



# Promozione dei prodotti agricoli

## Regolamento (UE) N° 1144/2014

*Regione Sicilia Ufficio di Bruxelles*  
*18 gennaio 2019*

*Vincenza Ferrucci - Responsabile progetti*  
**CHAFAE.D**

**Presentazione generale della politica di promozione e del suo funzionamento**

**Programma di lavoro annuale**

**Inviti a presentare proposte 2019**

**Supporti disponibili per i candidati**

## Politica di promozione – Quadro legale

### Quadro legale

Regolamento (EU) No 1144/2014

In applicazione dal 1° dicembre 2015

### Regolamento delegato e di esecuzione

Regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione

Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione

### Ogni anno

- Programma annuale di lavoro
- Inviti a presentare proposte

## Limitazione di responsabilità

Questa presentazione ha per obiettivo di facilitare la lettura dei vari atti legislativi che costituiscono il nuovo regime della promozione.  
NON è in alcun modo da intendere come un'interpretazione legale della legislazione in vigore.

# Un aumento della pressione sul settore agricolo dell'UE

## Sfide

### **Agguerrita concorrenza contro i prodotti agricoli europei**

- Una maggiore liberalizzazione degli scambi (FTA)
- La crescente globalizzazione dell'economia mondiale
- Politiche di promozione di concorrenti dell'UE
- Abolizione delle restituzioni all'esportazione

### **Aumento dei costi - pressione sull'economia agricola dell'UE**

- Graduale aumento dei prezzi agricoli / forte aumento dei prezzi dell'energia e dei fertilizzanti
- Norme di produzione più rigorose
- Rafforzamento dei requisiti relativi all'ambiente e ai cambiamenti climatici

### **Mancanza di consapevolezza sulle qualità dei prodotti agricoli dell'UE**

- Solo il 18 % dei consumatori europei è in grado di riconoscere i loghi delle DOP e delle IGP

## Cosa c'è di nuovo nella riforma per conseguire gli obiettivi?

**Mirati sul valore aggiunto europeo**



**Allinearsi alle esigenze del settore**



**Maggiore efficacia**

**Chiare priorità stabilite annualmente** — programma di lavoro

Incrementare le campagne di promozione nei **mercati dei paesi terzi**

Rafforzare la **cooperazione tra operatori di diversi Stati membri** attraverso programmi multi

I tassi di cofinanziamento UE — un **incentivo importante**

Estensione a **nuovi beneficiari**

**Più ampio elenco di prodotti** ammissibili, compresi i prodotti trasformati

Riconoscimento dell'importanza strategica dei **marchi** e dell'**origine**

Reazione in caso di **crisi**

Servizi di **supporto tecnico**

**Nuovo processo di selezione** più rapido e valutazione esclusivamente a livello di Commissione tramite esperti esterni

**Fine del cofinanziamento nazionale**

**Semplificazione della procedura** amministrativa per i programmi **multi: gestiti direttamente dalla Commissione**

Delega ad una **Agenzia esecutiva ad hoc**

**Aumento del budget UE: a 200 milioni di euro**

## Prodotti e regimi ammissibili



- ✓ **Tutti i prodotti agricoli ammissibili escluso il tabacco**
- ✓ **Aperto a certi prodotti trasformati elencati nell'allegato del regolamento (birra, cioccolato, paste alimentari, granturco dolce, cotone, ecc.)**
- ✓ **Le bevande spiritose IGP**

### ✓ **Vino:**

- I programmi semplici = approccio "paniere"
- I programmi multi = vino da solo possibile
- Per il mercato interno = informazioni sui regimi di qualità + consumo responsabile

- ✓ **I prodotti della pesca e dell'acquacoltura:**  
approccio "paniere"

- ✓ **Sistemi di qualità dell'UE (IGP, DOP, STG),**  
agricoltura biologica, RUP, **regimi di qualità nazionali**

Un più ampio elenco di prodotti ammissibili, compresi i prodotti trasformati.

Coerente con le altre misure di promozione della PAC e della politica dell'UE sul consumo di alcol

## Organizzazioni proponenti



✓ **Organizzazioni professionali o interprofessionali** rappresentative del settore o dei settori interessati a livello degli Stati membri

✓ Organizzazioni professionali o interprofessionali a livello dell'UE

✓ **Organizzazioni di produttori (OP – AOP)**

✓ **Organismi con "missione di servizio pubblico"** incaricato della promozione dei prodotti agricoli (esempio: Camere dell'agricoltura, ecc.)

Chiarimento dello status di beneficiari

Nuovi beneficiari coerenti con il regolamento OCM Unica dopo il 2013



## Le organizzazioni proponenti e l'atto delegato

- ✓ Devono essere **rappresentative** del settore o prodotto/i promosso/i
  1. Organizzazioni professionali o interprofessionali:
    - Regola del 50 %;
    - Organizzazioni interprofessionali riconosciute dallo Stato membro
  2. Gruppi — IG: Regola del 50 %
  3. Organizzazioni di produttori riconosciute dallo Stato membro
  4. Organismi del settore agroalimentare:
    - Rappresentanti di tale prodotto o del settore tra i suoi membri;
    - Eccezione: Programmi realizzati in seguito a un calo di fiducia dei consumatori
  
- ✓ **< 50 %: Flessibilità** – sono possibili soglie inferiori se circostanze specifiche che giustifichino il trattamento delle organizzazioni proponenti come rappresentative
  
- ✓ **No ad un sostegno permanente**: Un'organizzazione proponente non può ricevere un sostegno per i programmi di informazione e di promozione per lo stesso prodotto o sistema, realizzate nello stesso mercato geografico per più di due volte consecutive.

## Cos'è un programma di promozione

Un **insieme coerente di attività** che possono comprendere campagne pubblicitarie stampa, Tv, radio o Internet, promozioni nei punto vendita, pubbliche relazioni, partecipazione a mostre/fiere e tutta una serie di altre attività.

Si può trattare di una campagna B2B o B2C.

Deve essere implementato per **un periodo di almeno un anno ma non superiore a tre.**

**Cofinanziato** tra il 70% e l'85% (vedi in seguito).

## Attività ammissibili

### **Elenco indicativo delle tipologie d'attività ammissibili:**

Gestione del progetto

Relazioni pubbliche (azioni di PR, eventi stampa)

Sito web, social media

Pubblicità (stampa, TV, radio, servizi online, attività in ambienti esterni, cinema)

Strumenti di comunicazione

Eventi (stand in fiere, seminari, workshop, incontri B2B, ...)

Promozione presso i punti vendita

## Come comunicare sui prodotti e regimi ammissibili (atto delegato)



- ✓ Messaggio europeo principale (UE)
- ✓ Nel mercato interno, per i **regimi di cui all'articolo 5, paragrafo 4**, del regolamento (UE) n. 1144/2014:
  - Concentrarsi sul/sui regime/i nel principale messaggio europeo
  - Uno o più prodotti possono illustrare il regime/sistema promosso
  - I prodotti devono apparire come un messaggio secondario rispetto al principale messaggio europeo



# Promozione generica dell'UE - riconoscimento dell'importanza strategica dei marchi e dell'origine (1/2)

## Menzione dell'origine

✓ Mercato interno: sempre secondaria rispetto al principale messaggio UE della campagna

✓ Mercato di un paese terzo – la menzione può figurare su un piano di parità rispetto al principale messaggio UE della campagna

✓ I prodotti di qualità UE (DOP, IGP,...): la loro origine, così come registrata nella loro denominazione, può essere indicata senza alcuna restrizione

## Non ammessi: i programmi che incoraggiano la preferenza all'acquisto di prodotti sulla base di un'origine nazionale



**La menzione dell'origine completa il messaggio Europeo principale**

- Articolo 34 del TFUE
- Caso 249/81, Commissione contro Irlanda, Racc. [1982] 4005

## Origine e l'atto di esecuzione

- ✓La menzione dell'origine è limitata a supporti visivi
- ✓Riferimenti espliciti o impliciti
- ✓Non deve deviare o indurre in errore rispetto al messaggio dell'Unione
- ✓L'indicazione di origine dovrebbe essere **l'origine nazionale o l'origine comune sovranazionale**
- ✓**Regimi di qualità dell'UE** che fanno riferimento all'origine possono indicare la loro origine senza alcuna restrizione specifica
- ✓**Logo RUP** può indicare il nome delle regioni ultra-periferiche nei relativi simboli grafici
- ✓**I regimi di qualità nazionali** che fanno riferimento all'origine possono menzionare tale origine, a condizione che:
  - Nel mercato interno - è secondaria rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna,
  - Nei paesi terzi - possono essere su un piano di parità rispetto al principale messaggio dell'Unione della campagna

# Esempi di presentazione dell'origine

## Mercato interno

## Paesi terzi





## Esempio mercato interno: DOP/IGP/STG



Discover the **ORIGIN**

Bourgogne Wines  
Parma Ham  
Douro Wines,  
Parmigiano-  
Reggiano Cheese  
Porto

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE

Campagne financée avec le concours  
de l'Union Européenne

The poster features a central image of wine glasses and cheese. It includes the European Union Protected Designation of Origin (DOP) logo, the text 'Discover the ORIGIN', a list of products, the 'ENJOY IT'S FROM EUROPE' slogan, and the European Commission logo. At the bottom, it mentions 'Campagne financée avec le concours de l'Union Européenne' and shows the flags of Italy, France, and Portugal.

[www.pdoppi.eu](http://www.pdoppi.eu)

<https://www.facebook.com/fruitsetlegumesaopigp/>

## Promozione generica dell'UE - riconoscimento dell'importanza strategica dei marchi e dell'origine (2/2)

### Visibilità dei **marchi**

- ✓ Ogni marchio ugualmente visibile
- ✓ Presentazione grafica - formato ridotto rispetto al principale messaggio UE della campagna europea
- ✓ In generale, numerosi marchi devono essere presentati

## Marchi e l'atto di esecuzione

- ✓ "Brands" : Marchi commerciali ("trademarks")
- ✓ I marchi possono essere indicati solo per alcuni tipi di azioni:
  - Manifestazioni, eventi B2B, fiere, degustazioni
  - Siti Internet
- ✓ Una giustificazione del motivo per cui la menzione dei marchi è necessaria al fine di conseguire gli obiettivi della campagna, da presentare nella domanda di finanziamento
- ✓ Parità di visibilità e in una parte distinta del visual rispetto al principale messaggio UE
- ✓ Minimo di **5 marchi** & massimo **del 5 % della superficie totale** del materiale promozionale
- ✓ Condizioni di deroga al numero minimo di 5:
  - Meno marchi prodotti nel settore; nonché
  - Non è possibile costruire un programma multiprodotto o multinazionale dovendo assicurare almeno 5 marchi

## Marchi: esempio di un poster

Banner con 5 marchi sotto il logo dell'organizzazione proponente, emblema UE e firma "Enjoy it's from Europe"



***Solo a titolo di esempio sul modo in cui i marchi possono comparire. Ogni programma cofinanziato UE deve rispettare tutte le condizioni di ammissibilità stabilite nel regolamento sulla politica di promozione.***

## Marchi: esempio di uno stand

Corner individuali, ma identici per ciascun rappresentante di marchi

Stesse dimensioni dei nomi dei marchi — secondari rispetto al messaggio dell'UE



***Solo a titolo di esempio sul modo in cui i marchi possono essere presentati. Ogni programma cofinanziato UE deve rispettare tutte le condizioni di ammissibilità stabilite nel regolamento sulla politica di promozione.***

## Vari tipi di azioni

### *Programmi di informazione e di promozione:*

- ✓ Durata: 1 a 3 anni
- ✓ Presentata da organizzazioni proponenti
- ✓ **I programmi semplici:** uno o più OP dello stesso Stato membro
- ✓ **I programmi multi:** Varie OP di diversi Stati membri + organizzazioni dell'UE



**Sovvenzioni**

### *Le iniziative della Commissione*

- ✓ Le azioni di informazione e di promozione:
  - ❖ Missioni ad alto livello
  - ❖ Partecipazione a fiere
  - ❖ Proprie campagne
- ✓ Servizi di supporto tecnico



**Appalti**

## FOCUS: I programmi semplici

- ✓ Devono essere di dimensioni sufficienti
- ✓ Nel **mercato interno** dovranno essere attuati:
  - In almeno **2 Stati membri**, o
  - In uno Stato membro diverso da quello di origine dell'organizzazione proponente [regola transnazionale]
- ✓ La **regola transnazionale non si applica ai programmi:**
  - sui **regimi di qualità dell'Unione** (punti a, b, c dell'articolo 5.4)
  - miranti a trasmettere un messaggio sulle "**proper dietary practices**" (Libro Bianco CE - COM(2007)279)

## Tassi di cofinanziamento

Fine del cofinanziamento nazionale

Nuove percentuali di cofinanziamento dell'UE



	Tipo di programma:	
	Semplice	Multi
Mercato interno	70 %	<b>80 %</b>
<b>Mercato esterno</b>	<b>80 %</b>	<b>80 %</b>
In caso di crisi	85 %	85 %

+ 5 % per gli Stati membri che beneficiano di assistenza finanziaria



## Gestione dei programmi : semplificazione!

👉 **I programmi multi gestiti direttamente dalla CE/Chafea**

👉 **I programmi semplici dallo Stato membro**

- **Modalità di applicazione semplificate per i programmi semplici:**
  - Non occorre più presentare le garanzie di buona esecuzione
  - Controllo delle immagini (visuals) nella relazione tecnica periodica che accompagna ogni richiesta di pagamento e non tramite un'approvazione ex ante da parte dello Stato Membro
  - Flessibilità per quanto riguarda l'avvio dell'attuazione del programma, ossia fino a 6 mesi dopo la conclusione del contratto
  - Anticipo: del 20 % del contributo totale dell'UE per il programma
  - Garanzia per erogazione anticipo limitata al 100 %
  - Certificato di Audit sui rendiconti finanziari se più di 325 000 euro (semplici) o 150 000 euro (multi)
  - I costi delle garanzie e del certificato di audit saranno ammissibili

### **Una migliore valutazione dell'impatto**

- "Tool kit" di indicatori
- Standardizzazione delle giustificazioni/rendicontazioni

## Delega alla Agenzia Esecutiva Chafea

- ✓Delega all'Agenzia dei consumatori, della salute, dell'agricoltura e della sicurezza alimentare (**Chafea**) — Decisione n. 2014/927/UE
- ✓Con sede a Lussemburgo

### ***Il motivo per il quale un'agenzia esecutiva?***

- ✓Esperienza e specializzazione nella gestione di progetti
- ✓Miglioramento della prestazione di servizi
- ✓Efficienza costi
- ✓Aumentare la visibilità dell'UE

## Nuovi servizi di sostegno tecnico forniti dalla Commissione/CHAFEA

### ***Come esempio:***

- ✓ Aiutare le organizzazioni proponenti a definire i loro programmi e attuarli in modo efficace
- ✓ Creare una piattaforma di scambio — creare contatti tra le organizzazioni proponenti (ad esempio rilevare interesse nello svolgimento di un programma multiplo)
- ✓ L'organizzazione di attività di formazione, conferenze per uno scambio di opinioni e metodologie
- ✓ Aiutare gli operatori a sviluppare le loro attività di esportazione

**PHEA**  
HP  
2005  
Public Health  
Executive Agency

~~PHEA~~ **EAHC**  
HP CP BTSF  
2008  
Executive Agency for  
Health and Consumers

~~EAHC~~ **Chafea**  
HP CP BTSF  
December 2013  
JANUARY 2014  
Consumers, Health and  
Food Executive Agency

**Chafea**  
HP CP BTSF AGRI  
DECEMBER 2014  
Consumers, Health, Agriculture  
and Food Executive Agency

Agency's mandate  
extended until 2024

Parent Directorates General:  
SANTE – GROW – JUST – and  
**AGRI**

### CHAFEA IMPLEMENTS

EU HEALTH PROGRAMME

CONSUMER PROGRAMME

BETTER TRAINING FOR  
SAFER FOOD INITIATIVE

**PROMOTION OF  
AGRICULTURAL  
PRODUCTS**

### Tasks related to co-financed promotion programmes

- Publication of calls for proposals
- Q&A concerning the call (helpdesk)
- Evaluation of proposals
- Awarding grants for multi programmes
- Management of multi programmes

# The new EU policy for the promotion of Agricultural products

## BENEFICIARIES



Trade and inter-trade organisations representative of the sector.



Producers' organisations and their associations recognised by the Member State.



Producers' groups within the meaning of Art. 3 of Reg. 1151/2012 on quality schemes.



Agri-food bodies with a mission of public interest in charge of promotion of agricultural products.

## TARGET MARKET



Priority is given to programmes targeting non-EU countries with a special focus on those markets that have the highest growth potential.

## BUDGET

**200.000.000€**

The EU contribution is estimated to gradually rise to 200 M€ per year by 2019.

## ELIGIBLE PRODUCTS AND SCHEMES



All agricultural products of annex I to the TFEU, excluding tobacco. Certain transformed products, such as beer, chocolate, bread and pastry, pasta, salt, sweet corn and cotton.



Spirit drinks with geographical indication.



Wine associated with (an)other product(s)



EU and national quality schemes.



Fisheries products if associated with (an)other product(s).

## SIMPLE PROGRAMMES IN THE INTERNAL MARKET



Implemented in at least two Member States or in one Member State if different from the Member State of origin of the proposing organisation(s).  
Exceptions for Union quality schemes and message which concerns proper dietary practices.

## MENTIONING OF ORIGIN AND VISIBILITY OF BRANDS

Under certain conditions, it is possible to mention the origin of products and give visibility to brands. The origin of products can be mentioned if:

on the internal market, the product origin is secondary to the main message of the campaign;

in non-EU countries, the product origin is presented at the same level of the European message.



Brands may only be displayed during demonstrations and tastings, and on the printed material distributed at those events, in a small banner displaying a minimum five brands.

## CO-FINANCING RATE

The new policy sets higher rates compared to the previous regime:



For simple programmes implemented within the EU the EU co-financing rate is 70%.



For multi programmes and simple programmes targeting third countries the EU co-financing rate is 80%.



For programmes in case of serious market disturbance the EU co-financing rate is 85%.

A 5% top-up applies for beneficiaries from Member States under financial assistance. The rest is financed exclusively by the proposing organisation.

# Programma di lavoro annuale 2019

## Che cos'è il programma annuale di lavoro ?

Lo strumento per definire la strategia di promozione

=> Una politica di promozione dinamica

Con l'input del settore

=> Una politica in linea coi bisogni del settore

Definisce le priorità con un budget ad hoc

=> Priorità ponderate ma con una certa flessibilità

Approvazione annuale

=> Adattamenti annuali possibili

## Come sono individuate le priorità annuali?

- Gli obiettivi del Regolamento stesso: **(i) aumentare il numero di attività destinate a paesi terzi in cui c'è il più alto potenziale di crescita e (ii) sul mercato interno, informare i consumatori degli elevati standard dei prodotti dell'Unione, in particolare dei marchi di qualità dell'UE;**
- Per i paesi terzi, un'analisi macroeconomica sul previsto aumento delle importazioni sui mercati esistenti o emergenti, nonché una valutazione della politica in materia di accordi di libero scambio (FTAs) o della rimozione delle barriere sanitarie e fitosanitarie (SPS);
- Contributi dagli stakeholders consultati attraverso il Gruppo di Dialogo Civile sulla Qualità e la Promozione;
- Contributi dagli Stati Membri;
- Risultati dell'invito a presentare proposte degli anni passati e delle missioni di alto livello.



## Programma di lavoro comporta annualmente delle **NOVITA' o LINEE SPECIFICHE**

- **+12,5 M €** rispetto al 2018 per i programmi multi
- Allocazioni specifiche per il 2019:
  - sul mercato interno: a favore dell'aumento del consumo di ortofrutta fresca promuovendo le corrette pratiche alimentari / per le campagne che mirano a sottolineare la sostenibilità della produzione di riso.
  - sui Paesi terzi: a favore delle olive da tavola e del settore delle carni bovine
- Accento messo su:
  - **regimi di qualità europea sul mercato interno**
  - **programmi semplici e multipli sui paesi terzi**

# Programma di lavoro 2019 – priorità e budget

## Programmi semplici

**APERTO**

PROGRAMMI SEMPLICI	%	Mio EUR
<b><u>Mercato Interno</u></b>	20%	20
<b>TOPIC 1.</b> Regimi di qualità dell'UE (DOP, IGP, STG, BIO, RUP)		12
<b>TOPIC 2.</b> Generico sulle specificità dei metodi di produzione caratteristiche dei prodotti UE		8
<b><u>Paesi Terzi</u></b>	75%	75
<b>TOPIC 3.</b> Cina, Giappone, Corea Sud, Taiwan, Sud-Est Asiatico, Asia meridionale		25.25
<b>TOPIC 4.</b> Canada, USA, Messico, Colombia		22
<b>TOPIC 5.</b> Altre aree geografiche		25.25
<b>TOPIC 6.</b> Olive da tavola		2.5
<b>Crisi e perturbazioni di mercato</b>	5%	5
<b>Totale programmi SEMPLICI</b>	<b>100%</b>	<b>100</b>

# Programma di lavoro 2019 - priorità e budget

## Programmi multipli

**APERTO**

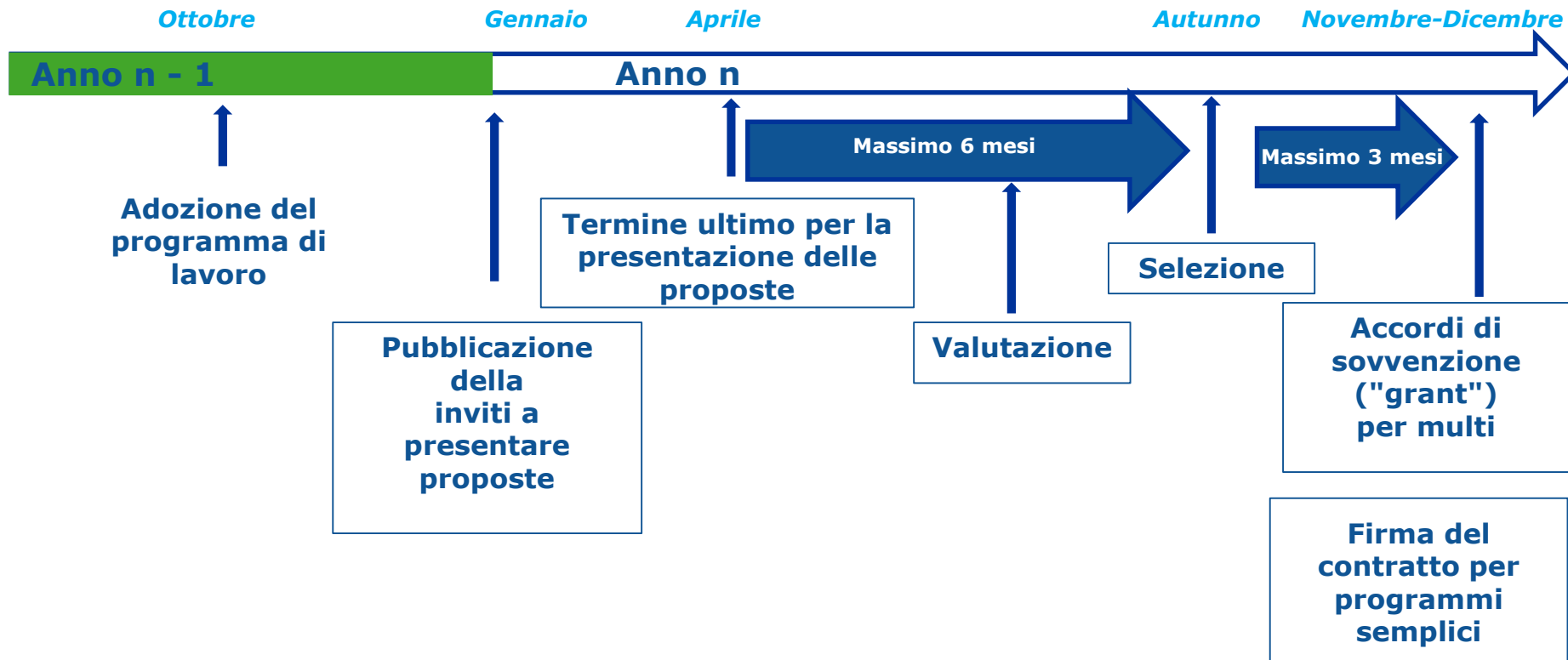
PROGRAMMI MULTIPLI	%	Mio EUR
<b>Mercato Interno</b>	47,3%	43.3
<b>TOPIC A.</b> Programmi sui regimi di qualità dell'UE (DOP, IGP,BIO e RUP) o programmi sulle specificità dei metodi di produzione e caratteristiche dei prodotti dell'UE o programmi su altri regimi di qualità		32.8
<b>TOPIC B.</b> Programmi sull'aumento del consumo di ortofrutta fresca nell'ambito di pratiche alimentari equilibrate		8
<b>TOPIC C.</b> Sostenibilità produzione di riso		2.5
<b>Paesi Terzi</b>	47.3%	43.3
<b>TOPIC D.</b> Programmi sui paesi terzi sui regimi di qualità UE o sulle specificità e caratteristiche dei prodotti UE		38.5
<b>TOPIC E.</b> Programmi sui paesi terzi per le carni bovine		2.5
<b>Crisi e perturbazioni di mercato</b>	5,4%	5
<b>Totale programmi MULTIPLI</b>	<b>100%</b>	<b>91.6</b>

# Inviti a presentare proposte 2019

## Inviti a presentare proposte

- 2 inviti **programmi semplici e multipli** pubblicati in gennaio (15.01.2019) nella [Gazzetta ufficiale dell'Unione europea](#)
- Disponibili in tutte le lingue ufficiali dell'UE
- Termine per la presentazione delle domande:  
**16 aprile 2019 - 17:00**
- Presentazione on-line delle proposte

## Calendario tipo



## Regime linguistico : proposte

in una delle lingue ufficiali dell'UE ma... i candidati sono invitati a presentare la loro proposta		
MULTIPLI	in inglese	
SEMPLICI	Nella lingua dello Stato Membro	in inglese se lo Stato membro interessato ha manifestato il suo accordo a firmare la convenzione di sovvenzione con il programma allegato in lingua inglese (*): BE, CZ, DK, EL, FI, HR, HU, IE, CY, LT, LU, MT, SE, PT
In tutti i casi	Con una traduzione in inglese della parte tecnica (parte B) per facilitarne l'esame	

(\* ) lista aggiornata: [http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/member-states/national-competent-authorities/competent-authorities\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/member-states/national-competent-authorities/competent-authorities_en.pdf)

## Regime linguistico: documenti

- **Inviti** in tutte le lingue ufficiali
- **Guide per i richiedenti:**
  - Programmi semplici – tutte le lingue ufficiali
  - Programmi multipli – solo inglese
- **Modello di convenzione** di sovvenzione
  - Programmi semplici – tutte le lingue ufficiali
  - Programmi multipli – solo inglese

<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/how-to-participate/reference-documents>



# **Criteria per la valutazione dei progetti**

## Valutazione

- Le proposte che non soddisfano i criteri di ammissibilità, di selezione o di esclusione, o che non raggiungono la soglia di qualità (per uno dei criteri di aggiudicazione) saranno respinte
- Graduatoria separata stabilita per ciascuno dei temi prioritari
- Tutte le proposte ammissibili sono classificate secondo il punteggio totale ottenuto. Alla proposta o alle proposte con il punteggio più elevato verrà concesso un cofinanziamento, in funzione della disponibilità del budget
- Le proposte rimanenti con punteggio più alto saranno messe sulla lista di riserva (e potrebbero essere finanziate se fondi supplementari diventano disponibili), le altre saranno respinte.

## Criteri di esclusione (sez. 7 dell'invito)

### Esempi:

- (a) l'operatore economico è in stato di fallimento;
- (b) è stato accertato da una sentenza definitiva o decisione amministrativa definitiva che l'operatore economico non ha ottemperato agli obblighi relativi al pagamento d'imposte e tasse o agli obblighi relativi al pagamento dei contributi previdenziali e assistenziali;
- (c) è stato accertato da una sentenza definitiva o decisione amministrativa definitiva che l'operatore economico si è reso colpevole di gravi illeciti professionali.

## Criteri di selezione (sez. 8 dell'invito)

### ➤ **Capacità finanziaria**

I richiedenti devono disporre di fonti di finanziamento solide e sufficienti a mantenere l'attività per tutto il periodo di esecuzione dell'azione e a partecipare al finanziamento della stessa.

- Conti annuali per ultimo esercizio finanziario
- Modulo sulla capacità finanziaria
- Audit di un revisore esterno (se contributo richiesto  $\geq$  750 000 euro)
- In caso di nuove entità, occorre presentare un piano economico

### ➤ **Capacità operativa**

I richiedenti devono possedere le qualifiche professionali necessarie a portare a termine l'azione.

È necessario attestare esperienza nell'esecuzione di azioni di informazione e di promozione:

- Almeno una persona fisica per la coordinazione del progetto
- Il coordinatore deve giustificare di almeno 3 anni di esperienza

# Criteria di aggiudicazione (sez. 9 dell'invito)

## 1 – Dimensione UE

- a) Pertinenza delle azioni di informazione e di promozione proposte in relazione a:
  - gli obiettivi generali e specifici di cui all'articolo 2 del regolamento (UE) n. 1144/2014 e agli scopi di cui all'articolo 3 del medesimo regolamento,
  - le priorità, gli obiettivi ed i risultati attesi previsti per la priorità tematica pertinente
- b) Messaggio europeo della campagna
- c) Impatto del progetto a livello dell'Unione europea

## 2 – Qualità tecnica del progetto

- a) Qualità e pertinenza dell'analisi di mercato
- b) Coerenza della strategia, degli obiettivi e dei messaggi chiave del programma
- c) Scelta adeguata delle attività in merito a obiettivi e strategia del programma, formula comunicativa adeguata, sinergia tra le attività
- d) Descrizione sintetica delle attività e "*deliverables*"
- e) Qualità dei metodi di valutazione e degli indicatori proposti

# Criteri di aggiudicazione

## 3 – Qualità della gestione

- a) Organizzazione del progetto e struttura della gestione
- b) Meccanismi di controllo della qualità e gestione del rischio

## 4 - Bilancio preventivo e rapporto costi/benefici

- a) Ritorno sugli investimenti
- b) Ripartizione equilibrata del bilancio in relazione agli obiettivi e al campo di applicazione delle attività
- c) Chiara descrizione dei costi stimati e accuratezza del bilancio
- d) Coerenza tra i costi stimati ed i "*deliverables*" da fornire
- e) Stima realistica dei costi di coordinamento e delle attività direttamente realizzate dall'organizzazione proponente, compresi i numeri di persone/giorni e la relativa tariffa

## Criteri di aggiudicazione

<b>Criteri</b>	<b>Punteggio massimo</b>	<b>Soglia di ammissione</b>
1. Dimensione UE	20	14
2. Qualità della proposta tecnica	40	24
3. Qualità della gestione del progetto	10	6
4. Bilancio e rapporto costi/benefici	30	18
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>	<b>62</b>

# Cause di rifiuto

## Candidature inammissibili 1/2

- Seppur il numero delle proposte inammissibili diminuisce di anno in anno, sembra che i **criteri di ammissibilità** siano difficili da comprendere pienamente > i candidati devono analizzare attentamente tali condizioni presenti al titolo 6 dell'invito a presentare proposte.
- Sono considerate inammissibili le candidature con allegati obbligatori e documenti giustificativi non presenti
- Candidati non eleggibili: organizzazione candidata non eleggibile o non rappresentativa del prodotto o del settore promosso, società private che fungono da co-richiedenti, richiedenti non UE
- Proposte inviate via e-mail dopo la scadenza



# Cause di rifiuto

## Candidature inammissibili 2/2

- Proposte fuori campo: ad es. un progetto che non promuove un prodotto o uno regime non ammissibile
- Prodotti o tipi di attività non ammissibili: vino promosso in programma semplice non associato ad un altro prodotto, attività promozionali rivolte ai consumatori per vino o alcolici sul mercato interno, etc.
- Nessuna dimensione significativa in termini d'impatto transfrontaliero (art. 3.1 b) regolamento UE 2015/1829): programmi semplici che non promuovono regimi di qualità dell'UE o pratiche alimentari equilibrate proposti ad attuazione nel solo Stato membro del richiedente

# Come viene definita la qualità di una proposta?

- La qualità di tutte le proposte ammissibili è valutata in base ai **criteri di aggiudicazione** / *Award criteria (allegato VII o VI delle guide per i partecipanti)*
- Assicurarsi di prendere in considerazione e rispondere a **tutti i sotto-criteri richiesti**
- I progetti presentati all'interno dello stesso tema competono in base ai punteggi ottenuti sulla "qualità del progetto"

**Italia**  
**2018:** numero di  
 candidature semplici  
 molto alto (31)

Member State	Number of proposals	Total budget	Requested grant	Share of total requested grant
Belgium	8	11,730,558	8,736,750	4.1%
Bulgaria	3	10,010,444	7,643,908	3.5%
Czech Republic	3	6,531,624	4,665,729	2.2%
Germany	7	7,519,549	4,187,032	1.9%
Denmark	1	4,755,088	3,804,070	1.8%
Greece	22	43,292,622	34,129,259	15.8%
Spain	14	28,825,845	20,605,748	9.6%
Finland	2	4,385,818	3,370,997	1.6%
France	20	34,662,169	26,982,843	12.5%
Ireland	6	12,490,424	9,512,037	4.4%
<b>Italy</b>	<b>31</b>	<b>73,611,947</b>	<b>56,338,119</b>	<b>26.1%</b>
Lithuania	5	8,987,573	6,861,712	3.2%
Latvia	1	937,445	749,956	0.3%
Netherlands	1	1,199,979	839,986	0.4%
Poland	9	20,396,211	15,868,643	7.4%
Portugal	5	5,450,870	4,150,600	1.9%
Romania	2	2,768,261	2,214,609	1.0%
Slovenia	5	3,207,675	2,245,372	1.0%
UK	1	3,742,359	2,619,652	1.2%
<b>Grand Total</b>	<b>146</b>	<b>284,506,464</b>	<b>215,527,021</b>	<b>100.0%</b>

# Supporti disponibili per i candidati

## Links utili

- Funding & Tenders Portal (nuovo portale unico per i partecipanti)  
<https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/programmes/agrip>
- Sito web Chafea :  
<https://ec.europa.eu/chafea/agri/>  
<http://agripromotion.eu>
- Chafea helpdesk: [chafea-agri-calls@ec.europa.eu](mailto:chafea-agri-calls@ec.europa.eu)



The Funding & Tenders Portal is the entry point (the Single Electronic Data Interchange Area) for participants and experts in funding programme tenders managed by the European Commission and other EU bodies.

## Find calls for proposals and tenders

Search calls for proposals and tenders by keywords, programmes...

Calls for proposals by EU Programme							
3rd Health Programme (3HP)	Asylum, Migration and Integration Fund (AMIF)	Consumer Programme (CP)	Creative Europe (CREA)	Erasmus+ Programme (EPLUS)	European Maritime and Fisheries Fund (EMFF)	European Statistics (ESTAT)	HERCULE III (H)
Horizon 2020 Framework Programme (H2020)	Internal Security Fund Borders and Visa (ISFB)	Internal Security Fund Police (ISFP)	Justice Programme (JUST)	Pilot Projects and Preparatory Actions (PPPA)	Programme for the Competitiveness of Enterprises and small and medium-sized enterprises (COSME)	<b>Promotion of Agricultural Products (AGRIP)</b>	Research Fund Steel (RFCS)

Funding opportunities



**AGRIP**  
Promotion of Agri Products



Create an account



Registrarsi

European  
Commission

### Participant Register



If you want to participate in a project proposal, your organisation needs to be registered and have a 9-digit Participant Identification Code (PIC). Please quote your PIC in all correspondence with the Commission.

The register contains all participants of EU programmes.

### Is your organisation already registered? PIC search

Please check whether your organisation has already been registered. If so, no need to register it again.

Search a PIC

### Register your organisation

To register, you need to login in the Portal or, if you are a new user, create your account.

Check what information you need to register in the Online Manual - and keep it to hand during the registration procedure. To start registration, click on the button below.

Register your organisation

You can suspend the registration process at any time: the data entered can be saved as draft and you can continue your registration later. To return to your registration, please log in and get into My Organisation(s) in the My Area section. Incomplete, draft registrations are automatically deleted after one year.

For H2020 programme, please make sure to fill in the H2020 and FP7 section in the Participant Register. Additionally, for actions where the SME status is an eligibility criterion (like, e.g. the SME Instrument) you must also carry out the SME self-assessment.

Should your project be successfully evaluated, the registered data will be verified by the Validation Service team before the signature of the Grant Agreement.

# Portale Chafea sulla promozione dei prodotti agricoli



**Necessario registrarsi per le maggiori funzionalità**

Legal notice | Cookies | Contact on Europe | Search on Europe

Search

EUROPA > European Commission > Chafea > Promotion of agricultural products

NEWSROOM & EVENTS ENTER NEW MARKETS FUNDING OPPORTUNITIES CAMPAIGNS GET CONNECTED REGISTER/SIGN IN

f t in

## FUNDING OPPORTUNITIES

Find all you need to apply for co-funding to promote your agri-food products.

LEARN MORE

ENJOY IT'S FROM EUROPE

EXPLORE FUNDING OPPORTUNITIES

ENTER NEW MARKETS

FIND A PROJECT PARTNER

WHY REGISTER?

Register to access additional information and tools:

- Market reports
- Project partner search tool
- Webinars



## Informazioni a disposizione dei richiedenti :

- Quadro legale, guida per i richiedenti (modello di proposta e criteri dettagliati di aggiudicazione), modello di convenzione di sovvenzione
- Giornata di informazione a Bruxelles **07.02.2019**  
(registrazione e presentazioni disponibili sul sito web Chafea)
- **Nonché Info-days in ogni Stato membro: Ministero delle Politiche Agricole - Roma**



# Chafea: materiali utili

- Domande frequenti (**FAQ**) aggiornate: da consultare !



The screenshot shows the CHAFEA website's FAQ page. At the top, there is a navigation bar with the CHAFEA logo and the text 'Promotion of agricultural products'. Below this is a search bar and a navigation menu with links like 'NEWSROOM & EVENTS', 'ENTER NEW MARKETS', 'FUNDING OPPORTUNITIES', 'CAMPAIGNS', 'GET CONNECTED', and 'REGISTER/SIGN IN'. The main content area is titled 'F.A.Q' and includes a sub-header 'Quick answer to common questions'. There is a search box with 'Keywords' and buttons for 'SEARCH' and 'RESET'. Below this are three tabs: '1. Main rules of the basic act, delegated and implementing acts', '2. Application, Selection and Management of programmes', and '3. Annual Work Programme for 2018'. The first tab is selected, showing a list of questions under the heading '1.1. Introduction and definitions', including questions about promotion programmes, policy reforms, and budget sizes.

# Chafea: materiali utili

- Strumento di verifica dell'ammissibilità / **Eligibility checker**

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/eligibility/check-tool>

- Strumento di simulazione delle creazioni / **Campaign visual creator**

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/funding-opportunities/simple-and-multi-programmes/campaign-visual-creator>

# Chafea: materiali utili

- Strumento di **ricerca di partners**

## Get connected

To receive funding under the calls for Multi programmes for the promotion of agricultural products, unless you are an EU level organisation, you will need to submit a joint application, together with organisations from at least one other EU Member State. If you are interested in the calls for Simple programmes, you may also wish to find partners in your own country. Use the tool below to identify relevant partners (you must have registered with the website to do this).

### What are the benefits of connecting with other partners?

Having partners will open up funding opportunities: applications under the calls for multi programmes must be submitted by at least two proposing organisations from at least two EU Member States. Working with partners will also help you gain new valuable experience, make beneficial contacts for the future and increase your own organisation's visibility.



Use the search to identify relevant partner organisations. Alternatively, if you [register](#), you may browse the 'Cooperation profiles' created by individual organisations, which include programme's product details and target countries. Clicking on a profile will take you to the partner's page, containing the partners' needs, quick facts and contact information.

**FIND PARTNERS**

(🔒 registered users only)

# Chafea : seminari Web(inari)

***Obiettivo: migliorare la qualità delle proposte!***

Esempi delle tematiche dei webinar:

- Come presentare una proposta
- Come impostare gli obiettivi della campagna, gli indicatori d'impatto e misurare i risultati
- Come redigere una strategia di comunicazione
- Come garantire la corretta pubblicità dell'emblema dell'UE, dello slogan *Enjoy it's from Europe* e della clausola sulla responsabilità editoriale
- etc.

<https://ec.europa.eu/chafea/agri/newsroom-and-events/webinars>

# Chafea: altri materiali utili

- Manuali sui mercati potenziali: Iran, Arabia Saudita, Canada, Cina



## The Food and Beverage Market Entry Handbook: Iran

A Practical Guide to the Market in Iran for European Agri-food  
Products and Products with Geographical Indications



## The Food and Beverage Market Entry Handbook: Canada

a Practical Guide to the Market in Canada for European Agri-food Products  
and Products with Geographical Indications

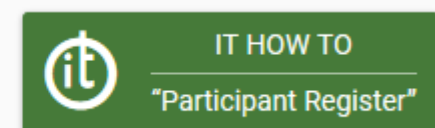
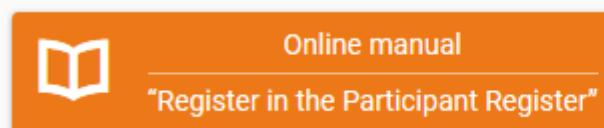
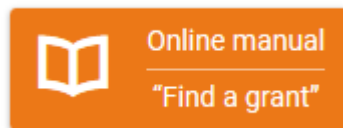


## Per finire qualche consiglio...

- Leggere attentamente l'invito a presentare proposte, le domande frequenti (FAQ) ed i regolamenti di riferimento: la mia organizzazione è eleggibile? La mia proposta corrisponde agli obiettivi dei temi? È conforme a tutte le condizioni/criteri dell'invito?
- Seguire le istruzioni fornite nella "Guida per i richiedenti"
- Prestare attenzione ai "criteri di aggiudicazione"

## Per finire qualche consiglio...

- Non aspettare fino all'ultimo minuto per inviare la domanda sul **portale F&T** :
  - Se si incontrano difficoltà pratiche, pulsante verde **IT HOW TO** può essere molto utile, come i vari manuali per sezione in arancione







# Contatti

- Per ogni ulteriore informazione, rivolgersi al **Helpdesk Chafea** :

**[E-mail: chafea-agri-calls@ec.europa.eu](mailto:chafea-agri-calls@ec.europa.eu)**

- Vincenza Ferrucci

European Commission

**Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency**

*Promotion of Agricultural Products Unit*

DRB A3/059

L-2920 Luxembourg

+352 4301 31637

**[Vincenza.FERRUCCI@ec.europa.eu](mailto:Vincenza.FERRUCCI@ec.europa.eu)**

**Seguiteci sui social networks : #EUAgriPromo @EUAgri**

**Visitate il nuovo portale: [www.agripromotion.eu](http://www.agripromotion.eu)**

