas devem, sempre que possível, incluir a comunicação da marca relativa aos Vinhos de Portugal (WOP).**

▪ **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 álcool<sup>1</sup>.

**As ações relativas à informação e educação previstas para o Eixo 2 não podem conter referências a marcas, símbolos de marcas ou qualquer indicação de proveniência.**

**3. PRODUTOS ABRANGIDOS**

No Eixo 1 são abrangidos os vinhos e produtos víquicos de origem nacional, enquanto que para no Eixo 2 são abrangidos todos os produtos víquicos, independentemente da sua origem.

**4. BENEFICIÁRIOS**

Podem beneficiar do apoio, a título individual ou em conjunto, as organizações nacionais que se enquadrem numa das seguintes tipologias:

- a) Organizações interprofissionais do sector do vinho, para ações do Eixo 1 e 2;
- b) Organizações profissionais do sector do vinho, para ações do Eixo 2.

Os candidatos devem observar as seguintes **condições gerais de elegibilidade**:

- Encontrarem-se legalmente constituídos;
- Cumprirem as condições legais necessárias ao exercício da respetiva atividade;
- Possuírem a situação regularizada perante a administração fiscal e a segurança social;
- Disporem de contabilidade organizada, nos termos do sistema de normalização contabilística ou outra regulamentação em vigor.

<sup>1</sup> 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>)

## 5. MERCADOS

As ações abrangidas pelo Eixo 1 podem ser efetuadas no mercado nacional e nos restantes Estados-Membros 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 Estados-Membros 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 2013 a 31 de dezembro de 2013.

## 7. DESPESAS ELEGÍVEIS

As despesas elegíveis são as previstas no artigo 9.º da Portaria referida no ponto 1, tendo em consideração as prioridades visadas (ponto 8 do presente aviso de abertura), a garantia da não duplicação de financiamento, e respeitando-se igualmente as disposições comunitárias em matéria de auxílios de Estado.

Os programas podem incluir despesas de ações já iniciadas ou realizadas antes da sua apresentação, desde que respeitem a 2013.

## 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 víquicos, 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.

É dada preferência aos candidatos que apresentem maior representatividade a nível nacional.

No respeitante ao Eixo 2, os beneficiários devem privilegiar o desenvolvimento de ações que contribuam para os objetivos previstos na estratégia comunitária para a redução dos malefícios relacionados com o consumo de álcool.

## 9. FORMALIZAÇÃO DAS CANDIDATURAS

As candidaturas são formalizadas através da apresentação de programas de promoção, que devem conter, pelo menos, a **informação constante no Anexo 1** deste aviso.

Os programas são **apresentados na sede do IVV, IP** (Rua Mouzinho da Silveira, 5 – 1250-165 Lisboa) obrigatoriamente redigidos em português.

### **Não são admitidas candidaturas enviadas por correio electrónico.**

A formalização é feita mediante entrega do **programa original em papel**, assinado pelo representante legal do candidato, organizado em pasta de arquivo A4 (*dossier*), e **em suporte electrónico editável** (pen-drive, cd), dentro dos prazos aplicáveis.

Em caso de candidatura aos dois eixos de apoio, deve ser apresentado um programa para cada situação.

No orçamento proposto, os **valores são 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 da Portaria referida no ponto 1.

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.

## 12. DOTAÇÃO ORÇAMENTAL

O financiamento dos programas aprovados é pelas taxas cobradas pelo IVV, IP ao abrigo do Decreto-Lei n.º 94/2012, de 20 de abril.

	Dotação orçamental	Valor
Eixo 1: "Promoção genérica"	Estimada (47,5% da taxa de promoção)	2.300.000 €
Eixo 2: "Informação/educação"	Fixa	200.000 €

## 13. NÍVEL DE APOIO

No caso do Eixo 1, o nível de apoio a conceder a cada programa selecionado, é determinado pela aplicação de uma percentagem sobre o valor da dotação estimada, calculada pela relação entre o montante elegível e o montante da dotação orçamental estimada.

No caso do Eixo 2, o montante de apoio máximo a conceder corresponde a 80% do investimento aprovado, não podendo exceder, no total, a dotação orçamental indicada no ponto 12 deste aviso.

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

## 14. CONCESSÃO DO APOIO

As regras para a concessão do apoio são as constantes dos artigos 13.º a 20.º da Portaria referida no ponto 1.

## 15. PRAZOS

São aplicáveis os seguintes prazos:

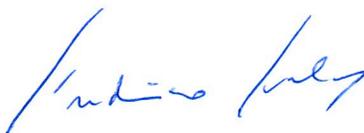
<b>Apresentação de programas</b>	De 05/07/2013 a 17/07/2013
<b>Comunicação da avaliação e seleção</b>	A partir de 31 de Julho de 2013

## 16. INFORMAÇÃO COMPLEMENTAR

O presente Aviso não dispensa a consulta da legislação aplicável.

Lisboa, 4 de julho de 2013

O Presidente do IVV, I.P.



Frederico Falcão

## ANEXO 1

(a que se refere o n.º 9 do Aviso)

### 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 de apoio a que respeita;
4. Mercados visados;
5. Orçamento total,
6. Tipo de candidatura: individual ou conjunta (identificar os parceiros através da mesma informação referida em 1. e 2.).

### 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 do ano de 2012;
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. Indicação do quadro de pessoal afeto à atividade de promoção/informação, com informação síntese das funções de cada elemento na organização, experiência profissional, formação e tipo de vínculo.
10. Exemplos de candidaturas a mecanismos de apoio à promoção e nível de execução financeira atingida.
11. Indicação se vai realizar as ações de promoção recorrendo aos recursos humanos da organização, mediante contratação de prestadores de serviços, ou ambas.

### E. Capacidade financeira

12. 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.

Dentro deste ponto deve ser feita indicação clara **“As despesas com promoção suportadas pelos com os fundos atribuídos pelo IVV não são apoiadas por outros mecanismos de apoio.”**

#### **F. Quadro de financiamento da promoção**

13. Indicar quais as fontes de financiamento para a totalidade das ações de promoção a desenvolver no ano de 2013 (ver exemplo no quadro anexo).

#### **G. Requisitos de elegibilidade**

14. 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 dispõem de contabilidade organizada, nos termos do sistema de normalização contabilística; comprovativo de situação regularizada perante a Segurança Social e a Administração Fiscal.

#### **H. Descrição do programa**

15. 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;
16. Objetivos do programa, indicados de forma sucinta e com quantificação objetiva das metas a atingirem.
17. Estratégia do programa, indicando-se as linhas centrais de atuação (ver notas de apoio).
18. Público-alvo que se pretende alcançar.
19. Temas a abordar nas ações.
20. Mensagens a transmitirem, que devem ser claras e precisas. A inclusão de mensagem favorece a apreciação da qualidade do programa.
- No Eixo 1: Indicação que, sempre que possível, vai incluir a comunicação da marca relativa aos Vinhos de Portugal (WOP);
  - No Eixo 2: Indicação que qualquer ação não pode conter referências a marcas, símbolos de marcas ou qualquer indicação de proveniência de produtos vitivinícolas.
21. Impacto previsível do programa.
22. Metodologia para avaliação do impacto.

#### **I. Orçamento**

23. Orçamento objetivo, com indicação clara das despesas relativas à execução das ações em cada mercado visado, despesas de gestão dos programas e de funcionamento. Os valores a incluir devem ser líquidos de IVA.

\*\*\*\*\*

#### **Notas de Apoio**

**Estratégia do programa:** A indicação de qual(is) a(s) tipologia(s) de ações em que se baseia a estratégia (ver art.º 3.º da Portaria referida no ponto 1 do presente Aviso), complementada com breve descrição do que se pretende realizar, contribui para um melhor entendimento..

**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), enoturismo;
- Ligação dos produtos promovidos à gastronomia;
- 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;
- Seleção e recolha de notícias em meios de comunicação (*Clipping*);
- Inquéritos;
- Estudos de mercado;
- Sondagens (*Surveys*);
- Recolha de elementos junto das entidades/empresas.

\*\*\*\*\*

### FINANCIAMENTO DA PROMOÇÃO EM 2013

MERCADO	FONTES DE FINANCIAMENTO							TOTAL	
	Fundos Próprios	Contributos de associados, empresas, etc	QREN	OCM (Países terceiros)		PROMAG/IFAP (Reg. 3/2008)			Mercado Interno (IVV)
				Apoio U.E.	Apoio Nacional	Apoio U.E.	Apoio Nacional		
<b>TOTAL</b>									