

## **МЯРКА "ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ПАЗАРИТЕ НА ТРЕТИ ДЪРЖАВИ"**

### **НАЦИОНАЛНА ПРОГРАМА ЗА ПОДПОМАГАНЕ НА ЛОЗАРО-ВИНАРСКИЯ СЕКТОР (винарските 2014 - 2018г.)**

#### **РЕЗЮМЕ**

##### **Допустими кандидати:**

- търговски дружества,
- професионални организации,
- организации на производители и междупрофесионални организации по смисъла на Закона за виното и спиртните напитки
- държавни органи и институции, чиято дейност е свързана с насърчаване на бизнеса.
- Финансова помощ по мярката могат да получат и притежатели на търговски марки, регистрирани съгласно изискванията на националното законодателство, прилагащи проекти, насочени към популяризиране на търговската марка.

Организация/и изпълнител/и се избират чрез съпоставяне на минимум три съпоставими независими оферти, които следва да бъдат определени в левове или в евро с описан ДДС. Офертите следва да са издадени не по-късно от датата на сключване на договора с избрания оферент и се придружават от технически спецификации в необходимите случаи.

##### **Подпомагани дейности:**

Мярка "Популяризиране на пазарите на трети държави" е приложима за вина със защитено наименование за произход (ЗНП), защитено географско указание (ЗГУ) или за сортови вина без ЗНП/ЗГУ.

1. Връзки с обществеността, мерки за популяризиране или реклама, по-специално които изтъкват предимствата на продуктите, произведени в Европейския съюз (ЕС), най-вече от гледна точка на качеството, безопасността на храните или грижата за околната среда, като:
  - а) рекламни кампании – сценарий, изработване и разпространение на телевизионни и радиоклипове, разходи за дизайн, изработване и

- разпространение на билбордове, разходи за реклама и популяризиране в печатни и електронни издания за обявление на дадено събитие;
- б) рекламни материали – дизайн, отпечатване и разпространение на рекламни материали;
  - в) печатни рекламни издания – разходи за публикации в печатни и електронни издания на статии и материали, свързани с изпълнението на промоционалния проект;
  - г) рекламни дейности в търговски обекти – наемане на щанд, площи, техническо оборудване и персонал;
  - д) организиране на срещи с вносители, дистрибутори и други търговци;
  - е) организиране на посещения в България на заинтересовани представители от трети държави (търговци на дребно, сомелиери, туристически агенти, хотелски агенти, международни журналисти, отразяващи теми, свързани с вино);
  - ж) провеждане в трети държави на дни, посветени на вина, произведени в ЕС, чрез покана на заинтересовани представители (търговци на дребно, сомелиери, туристически агенти, хотелски агенти);
  - з) дизайн и поддържане на уебсайтове за популяризиране и разпространение на информация;
  - и) дегустации – представяне на продукта;
  - к) организиране и провеждане на посещения на винени туристически дестинации в България;
2. Участия в мероприятия, панаири и изложения с международна значимост – панаири и международни изложби, секторни или общи, насочени към специалистите или потребителите, разходи за наемане на щанд, зали, площи и техническо оборудване, електричество, вода, охрана, декориране на щанд и площи, създаване на база данни, интернет, както и за закупуване на материали;
3. При организиране и провеждане на действия, свързани с информационни кампании, по-специално относно режимите на ЕС, отнасящи се до наименованията за произход, географските указания и биологичното производство, като разходи за:

- a) организиране на бизнес срещи между професионалистите и потребителите, наемане на зали, техническо оборудване, създаване на база данни и осигуряване на интернет достъп;
  - б) организиране на работни срещи, тематични вечери – дегустации и семинари;
4. При организиране и провеждане на действия, свързани с проучване на нови пазари, необходими за разширяване на възможностите за реализация на пазара, като разходи за извършване на пазарни, икономически, технически и маркетингови проучвания;
5. При организиране и провеждане на действия, свързани с проучване с цел оценка на резултатите от действията на мерките за популяризиране и информирание, като разходи за:
- a) извършване на изследвания за резултатите от действията за насърчаване на всеки пазар или проект изцяло;
  - б) изготвяне на доклади относно мерките за насърчаване;
  - в) провеждане на одити на изпълнението на промоцията на всеки пазар или проект.

Допустими за финансиране са разходите, които са осъществявани от и за сметка на кандидата и са направени след датата на подписване на договора за предоставяне на финансова помощ, сключен между одобрения кандидат и ДФЗ, и преди изтичането му.

#### **Недопустими дейности за подпомагане:**

1. заделени средства за бъдещи загуби или дългове;
2. таксите и разходите в публичния транспорт, покрити от дневните;
3. банкови такси, банкови лихви и застраховки;
4. загуби при обмяна на валута;
5. разходи, които не попадат в обхвата на проекта;
6. създаване и развитие на търговска марка;

7. данък добавена стойност (ДДС) освен в случаите, когато той действително и окончателно е поет от бенефициент, различен от данъчно незадължени лица, посочени в чл. 13, ал. 1 от Директива 2006/112/ЕО на Съвета от 28 ноември 2006 г. относно общата система на данъка върху добавената стойност.

Не се подпомагат проекти и дейности, получили финансиране съгласно Регламент (ЕО) № 3/2008 на Съвета от 17 декември 2007 г. относно действията за информиране и насърчаване, свързани със селскостопанските продукти на вътрешния пазар и в трети страни (ОВ, L 3/1 от 5.01.2008 г.) и Регламент (ЕС) № 1305/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 17 декември 2013 г. относно подпомагане на развитието на селските райони от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони (ЕЗФРСР) и за отмяна на Регламент (ЕО) № 1698/2005 на Съвета (ОВ, L 347/487 от 20.12.2013 г.).

### **Финансова помощ**

- Максималният размер на финансовата помощ по мярката е до 80 % от стойността на допустимите разходи, както следва: до 30 % национално съфинансиране и до 50 % финансиране от ЕФГЗ. Кандидатите за подпомагане участват във финансирането с не по-малко от 20 % от стойността на допустимите разходи.

Не подлежат на национално съфинансиране проекти, насочени към популяризирането на търговски марки. В тези случаи кандидатите участват във финансирането на предложените от тях проекти с не по-малко от 50 % от действителните разходи.

### **Срокове за изпълнение на подпомаганите дейности:**

1. Срокът за изпълнение на промоционалните проекти не може да надхвърля 3 години от датата на сключване на договора за предоставяне на финансова помощ за одобрен кандидат в дадена трета страна. При обосновано искане от страна на ползвателя подпомагането може да бъде подновено еднократно за период не по-дълъг от две години.
2. При многогодишните проекти периодът за изпълнение на дейностите по ал. 1 следва да бъде разделен на един/два/три периода, всеки от които с продължителност 12 месеца. Всеки период се разделя на четири етапа с продължителност от 3 месеца.

3. При проекти със срок на действие до една година периодът за изпълнение може да бъде разделен на четири етапа с продължителност от 3 месеца.
4. При подаване на ново заявление от кандидат, получил финансова помощ по мярката, или в случай на продължаване на проекта ИАЛВ извършва проверки, удостоверяващи, че предложените разходи не са били включени в предходния проект.