

MINISTERUL AGRICULTURII ȘI DEZVOLTĂRII RURALE



AGENȚIA DE PLĂȚI ȘI INTERVENȚIE PENTRU AGRICULTURĂ

Măsura de informare și promovare a produselor agricole



pe piața internă și în țările terțe

Octombrie 2014

București



În noul context al comerțului internațional, ținând seama de experiența acumulată de statele Uniunii Europene, de perspectivele de evoluție a piețelor atât din interiorul, cât și din exteriorul Uniunii, activitatea de informare și promovare a produselor agricole propusă de organizațiile profesionale și interprofesionale reprezentative la nivel național, reprezintă o parte necesară a politicii agricole comune, la nivel global dar și al pieței interne a Uniunii Europene. În acest mod se completează și se consolidează acțiunile desfășurate de statele membre, prin promovarea în special a imaginii acestor produse față de consumatori, în ceea ce privește calitatea, valoarea nutritivă și siguranța alimentelor, metodele de producție, aspecte nutriționale, sanitare, de etichetare și de protejare a mediului.

Contribuind la deschiderea unor noi piețe de desfacere în țări terțe, precum și la menținerea piețelor din interiorul Uniunii, acțiunile realizate în cadrul programelor de informare și promovare produc, de asemenea, un efect de multiplicare al efectelor benefice ale inițiativelor naționale sau private, mai ales pentru produsele pentru care există stocuri, determinând creșterea competitivității sectorului agricol. Sprijinul financiar acordat programelor de informare și promovare întocmite, prezentate și derulate în conformitate cu prevederile cadrului legal comunitar și național completează și consolidează în mod util acțiunile desfășurate de statele membre prin promovarea în special a:

- imaginii acestor produse față de consumatorii din Comunitatea Europeană și față de consumatorii din țările terțe;
- calității, valorii nutritive și a securității alimentelor;
- metodelor specifice de producție, contribuind la creșterea volumului informațiilor cu privire la produsele respective, precum și a fluxurilor comerciale ale acestora.

Părți implicate	<ul style="list-style-type: none"> • La nivelul UE: - COMISIA EUROPEANĂ; • La nivel național: - MADR, APIA. <p>- organizații care propun programe; - organisme de punere în aplicare; - organisme de evaluare.</p>
Organizații care propun programe:	- organizații profesionale / interprofesionale reprezentative la nivel național sau al Uniunii Europene.
Organisme de punere în aplicare:	<p>Agenții de media&advertising: - agenții de comunicare și - agenții de relații publice.</p> <p>Fiecare organizație care formulează propuneri alege, conform unei proceduri competitive adecvate, verificate de către statul membru, în conformitate cu prevederile O.U.G. nr. 34/2006, cu modificările ulterioare, unul sau mai multe organisme de punere în aplicare a acțiunilor.</p>
Organisme de evaluare	Organisme independente față de beneficiari și organismele de punere în aplicare, care realizează evaluarea anuală și finală a implementării programelor aprobate.
Reguli generale:	<ul style="list-style-type: none"> - Acțiunile nu se orientează în funcție de anumite mărci comerciale și nu încurajează consumul unui produs datorită originii specifice a acestuia; - Originea produsului care face obiectul acțiunilor poate fi indicată atunci când aceasta reprezintă o denumire conferită în temeiul legislației UE; - În cadrul programelor de promovare a produselor agricole, acțiunile de informare sau promovare se realizează pe piețele țărilor terțe sau pe piața internă. <p>Mesajul principal transmis prin intermediul campaniei de informare și promovare trebuie să se bazeze pe calitățile intrinseci ale produselor în cauza sau pe caracteristicile acestora iar referirea la originea produselor trebuie să fie secundară în raport cu mesajul principal.</p>
CINE POATE PROPUNE PROGRAME?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organizațiile profesionale și interprofesionale ale sectorului sau sectoarelor, din unul sau mai multe state membre, reprezentative la nivel național sau UE; 2. Statele membre, în absența unor programe pentru piața internă, pot propune campanii de informare privind sistemele comunitare referitoare la DOP / IGP /STG și la agricultura ecologică, precum și privind alte sisteme comunitare referitoare la normele de calitate, de etichetare a produselor agricole și alimentare, simbolurile grafice prevăzute de legislația UE aplicabilă.

Durată programe	<p>Minimum: 1 an;</p> <p>Maximum: 3 ani.</p> <p>Pentru a continua programul pe o perioada suplimentară de trei ani, organizația care formulează propunerea trebuie să comunice acest lucru la încheierea celui de-al doilea an al primei perioade de trei ani, pentru a se evita orice discontinuitate care ar putea afecta serios impactul campaniilor.</p>
Piețele țintă	<p>Programele pot viza o singură țară țintă sau mai multe.</p> <p>Lista piețelor terțe în care pot fi realizate acțiunile de informare și promovare se actualizează o dată la doi ani, cel mai târziu la data de 31 decembrie și este cuprinsă în prezent în Anexa II la Regulamentul (CE) nr.501/2008, astfel:</p>
<p>LISTA PIEȚELOR TERȚE</p> <p>UNDE POT FI REALIZATE ACȚIUNI DE INFORMARE ȘI PROMOVARE</p>	<p>A. Țări: Albania, Fosta Republică Iugoslavă a Macedoniei, Armenia, Australia, Azerbaidjan, Belarus, Bosnia și Herțegovina, China, Coreea de Sud, Georgia, India, Japonia Kazahstan, Kosovo, Moldova, Muntenegru, Norvegia, Noua Zeelandă, Uzbekistan, Rusia, Serbia, Elveția, Turcia, Ucraina.</p> <p>B. Zone geografice: Africa, America de Nord, America Latină, Asia de Sud-Est și Orientul Apropiat și Mijlociu.</p>
Formatul programelor	<p>Programele trebuie prezentate în formatul stabilit de către Comisia Europeană și disponibil pe site-ul internet al acesteia:</p> <p>http://ec.europa.eu/agriculture/prom/documents_en.htm.</p>
Programele prezentate trebuie:	<ul style="list-style-type: none"> - să respecte legislația comunitară privind produsele în cauză și comercializarea acestora; - să respecte caietul de sarcini, care conține criteriile de excludere, de selecție și de atribuire, distribuit în acest scop de către statele membre interesate (a se vedea site-ul internet al MADR – www.madr.ro); - să fie suficient de detaliate pentru a putea fi evaluate conformitatea cu legislația aplicabilă și raportul cost/beneficiu al acestora.
ACȚIUNI ELIGIBILE	<p style="text-align: center;">PE PIAȚA INTERNĂ (I)</p> <ul style="list-style-type: none"> • acțiuni de promovare și publicitate, relații publice, destinate să evidențieze caracteristicile intrinseci și avantajele produselor comunitare, îndeosebi din perspectiva calității, a securității alimentelor, a metodelor specifice de producție, a valorii nutritive și a aspectelor sanitare, a etichetării, a bunăstării animale și a protecției mediului; • campanii de informare privind sistemele comunitare referitoare la DOP (denumirile de origine protejate) / IGP (indicațiile geografice protejate) /

	<p>STG (specialitățile tradiționale garantate) și la agricultura ecologică, privind alte sisteme comunitare referitoare la normele de calitate și de etichetare a produselor agricole și alimentare, precum și privind simbolurile grafice prevăzute de legislația comunitară aplicabilă;</p> <ul style="list-style-type: none"> • acțiuni de informare privind sistemul comunitar al vinurilor care cuprinde vinuri care beneficiază de denumiri de origine protejate sau de indicații geografice protejate, vinuri care beneficiază de indicații privind soiurile de struguri de vinificație utilizate și băuturile alcoolice care beneficiază de indicații geografice protejate; • studii de evaluare a rezultatelor acțiunilor de informare și promovare; • acțiuni de informare privind modelele de comportament responsabil în ceea ce privește consumul de băuturi alcoolice și afecțiunile legate de consumul necontrolat de băuturi alcoolice; • participări la evenimente, târguri și expoziții de importanță națională sau europeană, în special prin intermediul standurilor destinate valorizării imaginii produselor comunitare.
<p>ACȚIUNI ELIGIBILE</p>	<p style="text-align: center;">ÎN ȚĂRILE TERȚE</p> <p>Acțiunile de informare și promovare în țările terțe a produselor agricole și a metodelor de producție ale acestora, precum și a produselor alimentare pe baza de produse agricole, pot lua următoarele forme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • acțiuni de promovare și publicitate, relații publice, destinate să evidențieze caracteristicile intrinseci și avantajele produselor comunitare, îndeosebi din perspectiva calității, a securității alimentelor, a metodelor specifice de producție, a valorii nutritive și a aspectelor sanitare, a etichetării, a bunăstării animale și a protecției mediului; • campanii de informare privind sistemele comunitare referitoare la DOP (denumirile de origine protejate) / IGP (indicațiile geografice protejate) / STG (specialitățile tradiționale garantate) și la agricultura ecologică, privind alte sisteme comunitare referitoare la normele de calitate și de etichetare a produselor agricole și alimentare, precum și privind simbolurile grafice prevăzute de legislația comunitară aplicabilă; • acțiuni de informare privind sistemul comunitar al vinurilor care cuprinde vinuri care beneficiază de denumiri de origine protejate sau de indicații geografice protejate, vinuri care beneficiază de indicații privind soiurile de struguri de vinificație utilizate și băuturile alcoolice care beneficiază de indicații geografice protejate; • studii de evaluare a rezultatelor acțiunilor de informare și promovare; • acțiuni de informare privind sistemul comunitar al vinurilor de masă; • participarea la manifestări, târguri și expoziții de importanță internațională, în special prin intermediul standurilor destinate valorizării imaginii produselor comunitare; • studii ale noilor piețe, necesare pentru extinderea piețelor de desfacere; • misiuni comerciale la nivel înalt.

**TEME ȘI
PRODUSE
ELIGIBILE**

PIAȚA INTERNĂ:

- fructe și legume proaspete;
- fructe și legume procesate;
- in textil;
- plante vii și produse de horticoltură ornamentală;
- ulei de măsline și măsline de consum;
- uleiuri din semințe;
- lapte și produse lactate;
- carne proaspătă, refrigerată sau congelată, produsă conform unor standarde de calitate la nivel comunitar sau național;
- marcarea ouălor destinate consumului uman;
- miere și produse apicole;
- vinuri cu denumire de origine protejată sau indicație geografică protejată, vinuri cu indicația soiurilor de struguri de vinificație;
- simbol grafic al regiunilor ultraperiferice astfel cum este prevăzut în legislația agricolă;
- produse reglementate de sistemele privind denumirile de origine protejate (DOP), indicațiile geografice protejate (IGP), specialitățile tradiționale garantate (STG) sau mențiunile de calitate facultative, în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului;
- agricultura ecologică conform Regulamentului (CE) nr. 834/2007 privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice precum și de abrogare a Reg. (CEE) nr. 2092/91 și produse provenite din agricultură ecologică;
- carne de oaie.

În cadrul mesajelor care urmează să fie difuzate, orice referire la efectele asupra sănătății ale consumului produselor în cauza trebuie să se bazeze pe date științifice general recunoscute. Mesajele care fac referire la astfel de efecte trebuie să fie avizate de autoritatea națională competența în materie de sănătate publică.

În Anexa I la Regulamentului (CE) nr. 501/2008, cu modificările ulterioare sunt stabilite liniile directoare care au drept obiectiv oferirea unor indicații orientative în ceea ce privește mesajele, grupurile – ținta și instrumentele care trebuie să se afle în centrul programelor de informare și promovare a diferitelor categorii de produse.

ÎN ȚĂRILE TERȚE

Produsele care pot face obiectul acțiunilor de informare și promovare pe piețele țărilor terțe sunt în special produse destinate consumului direct sau transformării, pentru care există posibilitatea de a fi exportate sau posibilitatea deschiderii de noi piețe de desfacere în țările terțe, în special în cazurile în care nu se acordă restituiri, precum și produse tipice sau de calitate care au o valoare adăugată ridicată:

- carne de vită sau de porc proaspătă, refrigerată sau congelată; preparate alimentare pe baza acestor produse;

TEME ȘI PRODUSE ELIGIBILE

- carne de pasăre de calitate;
- produse lactate;
- ulei de măsline și măsline de consum;
- vinuri cu denumire de origine protejată sau indicație geografică protejată, vinuri cu indicația soiurilor de struguri de vinificație;
- băuturi spirtoase cu indicație geografică protejată;
- fructe și legume proaspete și procesate;
- produse procesate pe bază de cereale și orez;
- in textil;
- plante vii și produse de horticultură ornamentală;
- produse reglementate de sistemele privind denumirile de origine protejate (DOP), indicațiile geografice protejate (IGP) sau specialitățile tradiționale garantate (STG), în conformitate cu Regulamentul (UE) nr. din 1151/2012;
- produse provenite din agricultura ecologică conform Regulamentului (CE) nr. 834/2007 privind producția ecologică și etichetarea produselor ecologice, precum și de abrogare a Reg. (CEE) nr. 2092/91;
- carne de oaie.

Calendar depunere propuneri de programe

<i>Sesiuni depunere/an:</i>	<i>I</i>	<i>II</i>
La MADR:	30 septembrie	28 februarie
Transmitere la CE a programelor preselectate la nivel național	30 noiembrie	30 aprilie
Decizia CE	30 aprilie	30 noiembrie
Încheiere contracte de punere în aplicare	În termen de 90 zile calendaristice de la notificarea Deciziei CE	

Mesajul

Mesajul principal transmis prin intermediul campaniei de informare și promovare trebuie să se bazeze pe calitățile intrinseci ale produselor în cauză sau pe caracteristicile acestora iar referirea la originea produselor trebuie să fie secundară în raport cu mesajul principal.

Informații suplimentare pot fi consultate pe adresa www.apia.org.ro sau solicitate la promovare@apia.org.ro.

