**Министерство на земеделието, храните и горите**

### Проект

### Наредба за изменение и допълнение на Наредба № 6 от 2018 г. за условията и реда за предоставяне на финансова помощ по Национална програма за подпомагане на лозаро-винарския сектор за периода 2019 – 2023 г. (обн., ДВ, бр. 93 от 2018 г., изм. и доп., бр. 8 от 2019 г.)

**§ 1.** В чл. 30 ал. 2 се изменя така:

„(2) Когато бъде установено неизпълнение на задължението по ал. 1, се прилага чл. 16, параграф 2 на Делегиран Регламент (ЕС) 640/2014 на Комисията.“.

**§ 2.** В чл. 32, ал. 2, т. 2, буква „в“ преди думата „фестивали“ се добавя „участия във“.

**§ 3.** Член 36 се изменя така:

„Чл. 36. (1) Максималният размер на финансовата помощ по чл. 32, ал. 1 от Европейския фонд за гарантиране на земеделието (ЕФГЗ) е до 50 на сто от стойността на допустимите разходи.

(2) В допълнение към помощта по ал. 1 и след одобрение от страна на Европейската комисия може да се предоставя и до 30 на сто държавна помощ от стойността на допустимите разходи.

(3) В случаите на ал. 1 кандидатът за подпомагане участва във финансирането с минимум 50 на сто от стойността на допустимите разходи, а в случаите на ал. 2 с минимум 20 на сто от стойността на допустимите разходи.“.

**§** **4**. В чл. 39 се правят следните изменения и допълнения:

1. В ал. 1, т. 4 думите „ал. 5, т. 2“ се заменят с „ал. 7, т. 2“;

2. В ал. 3 точки 9, 10 и 11 се отменят;

3. създава се нова ал. 4:

„(4) Промоционални проекти, които предвиждат видимост на търговски марки могат да бъдат финансирани само с до 50 на сто финансова помощ от ЕФГЗ и нямат право на държавна помощ. В тези случаи кандидатът прилага към заявлението за финансово подпомагане:

1. писмените покани по чл. 34, ал. 2, удостоверяващи, че всички членове на кандидата за финансова помощ са получили равни възможности да изобразяват техните търговски марки;

2. мотивирана обосновка защо обозначаването на търговските марки е необходимо за постигане на целите на промоционалния проект;

3. декларация, че изобразяването на търговските марки ще бъде ограничено само до панаири и международни изложения, демонстрации в търговски обекти, организиране на посещения в България, организиране на бизнес срещи, организиране на кулинарни училища и свързаните с тях информационни и промоционални материали и че отговаря на условията на чл. 48;“.

4. Досегашните ал. 4, 5 и 6 стават съответно ал. 5, 6 и 7;

5. Досегашната ал. 7 става ал. 8 и в нея след думите „ал. 3“ се добавя „и 4“;

6. Досегашната ал. 8 става ал. 9;

7. Досегашната ал. 9 става ал. 10 и в нея думите „и 5“ се заменят с „и 4“;

8. Досегашната ал. 10 става ал. 11.

**§ 5.** В чл. 40, ал. 1 след думите „чл. 39, ал. 3“ се добавя „и 4“.

**§ 6.** В чл. 41 се правят следните изменения:

1. В ал. 4 думите „чл. 39, ал. 6“ се заменят с „чл. 39, ал.7“;

2. В ал. 8 след думите „ал. 3“ се добавя „и 4“;

3. В ал. 10, т. 3 думите „чл. 39, ал. 6, т. 2“ се заменят с „чл. 39, ал. 7, т. 2“.

**§ 7.** В чл. 43, ал. 2 след думите „заявление за“ се добавя „авансово и“.

**§ 8.** В чл. 44, ал. 2 думите „50 на сто“ се заменят с „80 на сто“, а думите „финансирана от бюджета на ЕС“ се заличават.

**§ 9.** В чл. 45 се правят следните изменения и допълнения:

1. В ал. 5. думите „50 на сто“ се заменят с „80 на сто“, а думите „от бюджета на ЕС“ се заличават;

2. В ал. 6 числото „300 000“ се заменя с „150 000“ и се създава изречение второ: ”Тази възможност е допустима, в случай че одобрената финансова помощ на Съюза е в размер на 300 000 евро или повече и когато са спазени условията на чл. 43, ал. 2.“.

**§ 10.** В чл. 46, ал. 3 числото „300 000“ се заменя с „150 000“ и се създава изречение второ: ”Тази възможност е допустима, в случай че одобрената финансова помощ на Съюза е в размер на 300 000 евро или повече и когато са спазени условията на чл. 43, ал. 2.“.

**§ 11.** Член 48 се изменя така:

„Чл. 48. (1) Съобщенията за популяризиране следва да бъдат базирани на характерните качества на виното и да отговарят на приложимото законодателство в третите държави, в които са насочени, както и на следните кумулативни условия:

1. произходът на популяризираните продукти следва да се посочи за ЗНП/ЗГУ вина, но съобщението за популяризиране не трябва да се оформя по такъв начин, че да насърчава покупката на вина, единствено благодарение на техния произход;

2. главното послание на промоционалния проект следва да е послание на Съюза и да не акцентира върху конкретен произход;

3. обозначаването на произхода не следва да представлява ограничение на свободното движение на селскостопански продукти в разрез с чл. 34 от Договора за функциониране на Европейския съюз (ОВ, С 83/1 от 30.3.2010 г.);

4. обозначаването на произхода следва да допълва главното послание на Съюза;

5. при подпомагане по реда на чл. 36, ал. 2 рекламните дейности и рекламните кампании не трябва да упоменават конкретно предприятие и търговска марка, а за сортовите вина без ЗНП/ЗГУ не трябва да упоменават и произход. Рекламните кампании не трябва да са обвързани с продуктите на едно или повече конкретни предприятия.

(2) Съобщенията за популяризиране по проекти по чл. 39, ал. 4 трябва да отговорят на условията на ал. 1, т. 1-4 и на следните условия:

1. търговските марки могат да са визуално изобразени върху информационните и промоционалните материали, показвани или раздавани по време на дейности съгласно чл. 32, ал. 2, т. 2 и 3; търговските марки не могат да заемат повече от 5 на сто от площта на материала; не се допуска визуализация на търговски марки по дейности съгласно чл. 32, ал. 2, т. 1, букви "а", "б" и "в" освен в случаите на изработването на покана за целите на дегустацията и/или демонстрацията;

2. изобразените търговски марки не могат да бъдат по-малко от пет на брой;

3. търговските марки могат да са визуално изобразени само по време на панаири и международни изложби, демонстрации в търговски обекти, организиране на посещения в България, организиране на бизнес срещи и продуктови дегустации;

4. търговските марки могат да са визуално изобразени само по време на дейностите по т. 3 заедно на транспарант, разположен на предната страна на пулта на щанда или на еквивалентна опора, като не могат да заемат повече от 5 на сто от общата площ;

5. всяка търговска марка се изобразява неутрално и не следва да измества главното послание на Съюза; търговските марки не могат да отслабват главното послание на Съюза; търговските марки следва да са с по-малки размери от главното послание на Съюза, обозначението за произход и от емблемата на Съюза, която указва съфинансиране от ЕС; изображения, цветове, символи и др., свързани с търговските марки не могат да изместват на заден план главното послание;

6. търговските марки се изобразяват на място, различно от мястото, предназначено за главното послание на Съюза;

7. търговските марки могат да бъдат изобразени в интернет сайт по чл. 32, ал. 2, т. 1, буква "д" като общ банер в долната част на страницата, който не заема повече от 5 на сто, като всяка марка се изобразява съгласно т. 5; търговските марки могат да бъдат изобразени и заедно на страница, различна от началната, като всяка търговска марка се изобразява по неутрален и идентичен начин;

8. главното послание на промоционалния проект следва да е послание на Съюза и да не акцентира върху конкретен произход и конкретни търговски марки.

**§ 12.** В§ 44 от Преходните и заключителни разпоредби към Наредбата за изменение и допълнение на Наредба № 6 от 2018 г. за условията и реда за предоставяне на финансова помощ по Национална програма за подпомагане на лозаро-винарския сектор за периода 2019 - 2023 г. (обн., ДВ, бр. 8 от 2019 г.) думите „подадени през 2019 г.“ се заменят с „подадени в периода 28 януари – 8 февруари 2019 г.“ и се създава изречение четвърто: „За проектите, подадени през 2019 г. след периода 28 януари – 8 февруари, срокът за изпълнение приключва на 15 юли 2020 г.“.

**§ 13.** В Приложение № 7 към чл. 41, ал. 4, в реда под т. 2, в колона 4 „Коментари“ думите „чл. 39, ал. 6“ се заменят с „чл. 39, ал. 7“.

**РУМЕН ПОРОЖАНОВ**

*Министър на земеделието, храните и горите*