



LINHAS ORIENTADORAS PARA A APRESENTAÇÃO E SELEÇÃO DE PROJETOS DE

PROMOÇÃO DE VINHOS EM MERCADOS DE PAÍSES TERCEIROS

Organização Comum do Mercado Vitivinícola

REGULAMENTO (CE) n.º 1234/2007, DO CONSELHO, de 22 de outubro,
com as alterações introduzidas pelo REGULAMENTO (CE) n.º 491/2009
DO CONSELHO, de 25 de maio

Edição atualizada – Concurso n.º 3/2012

24 agosto de 2012



Índice

	<i>Página</i>
1. Enquadramento geral	3
2. Entidades intervenientes	5
3. Objetivo	6
3.1. Impacto previsto	6
4. Definições	6
5. Duração e taxas de apoio	7
5.1. Duração dos projetos	7
5.2. Taxas máximas de apoio	8
6. Ações suscetíveis de ser apoiadas	8
6.1. Tipologia das ações	8
6.2. Produtos elegíveis	9
6.3. Mensagens de promoção ou informação	10
7. Beneficiários	10
7.1. Condições de elegibilidade dos beneficiários	10
8. Mercados de países terceiros	11
9. Entidades responsáveis pela execução dos projetos	12
10. Despesas elegíveis e não elegíveis	13
11. Regras de procedimento	14
11.1. Abertura de concursos e apresentação de projetos	14
11.2. Avaliação e seleção dos projetos	15
11.3. Formalização da concessão do apoio	17
11.4. Resolução do contrato	17
12. Pagamentos	18
12.1. Formas de pagamento	18
12.2. Comprovativos de despesas realizadas e pagas	19
13. Comunicações obrigatórias e relatórios	20
13.1. Comunicações obrigatórias	20
13.2. Relatórios	21
14. Reduções, recuperações e sanções	21
Anexo I – Determinação do Mérito dos projetos	23
Anexo II – Disposições complementares às despesas elegíveis	24



1. ENQUADRAMENTO GERAL

A promoção de vinhos em mercados de países terceiros constitui uma medida do programa quinquenal de apoio apresentado por Portugal, sendo cofinanciado pelo Fundo Europeu Agrícola de Garantia (FEAGA), de acordo com as disposições previstas na Organização Comum de Mercado Vitivinícola.

Base jurídica:

- artigo 103º - P do Reg. (CE) nº 1234/2007, do Conselho, de 22 de outubro, com as alterações introduzidas pelo Reg. (CE) nº 491/2009, do Conselho, de 25 de maio, que estabelece uma organização comum dos mercados agrícolas;
- artigos 4º e 5º do Regulamento (CE) nº 555/2008, da Comissão, de 27 de junho, com as alterações introduzidas pelo Regulamento (CE) n.º 772/2010, da Comissão, de 1 de setembro, que estabelece as normas de execução no que respeita aos programas de apoio e que dá a possibilidade das empresas, organizações profissionais, interprofissionais e de produtores, poderem apresentar projetos de promoção em países terceiros;
- Portaria nº 1384-B/2008, de 2 de dezembro, com as alterações introduzidas pelas Portarias n.º 989/2009, de 7 de setembro, n.º 47/2010, de 20 de janeiro, n.º 1055/2010, de 14 de outubro e n.º 43/2012, de 10 de fevereiro.

Reg. (CE) n.º 491/2009, do Conselho

Artigo 103.º -P

Promoção em mercados de países terceiros

1. O apoio ao abrigo do presente artigo abrange medidas de informação ou de promoção relativas a vinhos comunitários em países terceiros, com o objetivo de melhorar a sua competitividade nesses países.
2. As medidas a que se refere o n.º 1 dizem respeito a vinhos com denominação de origem protegida ou indicação geográfica protegida ou a vinhos com indicação da casta de uva de vinho.
3. As medidas a que se refere o n.º 1 apenas podem consistir em:
 - a) Medidas de relações públicas, promoção ou publicidade, que destaquem designadamente as vantagens dos produtos comunitários, especialmente em termos de qualidade, segurança dos alimentos ou respeito pelo ambiente;
 - b) Participação em eventos, feiras ou exposições de importância internacional;
 - c) Campanhas de informação, especialmente sobre os regimes comunitários de denominações de origem, indicações geográficas e produção biológica;
 - d) Estudos de novos mercados, necessários para expansão das saídas comerciais;
 - e) Estudos de avaliação dos resultados das medidas de informação e promoção.
4. A contribuição comunitária para atividades de promoção não deve ser superior a 50% das despesas elegíveis.



Reg. (CE) n.º 555/2008, da Comissão

Artigo 4.º

Mercados e operações elegíveis

1. Os vinhos referidos no nº 2 do artigo 10.º do Regulamento (CE) nº 479/2008 são elegíveis para operações de promoção em mercados de países terceiros se:
 - a) Os produtos se destinarem a consumo direto, existirem para esses produtos possibilidades de exportação ou novos mercados potenciais nos países terceiros visados e os produtos em causa tiverem grande valor acrescentado;
 - b) A origem do produto for indicada, no âmbito de uma operação de informação ou de promoção, caso se trate de um vinho com indicação geográfica;
 - c) A operação apoiada for definida com clareza, nomeadamente no que respeita aos produtos que pode abranger, à campanha de *marketing* e ao custo estimado;
 - d) O apoio a ações de promoção e de informação, dirigidas a um determinado beneficiário num determinado país terceiro, não se prolongar por mais de três anos. Porém, se necessário, o apoio pode ser renovado uma vez, por um período máximo de dois anos;
 - e) As mensagens informativas e/ou promocionais se basearem nas qualidades intrínsecas do vinho e forem conformes à legislação aplicável nos países terceiros visados;
 - f) Os beneficiários tiverem capacidade suficiente para fazer face às condicionantes específicas do comércio com países terceiros e dispuserem de recursos que garantam a aplicação da medida com o máximo de eficácia possível. Os Estados-Membros verificam, nomeadamente, a disponibilidade a longo prazo, depois da operação de promoção, de produtos em quantidade e de qualidade suficientes para responder à procura do mercado.

Podem ser beneficiários empresas privadas, organizações profissionais, organizações de produtores, organizações interprofissionais ou, se o Estado-Membro assim o decidir, organismos públicos. Um Estado-Membro não pode, em nenhuma circunstância, designar um organismo público como único beneficiário de uma medida de promoção.

É dada preferência às micro, pequenas e médias empresas, na aceção da Recomendação 2003/361/CE da Comissão, e às marcas comerciais coletivas.

Para evitar utilizações abusivas do regime, não são permitidas, em geral, alterações dos elementos referidos nas alíneas a) e c) no decurso das ações apoiadas, exceto se essas alterações permitirem, comprovadamente, obter melhores resultados.

Artigo 5.º

Procedimento de seleção

1. Os Estados-Membros estabelecem um procedimento para a apresentação das propostas, assim como para a eventual renovação a que se refere a alínea d) do n.º 1 do artigo 4.º, que contemple, nomeadamente, regras relativas:
 - a) À verificação da satisfação dos requisitos e critérios estabelecidos no artigo 4.º;
 - b) Aos prazos para a apresentação dos pedidos e para o exame da adequação de cada ação proposta;
 - c) Aos produtos em causa e ao *marketing* dos mesmos em conformidade com as disposições do presente regulamento, com as disposições nacionais e com o caderno de especificações correspondente;
 - d) À celebração dos contratos, nomeadamente no que respeita a eventuais formulários normalizados, à constituição de garantias e ao pagamento de adiantamentos;
 - e) À avaliação das ações apoiadas. Em caso de renovação de acordo com a alínea d) do n.º 1 do artigo 4.º, os resultados das ações apoiadas devem, além disso, ser avaliados antes da renovação.
2. Os Estados-Membros efetuam a seleção das propostas em função, nomeadamente, dos seguintes critérios:
 - a) Coerência das estratégias propostas com os objetivos fixados;
 - b) Qualidade das medidas propostas;
 - c) Efeitos previsíveis das medidas, numa perspetiva de aumento da procura dos produtos em causa;
 - d) Garantias de que os operadores envolvidos são eficazes e têm acesso à capacidade técnica necessária e de que o custo da medida que se propõem realizar não excede os valores normais de mercado.
3. Depois de examinarem as propostas apresentadas, os Estados-Membros selecionam as que apresentarem o melhor rácio qualidade/custo e elaboram uma lista das mesmas sem excederem os fundos disponíveis. Comunicam igualmente, em seguida, as propostas selecionadas à Comissão, utilizando o formulário do anexo VIII, para que os



outros Estados-Membros possam ser informados e para uma maior coerência da medida.

4. Dois ou mais Estados-Membros podem decidir selecionar uma operação de promoção conjunta. Esses Estados-Membros comprometem-se a participar no financiamento e acordam procedimentos de colaboração administrativa destinados a facilitar o acompanhamento, a execução e o controlo.
5. Os Estados-Membros asseguram que todas as campanhas nacionais ou regionais apoiadas sejam compatíveis com as medidas financiadas no âmbito dos Regulamentos (CE) nº 3/2008 ou (CE) nº 1698/2005 e com as medidas subvencionadas no âmbito das campanhas nacionais e regionais.
6. Não é concedido qualquer apoio a título do artigo 10.º do Regulamento (CE) nº 479/2008 a operações que sejam apoiadas no âmbito da alínea c), subalínea iii), do artigo 20.º do Regulamento (CE) nº 1698/2005 ou do nº 3 do artigo 2.º do Regulamento (CE) nº 3/2008.
7. Os Estados-Membros podem prever o adiantamento do apoio antes da realização de qualquer operação, desde que o beneficiário tenha constituído uma garantia.
8. Sempre que os Estados-Membros concedam uma ajuda nacional a ações de promoção, comunicam essa ajuda na parte correspondente dos formulários dos anexos I, V, VII e VIII.

2. ENTIDADES INTERVENIENTES

São entidades intervenientes na medida de apoio:

- O Instituto da Vinha e do Vinho, I.P., (IVV, I.P.) que exerce as funções de entidade de gestão (EG);
- O Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P., (IFAP, I.P.) que exerce as funções de organismo pagador e de controlo.

As duas entidades intervenientes promovem o intercâmbio dos dados e informação sobre a medida de apoio.

Compete à EG:

- a) Proceder à abertura de concursos;
- b) Avaliar e selecionar os projetos apresentados, bem como decidir sobre a realização de estudos de mercado e avaliação dos resultados;
- c) Decidir e fixar as taxas de apoio a conceder aos projetos;
- d) Analisar e decidir as modificações apresentadas aos projetos;
- e) Efetuar o acompanhamento e a avaliação da medida de Promoção em mercados de países terceiros.



3. OBJETIVO

O apoio à promoção em mercados de países terceiros tem o objetivo de:

- Reforçar a presença e a penetração dos vinhos portugueses nos mercados de países terceiros;
- Consolidar e aumentar as quotas de mercado dos vinhos de Portugal e a notoriedade e o conhecimento dos vinhos com Denominação de Origem Protegida (DOP), vinhos com Indicação Geográfica Protegida (IGP) e vinhos com indicação de casta;
- Posicionar os vinhos portugueses num patamar de reconhecida qualidade, correspondendo a um segmento de preços médio, médio alto e alto, elevando o valor acrescentado das exportações;
- Conquistar o reconhecimento dos vinhos de Portugal como produtos de qualidade e com carácter diferenciador, originários de um país com notoriedade enquanto produtor;
- Contribuir favoravelmente para a notoriedade e o crescimento das exportações de vinhos portugueses.

3.1. Impacto previsto

Considerando o objetivo de incrementar o valor acrescentado com um investimento de 100 Mio € em promoção, no período 2009-2013, afigura-se adequado estimar que a taxa média de crescimento das exportações atinja, em 2013:

- **264,5 Mio €**, em valor
- **1.132,7 mil hectolitros**, em volume

correspondendo a uma média de crescimento favorável na ordem de:

- **10,7 %/ano**, em valor
- **6,9 %/ano**, em volume

4. DEFINIÇÕES

Projeto: conjunto de ações coerentes e integradas que visam o aumento do volume e valor acrescentado das exportações dos produtos elegíveis nos mercados de países terceiros.



Ação: conjunto de atividades concertadas que dão execução à programação do projeto de promoção.

Atividade: Iniciativa específica a executar, claramente definida, quantificada e enquadrada numa determinada Ação.

Rubrica: despesa associada a cada atividade. Pode ser decomposta em sub-rubricas.

Tipologia de Ações: agrupamento de ações segundo a sua natureza, tal como previsto no regulamento comunitário.

Duração máxima do projeto: 1 ano a contar da data limite para a entrega de projetos fixada no aviso de abertura de concurso.

Fase do projeto: período de 1 ano consecutivo. A 1.ª fase tem início no dia seguinte à data limite para a entrega de projetos que for fixada no aviso de abertura de concurso.

Organismo de execução: entidade terceira, com quem o beneficiário estabelece um contrato escrito para a conceção, coordenação e/ou realização de ações constantes do projeto e que assegura o(s) pagamento(s) ao(s) Fornecedores/Prestadores de Serviços em nome do beneficiário.

Fornecedor de Serviços: entidade terceira a quem o beneficiário ou o organismo de execução pagam diretamente um serviço prestado.

Honorários do organismo de execução: montante pago pelo beneficiário ao organismo de execução a título do trabalho intelectual e despesas com ele relacionadas.

5. DURAÇÃO E TAXAS DE APOIO

5.1. Duração dos projetos

A duração de um projeto apresentado por um beneficiário, para ações a executar num determinado país terceiro, não pode ultrapassar a duração de 1 ano a contar da data limite de entrega dos projetos.

A pedido do beneficiário e quando devidamente justificado, a EG pode prorrogar até ao limite máximo de 6 meses a última fase do projeto, desde que seja baseada num eventual atraso no

início do projeto. Este pedido de prorrogação deve ser incluído num pedido de modificação do projeto.

5.2. Taxas máximas de apoio

Os projetos aprovados no âmbito deste concurso beneficiam de comparticipação financeira de 50% das despesas elegíveis não sendo aplicável a comparticipação complementar por fundos nacionais.

As despesas apoiadas ao abrigo desta medida de apoio não podem beneficiar de outros apoios financeiros públicos.

De acordo com as atuais regras comunitárias, o pagamento do apoio tem de ser efetuado o mais tardar até 15 de setembro 2013, se necessário através de pedido de adiantamento.

6. AÇÕES SUSCETÍVEIS DE SER APOIADAS

As ações objeto de apoio devem estar devidamente enquadradas nos projetos apresentados, que devem ter uma dimensão adequada aos objetivos previstos.

6.1. Tipologia das ações

As ações devem ser enquadradas numa das seguintes tipologias:

Tipologia	Ações	Exemplos
A	<ul style="list-style-type: none"> Ações de relações públicas, promoção ou publicidade, que destaquem designadamente as vantagens dos produtos nacionais, especialmente em termos de qualidade, segurança dos alimentos ou respeito pelo ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> Ações comerciais; encontro com importadores e distribuidores Campanhas publicitárias nos Media (TV, rádio, imprensa, etc.); Ações de promoção em pontos de venda; Criação de sites para a promoção e divulgação; Ações inversas (visitas a Portugal); Apresentações de produto em jantares e eventos vínicos.
B	<ul style="list-style-type: none"> Participação em eventos, feiras ou exposições de importância internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Feiras e exposições internacionais, etc. sectoriais ou genéricas, dirigidas a profissionais ou a consumidores.



C	<ul style="list-style-type: none">• Campanhas de informação, especialmente sobre os regimes comunitários de denominações de origem, indicações geográficas e produção biológica	<ul style="list-style-type: none">○ Encontros empresariais, profissionais, líderes de opinião ou consumidores;○ Jornadas, seminários, degustações, etc.
D	<ul style="list-style-type: none">• Estudos de mercados, necessários para expansão das saídas comerciais	<ul style="list-style-type: none">○ Estudos de mercado, económicos e técnicos;○ Estudos de marketing.
E	<ul style="list-style-type: none">• Estudos de avaliação dos resultados do projeto	<ul style="list-style-type: none">○ Estudos de avaliação de resultados das ações de promoção em cada mercado ou do projeto no todo.

Um projeto não pode basear-se exclusivamente em ações enquadradas na tipologia D (Estudos de mercado) ou tipologia E (Estudos de avaliação dos resultados do projeto).

Os Estudos de mercado não podem limitar-se à descrição ou caracterização dos mercados ou à indicação das regras aplicáveis nos mesmos, devendo incluir informações concretas sobre a entrada e aceitação do(s) produto(s) promovido(s) pelo beneficiário no mercado alvo do estudo. O investimento elegível para este tipo de ação deve ser aproximadamente de 10.000 euros.

Os Estudos de avaliação dos resultados do projeto referem-se ao impacto que tiveram o conjunto das ações de promoção executadas naquele mercado para o beneficiário. Deve incluir para além do grau de cumprimentos dos objetivos, informações concretas sobre o efeito das ações em si e dos resultados obtidos na comercialização e serviços prestados pelo beneficiário.

6.2. Produtos elegíveis

Durante a execução do projeto apenas podem ser promovidos os seguintes produtos:

- Vinhos com denominação de origem protegida (DOP);
- Vinhos com indicação geográfica protegida (IGP);
- Vinhos com indicação de casta.

Os vinhos têm de ser produzidos no território nacional, ser destinados ao consumo direto, apresentarem-se no mercado-alvo nas mesmas condições em que serão consumidos, e ter:

- Possibilidades de exportação
- Valor acrescentado;



- Disponibilidade a longo prazo, depois das ações de promoção, de produtos em quantidade e qualidade suficientes para responder à procura do mercado.

6.3. Mensagens de promoção ou informação

As mensagens de promoção ou informação veiculadas pelo beneficiário durante as ações devem basear-se nas qualidades diferenciadoras do vinho e ser conformes à legislação aplicável nos países visados, devendo ser indicada a origem do vinho, quando se trate de vinhos com DOP ou IGP.

As mensagens de promoção ou informação podem, no entanto, integrar a referência a marcas.

7. BENEFICIÁRIOS

Apenas podem beneficiar do apoio no âmbito deste concurso os beneficiários que:

- Sejam micro ou pequenas empresas nos termos definidos no Decreto-Lei nº 372/2007, de 6 de novembro, alterado pelo Decreto-Lei nº 143/2009, de 16 de junho;
- Estejam constituídos há pelo menos 6 meses, na data de abertura deste concurso;
- Apresentem projetos com um investimento focalizado num número de mercados adequado às capacidades económica, financeira e de recursos humanos.

Os projetos podem ser apresentados a título individual (uma única entidade) ou de forma agrupada (mais do que uma entidade). No caso de projeto agrupado, as entidades devem estar enquadradas na mesma tipologia e nomear uma entidade líder.

O beneficiário deve comercializar produtos elegíveis ou representar as empresas que o fazem, e ter capacidade para fazer face às condicionantes do comércio com países terceiros.

7.1. Condições de elegibilidade dos beneficiários

O beneficiário deve observar as seguintes condições específicas de elegibilidade:

- Encontrar-se legalmente constituído no território nacional;
- Cumprir as condições legais necessárias ao exercício da respetiva atividade, como seja, estarem inscritos neste Instituto;



- Demonstrar o cumprimento das obrigações legais, designadamente as fiscais e para com a segurança social;
- Demonstrar ter capacidade suficiente, nomeadamente de recursos humanos, e experiência para fazer face às condicionantes específicas do comércio com países terceiros;
- Declarar ter capacidade de financiamento do projeto, através de declaração do TOC/ROC;
- Comprometer-se a não apresentar despesas que venham a ser objeto de qualquer outro apoio financeiro público.

As empresas com atividade principal na área da distribuição ou de serviços devem evidenciar através de declaração, o interesse de inclusão das entidades cujos vinhos distribuem e promovem nos mercados alvo do projeto em causa, bem como o compromisso das mesmas quanto ao fornecimento dos vinhos, em quantidade e qualidade, para responder à procura nos mercados.

8. MERCADOS DE PAÍSES TERCEIROS

A caracterização dos mercados de países terceiros tem em conta os seguintes critérios:

- Evolução das exportações nacionais;
- Tendências do comércio de vinhos no mercado internacional;
- Evolução e tendências dos mercados, tendo em conta os padrões, tendências de compra e de consumo e a notoriedade dos vinhos portugueses.

Face à informação atual e à aplicação dos critérios enunciados, são estabelecidos os seguintes grupos de mercados-alvo:

Grupo	Descrição	Mercados-alvo
I	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados para os quais se exporta atualmente e com forte potencial e que reúnem ainda as seguintes condições: <ul style="list-style-type: none"> i) Abertos à importação de vinhos; ii) Nos quais os vinhos portugueses já se encontram relativamente bem posicionados; iii) Com elevados consumos e tendência de crescimento dos segmentos de valor acrescentado; iv) Recetivos à venda de produtos de elevado valor acrescentado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brasil • Canadá • Estados Unidos da América
II	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados com potencial a explorar, onde se verifica: <ul style="list-style-type: none"> i) Presença pouco significativa de vinhos portugueses; ii) Consumos relevantes e tendência de crescimento dos segmentos de valor acrescentado; iii) Fortes possibilidades de aumentar a presença e consumo de vinhos portugueses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Angola • Suíça
III	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados emergentes ou mercados com economias em desenvolvimento, caracterizados por: <ul style="list-style-type: none"> i) Ausência ou fase inicial da promoção e presença de vinhos portugueses; ii) Mercados não comuns como destino de exportação portuguesa; iii) Mercados emergentes tendo em conta o crescimento das suas economias ou serem já destino de exportações por parte de outros países da União Europeia. 	<ul style="list-style-type: none"> • China (incluindo regiões administrativas especiais). • Japão • Rússia • México¹ • Nova Zelândia¹

Podem ser aceites outros mercados desde que as ações a desenvolver sejam devidamente fundamentadas, seja reconhecida a sua adequação com os objetivos estabelecidos no aviso de candidatura e exista dotação orçamental disponível.

9. ENTIDADES RESPONSÁVEIS PELA EXECUÇÃO DOS PROJETOS

O beneficiário é a entidade responsável pela execução do projeto.

¹ Apenas para ações respeitantes a vinhos com DOP Porto



O beneficiário pode contratar uma ou mais entidades para a execução de ações do projeto, a que se designam por organismos de execução (tal como definido no ponto 4.), devendo ser entregue ao IFAP, I.P., um exemplar do contrato escrito logo que seja formalizado.

O beneficiário deve assegurar na escolha do(s) Organismos de execução que estes reúnam as seguintes condições:

- Dispor de experiência, na execução dessas ações;
- Possuir a capacidade técnica adequada;
- Apresentar custos que não excedam os praticados no mercado.

Ao(s) organismo(s) de execução podem ser atribuídas uma ou mais das seguintes funções:

- Conceber, promover e coordenar a implementação de ações do projeto, no todo ou em parte;
- Assumir a execução de ações, diretamente ou em subcontratação;
- Efetuar os procedimentos administrativos da execução do projeto.

10. DESPESAS ELEGÍVEIS E NÃO ELEGÍVEIS

São elegíveis as despesas diretamente relacionadas com a execução do projeto aprovado, relativas a determinada fase de execução, que sejam realizadas, pagas pelo beneficiário e apresentadas até ao pedido de saldo da fase a que respeitam, as quais incluem:

- a) Despesas com a execução das ações, nomeadamente as relativas a aluguer de espaços e utilização de equipamentos, material promocional e informativo, incluindo a conceção e a elaboração, contratação de serviços especializados, deslocações, alojamentos e despesas de transporte de bens e dos produtos a promover;
- b) Outras despesas relacionadas com a execução das ações, nomeadamente as relativas a material e equipamento, utilização informática, publicação e divulgação;
- c) Despesas que o organismo de execução tenha necessidade de efetuar tendo em vista a execução das ações, nomeadamente as relativas à sua conceção e preparação, até ao limite de 13% da soma das despesas previstas nas alíneas a) e b);
- d) Despesas gerais do beneficiário, até ao limite de 7% da soma das despesas previstas nas alíneas a) e b);



- e) Despesas relativas às garantias constituídas para efeitos de pedidos de pagamento adiantado.

Às despesas referidas nas alíneas a) e e) são aplicáveis as disposições complementares constantes no anexo II.

Na determinação do valor das despesas elegíveis é deduzido o imposto sobre o valor acrescentado (IVA), com exceção do imposto não recuperável desde que este seja definitivamente suportado pelos beneficiários.

Não são consideradas despesas elegíveis:

- a) Descontos comerciais ou com efeito equivalente;
- b) Provisões a título de eventuais perdas ou dívidas futuras;
- c) Deslocação em táxi ou transportes coletivos abrangidas por um apoio diário;
- d) Despesas bancárias com exceção das inerentes às garantias bancárias constituídas para efeitos de pedidos de adiantamento;
- e) Perdas resultantes do câmbio de moedas;
- f) Despesas efetuadas fora do âmbito de aplicação da medida.

11. REGRAS DE PROCEDIMENTO

11.1. Abertura de concursos e apresentação de projetos

Os apoios à promoção em países terceiros são atribuídos mediante a realização de um concurso.

Os avisos de abertura dos concursos para a apresentação de projetos são, em cada ano, estabelecidos e publicitados pela EG, indicando, nomeadamente:

- a) Os objetivos e as prioridades visadas;
- b) Os mercados onde as medidas podem preferencialmente ser executadas;
- c) A metodologia de apuramento do mérito do projeto;
- d) O prazo e as regras para a apresentação de projetos;



- e) O prazo para a decisão de aprovação dos projetos e de atribuição dos apoios;
- f) O orçamento disponível.

Os concursos são abertos em um ou mais períodos, em cada exercício financeiro, em função das disponibilidades orçamentais e do resultado obtido no concurso anterior.

A divulgação dos avisos de abertura dos concursos é efetuada, através de vários meios, designadamente anúncios a publicitar na internet, nomeadamente na página eletrónica do:

- IVV, I.P. com o endereço <http://www.ivv.min-agricultura.pt>;
- Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, com o endereço <http://www.ifap.min-agricultura.pt>.

São admitidos a concurso os projetos que contemplem uma ou mais tipologias de ações suscetíveis de apoio.

A apresentação dos projetos é efetuada no prazo definido no aviso de abertura de concurso.

Os projetos só são aceites quando elaborados de acordo com a estrutura do formulário, disponível em <http://www.ivv.min-agricultura.pt>.

Os projetos são obrigatoriamente apresentados em português, sendo submetidos eletronicamente ao IVV, I.P., dentro dos prazos aplicáveis.

Deve ser entregue na sede do IVV, I.P., um exemplar do projeto assinado pelo representante legal, em papel A4 e organizado em dossier no prazo máximo de 3 dias úteis, a contar da data limite para a submissão eletrónica do projeto. No caso de envio pelo correio é considerada a data de registo do mesmo.

11.2. Avaliação e seleção dos projetos

A análise das candidaturas é efetuada por duas fases.

Na primeira fase, a EG procede à avaliação preliminar dos projetos, verificando se os mesmos estão em conformidade com as regras previstas no aviso de abertura de concursos e demais disposições aplicáveis.

Numa segunda fase é efetuada uma apreciação do mérito do projeto, e, neste caso, a EG pode ser apoiada por representantes de outros organismos públicos.

Para a apreciação do mérito e seleção dos projetos são considerados os seguintes critérios:

- Coerência das estratégias propostas com os objetivos fixados;
- Qualidade das ações propostas;
- Efeitos previsíveis das ações, numa perspetiva de aumento da procura dos produtos em causa;
- Garantias de que os operadores envolvidos são eficazes e têm acesso à capacidade técnica necessária;
- Garantias de que o custo das ações propostas não excede os valores normais de mercado;
- Experiência e conhecimento do mercado-alvo;
- Relação entre custo e eficácia do projeto.

A determinação do mérito dos projetos (MP) é pontuada numa escala de 0 a 100 pontos, de acordo com os parâmetros e níveis de ponderação constantes no anexo I, devendo ser obtida uma pontuação mínima de 50 pontos para que o projeto possa beneficiar de apoio.

Os projetos são hierarquizados por ordem decrescente do MP, sendo dado, em caso de igualdade de pontuação, prioridade às candidaturas que preencham pelo menos um dos seguintes critérios:

- Candidatos à presente medida de apoio, pela primeira vez;
- Candidatos com projeto de promoção em curso no âmbito desta medida de apoio mas em mercados diferentes aos que se propõe no presente concurso;
- Candidaturas conjuntas;
- Candidaturas focalizadas nos mercados prioritários.

Constitui um dos critérios a ponderar na avaliação dos projetos, a experiência na exportação, e/ou na implementação/execução de campanhas de promoção de vinhos e a capacidade da empresa, para satisfazer os seus objetivos, evidenciada em quantidade.

A aprovação de candidaturas é efetuada na sequência da hierarquização dos projetos candidatos pelo mérito atribuído e em função da dotação orçamental disponível, garantindo a coerência e complementaridade entre os vários projetos e fontes de financiamento.



Quando num concurso se verificar que o valor do apoio comunitário referente ao investimento global proposto não excede a dotação orçamental comunitária, prevista no aviso de abertura, a decisão da EG sobre cada candidatura pode ser tomada isoladamente e comunicada ao respetivo candidato.

A EG comunica aos candidatos, no prazo fixado no correspondente aviso de abertura do concurso, o resultado da avaliação dos projetos, a decisão sobre o nível de comparticipação de apoio e o respetivo montante a conceder a cada candidato.

O acompanhamento e avaliação são efetuados pela EG, competindo-lhe avaliar o cumprimento dos objetivos, a análise e a avaliação do impacto da medida, nomeadamente através da elaboração de relatórios periódicos.

Para esta função, a EG é apoiada por uma comissão de acompanhamento, constituída por técnicos com experiência comprovada em marketing e promoção designados pelo Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, I.P., pelo Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira, I.P., pela Direção Regional dos Assuntos Comunitários da Agricultura dos Açores e pelas organizações representativas do setor.

11.3. Formalização da concessão do apoio

Os projetos aprovados tornam-se efetivos com a celebração de contrato escrito, estabelecido entre o beneficiário e IFAP, I.P.

Só são considerados beneficiários, os agentes económicos que, após aprovação do projeto, formalizam contrato com o IFAP, I.P.

A não celebração do contrato por razões imputáveis ao beneficiário, no prazo indicado pelo IFAP, I.P., pode determinar a caducidade da decisão de concessão de apoio.

11.4. Resolução do contrato

O contrato pode ser resolvido unilateralmente quando se verifique uma das seguintes condições:

- Incumprimento, por facto imputável ao beneficiário das suas obrigações, nomeadamente em relação aos prazos previstos para a execução do projeto e indicadores mínimos de execução;
- Não cumprimento, por facto imputável ao beneficiário, das respetivas obrigações legais e fiscais;



- Prestação de informações falsas sobre a situação do beneficiário ou viciação de dados fornecidos na apresentação, apreciação e acompanhamento da execução do projeto.

12. PAGAMENTOS

O apoio pode ser pago mediante apresentação de pedido de pagamento adiantado ou de pedido de pagamento intermédio, das despesas efetivamente realizadas e pagas.

Todavia, relativamente a cada fase de execução do projeto, admite-se que o beneficiário que tenha apresentado pedidos de pagamento intermédio possa solicitar, um pagamento adiantado cujo valor não exceda o montante do apoio a conceder na fase de execução em curso, descontado do montante já pago a título de pagamentos intermédios.

12.1. Formas de pagamento

Os pedidos de pagamentos podem assumir as seguintes formas:

12.1.1. Pagamento adiantado

O beneficiário pode apresentar ao IFAP, I. P., em cada fase de execução do projeto, um pedido de adiantamento até ao montante correspondente a 100% do apoio a conceder na fase em causa, descontado, se for caso disso, do montante já pago a título de pagamentos intermédios, mediante a entrega de uma garantia constituída a favor daquele organismo, de montante correspondente a 110% do adiantamento solicitado.

O adiantamento solicitado é pago no prazo máximo de um mês após a apresentação do pedido.

Para efeitos de regularização do adiantamento pago, o beneficiário deve apresentar ao IFAP, I.P., a documentação necessária definida por aquele organismo o mais tardar até quatro meses após a conclusão de cada fase de execução.

12.1.2. Pagamentos intermédios/reembolso das despesas realizadas e pagas

Os pedidos de pagamento intermédio são apresentados ao IFAP, I.P., nas condições definidas por aquele organismo, nos prazos fixados pela EG no aviso de abertura do concurso, que



podem ser adaptados por decisão da mesma caso se revele adequado para aumentar a eficácia da medida.

Os comprovativos das despesas efetivamente realizadas e pagas até à data de apresentação do pedido são apresentados ao IFAP, I.P.

O pagamento é efetuado no prazo máximo de dois meses após a apresentação do pedido.

12.1.3. Pagamento do saldo

O beneficiário deve apresentar ao IFAP, I.P., no prazo máximo de quatro meses após a conclusão do projeto, um pedido de pagamento de saldo.

O pagamento do saldo é efetuado no prazo máximo de dois meses após a apresentação do pedido.

12.2. Comprovativos de despesas realizadas e pagas

A apresentação de comprovativos de despesas realizadas e pagas são apresentados ao IFAP, I.P., nas condições e prazos por este definidos e devem incluir, nomeadamente:

- Mapa recapitulativo das ações executadas;
- Original das faturas e dos documentos comprovativos, correspondentes às despesas efetuadas, expressos em euros, classificados e catalogados de acordo com as diferentes rubricas orçamentais, conforme indicadas na proposta.

Todos os documentos comprovativos devem ser acompanhados da prova do pagamento efetivo do respetivo montante e incluir, pelo menos, os seguintes dados:

- Número de registo;
- Subcontratante ou fornecedor;
- Objeto da prestação e relação com a ação prevista;
- Data;
- Montante discriminado (excluído o IVA).

As datas a considerar para as taxas de câmbio de referência publicadas pelo Banco Central Europeu estão disponíveis no sítio do IFAP, I.P.



As taxas de câmbio do euro são publicadas no Jornal Oficial da União Europeia e estão disponíveis no sítio da Comissão (<http://eur-lex.europa.eu/pt/index.htm>).

13. COMUNICAÇÕES OBRIGATÓRIAS E RELATÓRIOS

13.1. Comunicações obrigatórias

Estas comunicações devem ser efetuadas dentro dos prazos estabelecidos, de forma a permitir a monitorização e coordenação das ações.

Os beneficiários devem transmitir à EG até 15 de Junho de cada ano, uma estimativa das despesas a efetuar até 15 de setembro, para efeitos do artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 555/2008, da Comissão, de 27 de Junho.

13.1.1. Comunicação prévia das ações a executar

Antes do início de cada trimestre, o beneficiário envia à EG, por projeto, um mapa com a calendarização das ações a executar no trimestre.

Qualquer modificação relevante ao conteúdo dos projetos deve ser comunicada à EG com antecedência necessária para que a mesma possa ser convenientemente apreciada, acompanhada de justificação que comprove que a modificação contribui de forma mais eficaz para atingir os objetivos previstos no projeto.

A EG procede, por ordem de entrada dos pedidos de modificação, à avaliação e decisão das modificações propostas, observando o disposto no 4.º parágrafo do artigo 4.º do Regulamento (CE) n.º 555/2008, da Comissão, de 27 de junho.

13.1.2. Comunicação da execução do projeto

Durante o mês seguinte ao final de cada trimestre, o beneficiário apresenta um mapa recapitulativo das ações executadas. No caso de não terem sido executadas quaisquer ações o mapa deve ser igualmente apresentado, fazendo referência à ausência de ações.

Esta disposição é aplicável a todos os beneficiários, independentemente da forma de pagamento.



13.2. Relatórios

13.2.1. Relatório semestral

Sem prejuízo das comunicações obrigatórias, cada beneficiário apresentará semestralmente um relatório à EG que descreva, por projeto, as ações realizadas, nos termos contratados, fornecendo dados pormenorizados sobre a sua execução e indicando, nomeadamente, informação preliminar relativa aos resultados e à avaliação das mesmas.

13.2.2. Relatório final

Após a conclusão do projeto, e em conjunto com o pedido de pagamento de saldo, o beneficiário deve apresentar à EG um relatório final suficientemente detalhado, designadamente no respeitante à avaliação dos custos e benefícios do projeto, objetivos alcançados, efeitos do projeto a longo prazo, nomeadamente no tocante à quantidade e qualidade de produtos, para responder à procura nos mercados, o qual deve incluir:

- Mapa recapitulativo das ações executadas;
- Análise global dos resultados obtidos e objetivos atingidos, incluindo se for o caso, evolução das vendas, preços, contratos efetuados, etc.;
- Aspetos positivos e negativos verificados na execução do projeto com a justificação das modificações introduzidas e resultados obtidos com as mesmas;
- Mapa recapitulativo financeiro, que destaque as despesas planificadas e as efetivamente realizadas e pagas, por mercado e por tipologia de ação.

14. REDUÇÕES, RECUPERAÇÃO E SANÇÕES

A resolução do contrato implica a devolução dos montantes já recebidos, no prazo de 30 dias úteis a contar da data da sua notificação, acrescidos de juros calculados à taxa indicada no contrato de concessão de apoio.

No caso de incumprimento do prazo de apresentação de pedido de pagamento adiantado, pedido de pagamento intermédio e pagamento do saldo, o montante de apoio a pagar é reduzido em 0,5% por mês de atraso, se a superação do prazo definido exceder um mês.



No caso de incumprimento das comunicações obrigatórias e relatórios, o saldo orçamental previsto para a fase de execução em causa é reduzido em 0,5% por mês de atraso, se a superação do prazo exceder um mês.

Quando se verifique que o beneficiário não comunicou à EG as alterações ou ocorrências relevantes que ponham em causa os pressupostos relativos à decisão de aprovação do projeto, a EG pode fixar uma redução sobre o montante de apoio previsto para a fase de execução em causa, correspondente a 2,5% do montante envolvido na modificação não comunicada.

A taxa de execução financeira mínima deve ser de 65% do apoio previsto para a fase em causa, verificada através do apuramento do apoio efetivamente pago pelo IFAP, I.P., até 15 de outubro de cada ano.

As situações de incumprimento implicam a redução do montante do apoio. Todavia se no final dessa fase do projeto a percentagem do apoio representar, pelo menos, 75%, a penalização não é aplicável.

ANEXO I

Determinação do Mérito dos projetos (MP)

Determinação do mérito do projeto		
Parâmetro	Ponderação	Indicadores
1. Impacto previsível do projeto para o objetivo estratégico	30	1. Objetivo de vendas volume/valor/ e incremento face à situação atual 2. Preço médio/litro por produto/marca, atual e objetivo
2. Enquadramento com os mercados-alvo	15	3. Mercado: ▪ Grupo I ▪ Grupo II ▪ Grupo III 4. Âmbito Nacional / Regional / Local
3. Estrutura do Plano de Marketing e sua coerência com os objetivos propostos	15	5. Estrutura do plano marketing ▪ Análise interna da empresa e do portfolio que pretende exportar ▪ Avaliação competitiva ▪ Análise do mercado e público-alvo e identificação de ameaças e oportunidades ▪ Objetivos de marketing ▪ Plano de ações, e sua calendarização ▪ Implementação, avaliação e controlo do plano 6. Coerência com os objetivos propostos ▪ Adequação das ações quantitativa e qualitativamente
4. Eficácia custo / benefício	15	7. Indicadores de otimização do investimento 8. Custo por contacto 9. Retorno do investimento
5. Abrangência do projeto	15	10. Número de entidades e marcas envolvidos e sua representatividade em termos de volume e valor dos produtos a exportar o Diretamente (nº de entidades proponentes) o Indiretamente (nº de entidades que potencialmente beneficiam da ação) 11. Abrangência da ação ▪ Tipos de promoção envolvidos (feiras, estudos, degustações, etc.) ▪ Integração e articulação das ações
6. Conhecimento do beneficiário do mercado-alvo	10	12. Características do mercado-alvo ▪ Estrutura e dinâmica do mercado, volume/valor, segmentos, players do mercado, produtos/marcas e sua evolução, canais de distribuição ▪ Estrutura e dinâmica do consumo, caracterização dos consumidores e identificação do consumidor-alvo, hábitos e tendências de consumo, relação com o produto / marcas, ...
TOTAL	100	



ANEXO II

Disposições complementares às despesas elegíveis

Categorias	Alínea do n.º 10.º	Disposições complementares
Despesas de execução das ações	a)	<ol style="list-style-type: none">1. As despesas relativas a deslocações/alojamento e estada devem obedecer aos seguintes requisitos:<ol style="list-style-type: none">a) As viagens de avião devem ser comprovadas com o cartão de embarque, sendo reembolsável o valor correspondente à viagem em classe económica, até um máximo de 1.600 € por viagem;b) O alojamento e estada devem respeitar ao número de dias necessários para a execução da ação, sendo reembolsável um máximo de 180 € por dia de alojamento e de 90 € por dia para cobertura de despesas de alimentação e de deslocação local, apurados pelo montante diário médio calculado em função dos comprovativos de despesa.2. As despesas de transporte dos bens e dos produtos a promover incluem todos os custos relacionados com o transporte físico e seguros.
Outras despesas relacionadas com a realização das ações	b)	<ol style="list-style-type: none">3. Despesas de reuniões e de viagens em grupo Os documentos comprovativos devem ser acompanhados da lista de presenças. No caso de despesas com hotéis e de despesas de alimentação os comprovativos devem indicar os nomes dos participantes e respetivas funções.4. Material e equipamento, deve ser utilizado preferencialmente em regime de locação, exceto se a compra for mais vantajosa ou a locação impossível, observando-se o seguinte:<ol style="list-style-type: none">4.1. Despesas com material não duradouro: Materiais, bens ou equipamentos com duração inferior à dos trabalhos definidos na ação e não sejam considerados imobilizações, de acordo com os princípios, regras e métodos de contabilidade vigentes em Portugal.4.2. Despesas com material duradouro: Materiais, bens ou equipamento com duração igual ou superior à dos trabalhos definidos na ação e sejam considerados imobilizações, de acordo com os princípios, regras e métodos de contabilidade vigentes em Portugal. O valor da despesa deve considerar a taxa de utilização desse material durante o período da ação.4.3. Custos de utilização informática, tais como tempo de conexão, tempo de unidade central, linhas impressas e pagamento de serviços.5. As despesas de publicação e divulgação incluem, nomeadamente, trabalhos de edição, tradução e divulgação das publicações e do material audiovisual.
Despesas do organismo de execução	d)	<ol style="list-style-type: none">6. As despesas do organismo de execução devem ser documentadas de acordo com os seguintes requisitos:<ol style="list-style-type: none">a) Ser apresentadas com base no respetivo custo horário, por ação, por mês, por categoria de pessoal e por pessoa, devendo ser indicados a duração da prestação, o custo unitário e o custo total.b) Estar demonstradas em mapa de serviço individual, onde constem o local da prestação do serviço, a relação do serviço com a ação programada e o número de horas diárias. A conformidade deste mapa deve ser certificada mensalmente por um responsável do organismo de execução.7. As despesas relativas a deslocações/alojamento e estada devem obedecer aos requisitos estabelecidos no ponto 1. deste anexo.
Despesas gerais do beneficiário	e)	<ol style="list-style-type: none">8. As despesas gerais do beneficiário incluem os custos administrativos e de coordenação, diretamente relacionados com a gestão do projeto, tais como secretariado, contabilidade, correspondência, arrendamento, comunicações e consumos correntes. Quando aplicável, estes custos são calculados com base nos princípios, regras e métodos contabilísticos vigentes em Portugal.9. As despesas relativas a deslocações/alojamento e estada devem obedecer aos requisitos estabelecidos no ponto 1. deste anexo.