Име на интервенцията:

|  |
| --- |
| **/****Популяризиране в трети държави/**  Основна цел на интервенцията е повишаване на конкурентоспособността и износа на качествени (със ЗНП, ЗГУ и сортови) и биологични български вина на пазарите на трети страни. Мярката обхваща дейности за информиране и популяризиране на качествени вина с цел повишаване на търсенето на целевите пазари. Мярката е приложима за вина със защитено наименование за произход (ЗНП), защитено географско указание (ЗГУ), сортови вина без ЗГУ/ЗНП и сертифицирани биологични вина. Стратегията, насочена към популяризирането на вина със ЗНП, ЗГУ и сортови вина без ЗНП и ЗГУ в трети страни.  Определянето на целеви пазари, за прилагане на мярката, се базира на няколко основни фактора: 1) размер на вноса – в количествено и стойностно изражение, на вина в страни, извън ЕС; 2) съществуващи и традиционни търговски връзки за внос на българско вино; 3) темп на развитие и потенциал на пазарите на третите страни; 4) интерес от страна на българските винопроизводители. За целеви трети страни са определени: Китай, Япония, Хонг Конг, Тайван, Сингапур, Виетнам, Тайланд, Малайзия, Алжир, Русия, Беларус, САЩ, Канада, Мексико и Бразилия.  През 2017 година е реализиран износ на вино на обща стойност 66,643 млн. лв. Той е по-нисък от средния реализиран износ в последния петгодишен период, който е на стойност около 80 млн. лв., но е по-висок от реализирания през 2016 година износ на стойност 64,855 млн. лв. Ръст в стойността на износа се наблюдава при всички групи вина – при пенливите вина стойността на изно-са през 2017 година е 754 733 лв. спрямо 671 866 лв. през 2016. При бутилира-ните, които заемат най-голям дял в износа на вино, стойността на износа през 2017 г. е 53,027 млн. лв. по-висока от стойността през 2016, но по-ниска от предходните години. При наливните вина също има ръст спрямо 2016 година, но все пак не може да бъде достигната стойността на износа от 2015.  За 2018 година по „Популяризиране на пазарите на трети държави” са подписани 4 договора, общият размер на одобрените разходи за период от три години е 4 599 693,82 лв., като 2 874 808,64 лв. са от ЕФГЗ (50%) и 1 724 885,18 лв. са държавна помощ (30%). |

|  |  |
| --- | --- |
| **Фонд** | ЕФГЗ |
| **Тип на интервенцията** | секторна |
| **Териториален обхват** | България/национална |
| **Свързани специфични цели и където е релевантно, секторни приоритети** | **Специфична цел 2:** Засилване на пазарната ориентация и повишаване на конкурентоспособността, включително поставяне на по-голям акцент върху научните изследвания, технологиите и цифровизацията; **Потребност 8:** Повишаване на конкурентоспособността на производителите и преработвателите в лозаро-винарския сектор, модернизация на стопанствата и предприятията за производство на вино. Стимулиране на експортната ориентация и подобряване на структурата в сектора.  Секторен приоритет: повишаване на конкурентоспособността на българското винопроизводство и на износа на качествени вина към трети страни; популяризиране на качествените вината (ЗГУ, ЗНП, сортови вина без ЗГУ/ЗНП и биологично произведени вина) |
| **Индикатори за резултат (*най-малко един*)** | R.9а - Promoting internationally EU agri-food products |
| **Допустими бенефициенти** | * търговски дружества, работещи основно в лозаро-винарския сектор; * професионални организации, работещи основно в лозаро-винарския сектор; * признати организации на винопроизводители и асоциации на организации на винопроизводители; * междупрофесионални организации; * публични органи |

1. **Описание на дизайна на интервенцията;**

|  |
| --- |
| С оглед постигане на поставените цели като допустими се определят следните дейности и свързаните с тях разходи:   1. връзки с обществеността, мерки за популяризиране или реклама, по-специално такива, които изтъкват предимствата на продуктите, произведени в Европейския съюз, най-вече от гледна точка на качеството, безопасността на храните или грижата за околната среда, например: рекламни кампании разходи за режисура, персонал, разходи за изработка на клипове, до три на брой, с максимална продължителност 30 секунди), субтитиране, мастер копие, рекламни материали (закупуване и брандиране), печатни рекламни издания (дизайн, езиково адаптиране, отпечатване), рекламни дейности в търговски обекти, организиране на срещи с вносители, дистрибутори и други търговци, както и на посещения в България на заинтересовани представители от трети държави, дегустации - представяне на продукта, организиране на посещения на мероприятия, фестивали, винени туристически дестинации и дегустации в България, провеждане на дегустации в трети държави, уебсайтове за популяризиране и разпространение на информация. 2. участия в мероприятия, панаири и изложения с международна значимост - панаири и международни изложби, секторни или общи, насочени към специалистите или потребителите - разходи за такса за участие, наем на пространство, конструкция на щанд, персонал на щанд – до 2 лица(помощен персонал на щанд), наемане на техника, такса за обслужване, складиране и транспорт на продукти, както и разходи за самолетни билети, хотелско настаняване и изхранване на посетители от България. 3. 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 - разходи за организиране на дегустации в трети страни – разходи за мостри, наем на помещение, наем на техника, хонорар на сомелиер, хонорар на говорители, осигуряване на кетъринг, разходи за складиране и транспорт на продуктите. Дейността се изпълнява само паралелно с провеждане на изложения. 4. във връзка с изпълнение на дейностите - разходи за мостри, които не надвишават 10 на сто от разходите на конкретната дейност; 5. във връзка с извършване на административни дейности - разходи за заплати на персонала, както и разходи за възнаграждения на лица, наети по граждански договори, разходи за управление на проекта, които не следва да надвишават 4 на сто от общата сума на одобрените и извършени дейности. |

1. **Идентифициране на съответните базови елементи (напр. съответните GAEC или нормативно установени изисквания за управление (SMR), където е приложимо, и обяснение за това как ангажиментите надхвърлят задължителните изисквания:**

*/за интервенции в областта на околната среда и климата, артикулацията с изискванията за условност трябва да показват, че практиките се допълват и не се припокриват/*

|  |
| --- |
| **N/A** |

1. **Условия за допустимост:**

|  |
| --- |
| Финансово подпомагане по мярката е допустимо при спазване на следните изисквания:   1. операциите и свързаните с тях действия са ясно определени, като са описани дейностите по популяризиране и са включени очакваните разходи; 2. има гаранции, че предложените разходи на операцията не превишават обичайните пазарни цени; 3. има гаранции, че бенефициерите имат достъп до достатъчен технически капацитет, за да се справят със специфичните ограничения в търговията с трети държави, и имат достатъчни ресурси за гарантиране на възможно най-ефективно изпълнение на мярката; 4. бенефициерите са представили доказателства за наличието на достатъчно продукти в качествено и количествено отношение за задоволяването на пазарното търсене в дългосрочен план след операцията по популяризиране; 5. има съответствие между предложените стратегии и поставените цели и вероятното въздействие и успеха в увеличаването на търсенето на въпросните продукти. |

**4. Съвместимост на интервенцията със споразумението на СТО за селското стопанство:**

*/За всяка интервенция, която се основава на видовете интервенции, изброени в приложение II към регламента за Стратегическите планове по ОСП, следва да се опише как тя спазва съответните разпоредби на приложение 2 към Споразумението на СТО за селското стопанство (както е посочено в член 10 и в приложение II към същия регламент). За всяка интервенция, която не се основава на видовете интервенции, изброени в приложение II към настоящия регламент, как спазва съответните разпоредби на член 6.5 или приложение 2 към Споразумението на СТО за селското стопанство/*

|  |
| --- |
| Параграф 2 от Приложение 2 към Споразумението за селското стопанство на СТО („зелена кутия“) |

**5. Нива на подпомагане / премии / методи за изчисляване (включително диференциации за групи от територии, където е приложимо) и, когато е приложимо, кратко обяснение защо посочените са подходящи за постигане на целите, (също и по отношение на базовите изисквания):**

*/****информацията следва да включва:*** *формата и степента на подкрепа; методът за изчисляване на единичните суми на подпомагане и неговото сертифициране в съответствие с член 76; различните единни или средни единични суми на помощта в рамките на тази интервенция. /*

|  |
| --- |
| Максималният размер на финансовата помощ е до 50% от стойността на допустимите разходи за осъществяване на дейностите.  Към помощта от ЕФГЗ може да бъде отпусната държавна помощ в размер на до 30% от стойността на допустимите разходи.  Кандидатите осигуряват процентът самоучастие до 100% от стойността на допустимите разходи. |