

ALLEGATO 19 – Elementi di dettaglio

1. **Soggetti proponenti e requisiti: con riferimento all'articolo 2 del Decreto Direttoriale,** possono accedere all'Intervento Settoriale "Promozione" i seguenti soggetti proponenti di cui agli articoli 2 e 3, comma 1 del D.M. n. 331843 del 26 giugno 2023:
 - a) le organizzazioni professionali, purché abbiano, tra i loro scopi, la promozione dei prodotti agricoli;
 - b) le organizzazioni di produttori di vino, come definite dall'articolo 152 del regolamento UE 1308/2013;
 - c) le associazioni di organizzazioni di produttori di vino, come definite dall'articolo 156 del regolamento UE 1308/2013;
 - d) le organizzazioni interprofessionali, come definite dall'articolo 157 del regolamento UE 1308/2013;
 - e) i consorzi di tutela, riconosciuti ai sensi dell'articolo 41 della legge 12 dicembre 2016 n. 238 e le loro associazioni e federazione;
 - f) i produttori di vino, da intendersi come le imprese, in regola con la presentazione delle dichiarazioni vitivinicole nell'ultimo triennio, che abbiano ottenuto i prodotti da promuovere dalla trasformazione dei prodotti a monte del vino, propri o acquistati e/o che commercializzano vino di propria produzione o di imprese ad esse associate o controllate;
 - g) i soggetti pubblici, da intendersi come organismi aventi personalità giuridica di diritto pubblico (ente pubblico) o personalità giuridica di diritto privato (società di capitale pubblico di esclusiva proprietà pubblica), con esclusione delle Amministrazioni governative centrali, Regioni, Province Autonome e Comuni, con comprovata esperienza nel settore del vino e della promozione dei prodotti agricoli;
 - h) le associazioni temporanee di impresa e di scopo, costituende o costituite, dai soggetti di cui alle lettere a), b), c), d), e), f), g) e i) che assicurino l'attuazione di un programma unitario;
 - i) i consorzi, le associazioni, le federazioni e le società cooperative, a condizione che tutti i partecipanti al progetto di promozione rientrino tra i soggetti proponenti di cui alle lettere a), e), f) e g);
 - j) le reti di impresa, composte da soggetti di cui alla lettera f).
2. **Attività finanziabili: con riferimento all'Articolo 3, comma 1, del Decreto Direttoriale,** per la realizzazione delle finalità indicate all'articolo 1 del Decreto Direttoriale possono essere finanziati Progetti che possono avere a oggetto una o più attività nell'ambito delle azioni, di cui all'articolo 7 del D.M. n. 331843 del 26 giugno 2023. Le azioni ammissibili sono le seguenti:
 - a) azioni in materia di relazioni pubbliche, promozione e pubblicità, che mettano in rilievo gli elevati standard dei prodotti dell'Unione, in particolare in termini di qualità, sicurezza alimentare o ambiente;
 - b) partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale;

ALLEGATO 19 – Elementi di dettaglio

- c) campagne di informazione, in particolare sui regimi di qualità relativi alle denominazioni di origine, alle indicazioni geografiche e alla produzione biologica vigenti nell'Unione;
- d) studi di mercati nuovi o esistenti, necessari all'ampliamento e al consolidamento degli sbocchi di mercato;
- e) studi per valutare i risultati delle attività di informazione e promozione.

3. **Attività finanziabili: con riferimento all'Articolo 3, comma 3, del Decreto Direttoriale,** gli obiettivi ammissibili sono:

Reg. (UE) 2021/2115 – Articolo 57:

- a) migliorare la sostenibilità economica e la competitività dei produttori vitivinicoli dell'Unione;
- b) contribuire a una maggiore sensibilizzazione dei consumatori sul consumo responsabile di vino e sui regimi di qualità dell'Unione per il vino;
- c) migliorare la competitività dei prodotti vitivinicoli dell'Unione nei paesi terzi, incluse l'apertura e la diversificazione dei mercati vitivinicoli.

Reg. (UE) 2022/126 – Articolo 14:

- a) migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard qualitativi applicabili ai relativi metodi di produzione nell'Unione;
- b) sensibilizzare il pubblico ai regimi di qualità dell'Unione all'interno e all'esterno dell'Unione;
- c) aumentare la quota di mercato dei prodotti agricoli dell'Unione e di determinati prodotti trasformati nell'Unione, concentrandosi in particolare sui mercati di paesi terzi che presentano il maggior potenziale di crescita;
- d) contribuire, se del caso, al ritorno a condizioni normali nel mercato dell'Unione in caso di gravi turbative, perdita di fiducia dei consumatori o altri problemi specifici;
- e) sensibilizzare il pubblico sulla produzione sostenibile;
- f) diversificare, aprire e consolidare i mercati per i vini dell'Unione nei paesi terzi e sensibilizzare il pubblico sulle qualità intrinseche dei vini dell'Unione su tali mercati. Un riferimento all'origine e ai marchi dei vini può essere utilizzato solo se integra la promozione, la comunicazione e la commercializzazione dei vini dell'Unione nei paesi terzi;
- g) informare i consumatori sul consumo responsabile di vino. Gli Stati membri assicurano che il materiale promozionale per la promozione generica e la promozione di marchi di qualità rechi l'emblema dell'Unione europea, corredato dalla dicitura: «Finanziato dall'Unione europea».