### Пчелни продукти

#### PROMOBEES(55(1)(f)) - - популяризиране, комуникация и маркетинг, включително действия за наблюдение на пазара и дейности, насочени по-специално към повишаване на осведомеността на потребителите относно качеството на пчелните продукти

##### I.Е.9 - Популяризиране, комуникация и маркетинг, включително действия за наблюдение на пазара и дейности, насочени по-специално към повишаване на осведомеността на потребителите относно качеството на пчелните продукти

|  |  |
| --- | --- |
| Код на интервенцията (държава членка) | I.Е.9 |
| Име на интервенцията | Популяризиране, комуникация и маркетинг, включително действия за наблюдение на пазара и дейности, насочени по-специално към повишаване на осведомеността на потребителите относно качеството на пчелните продукти |
| Вид интервенция | PROMOBEES(55(1)(f)) - популяризиране, комуникация и маркетинг, включително действия за наблюдение на пазара и дейности, насочени по-специално към повишаване на осведомеността на потребителите относно качеството на пчелните продукти |
| Общ показател за крайния продукт | O.37. Брой на действията или единиците за запазване или подобряване на пчеларството |

###### 1 Териториално приложение и ако е уместно, регионално измерение

Териториално приложение: **Национално равнище**

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Описание** |
| BG | България |

Описание на териториалното приложение

|  |
| --- |
| Интервенцията се прилага на територията на цялата страна |

###### 2 Свързани специфични цели, междусекторна цел и уместни секторни цели

|  |
| --- |
| **СЕКТОРНА ЦЕЛ ПО ОСП Код + Описание** |
|  |

|  |
| --- |
| **Код на СПЕЦИФИЧНАТА ЦЕЛ НА ОСП + описание** Препоръчителните специфични цели на ОСП за този вид интервенция са обозначени с получер шрифт |
| SO2 Подобряване на ориентацията на пазара и увеличаване на конкурентоспособността на стопанствата в краткосрочен и дългосрочен план, включително по-голям фокус върху научноизследователската дейност, технологиите и цифровизацията |

###### 3 Потребности, обхванати от интервенцията

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Код** | **Описание** | **Определяне на приоритети на равнище стратегическия план по ОСП** | **Разгледана в стратегически план по ОСП** |
| П.2.7. | Гарантиране на по-добри условия за устойчиво развитие на сектор пчеларство и повишаване на доходи | висок приоритет | Да |

###### 4 Показател(и) за резултатите

|  |
| --- |
| **Код на ПОКАЗАТЕЛИТЕ ЗА РЕЗУЛТАТИТЕ + описание** Препоръчителните показатели за резултатите за избраните специфични цели на ОСП за тази интервенция са обозначени с получер шрифт |
|  |

###### 5 Конкретен план, изисквания и условия за допустимост на интервенцията

Описание

|  |
| --- |
| Основната цел на интервенцията е запознаване на обществеността с полезните качества на пчелния мед и пчелните продукти и скъсяване на веригата на доставки. Така ще се повиши добавената стойност на производителите от една страна, а от друга ще се повиши доверието и информираността на потребителите. В направения анализ на сектора изрично е посочено, че доходите на пчеларите могат да се стабилизират и увеличат с повишаване на организираността на производителите и подобряване на пазарния им достъп – чрез обединяването им в групи и организации на производители, чрез стимулиране на създаването на “къси вериги” на доставки. Тази интервенция има за цел да увеличи вътрешната консумация и доверието в българския пчелен мед и пчелни продукти.  **Допустими бенефициери:**   1. Браншови организации за производство и преработка на селскостопански продукти в сектор “Пчеларство”; 2. Сдружения, регистрирани по Закона за юридическите лица с нестопанска цел в обществена полза, в които членуват лица, отглеждащи пчелни семейства в регистрирани животновъдни обекти – пчелини; 3. Признати групи и организации на производители на мед и пчелни продукти и техните асоциации, признати по съответния ред от МЗм.   **Допустими дейности:**  • организиране и провеждане на национално ниво на изложения, пресконференции, информационни кампании, фестивали, панаири.  Дейностите трябва да са насочени към широката общественост и да са свързани с поне една от следните теми:   * Изтъкване предимствата на пчелните продукти; * Качеството на пчелните продукти ; * Ролята на пчелите за опазване на околната среда; * Наименованията за произход, географските указания и биологичното производство, браншови стандарти; * Фермерски продукти; * Популяризиране на местни и специфични видове мед; * Продукти на организации на производители; * Наблюдение на пазара.   **Допустими са разходи за:**   * наем на щанд, зали, изложбени площи, техническо оборудване, радиореклама, включително разходите за изработване на клипове, филми и други аудио-визуални средства; * дизайн - изработване, отпечатване и разпространение на информационни материали – разходи за интернет страница, лого, брошури, дипляни, етикети, транспаранти, банери, винили и др.; * мостри на пчелен мед и пчелни продукти; * кулинарни демонстрации и уъркшопове свързани с популяризиране на пчелните продукти.   **Условия за допустимост:**  1.Наличие на проект с подробно описание на дейностите и включени очаквани разходи.  2.Пчеларските сдружения и групите и организациите на производители да са осъществявали дейност минимум една година преди датата на кандидатстване.  3.Предвидените в проекта цени не превишават обичайните пазарни цени.  Разходите за мостри не надвишават 10 на сто от разходите по проекта.  Подробните изисквания за прилагане на интервенцията ще бъдат разписани в национален регулаторен акт. |

###### 6 Форма и ставка на подпомагане/суми/методи за изчисляване

|  |
| --- |
| **Помощта може за бъде под следната форма :**  – **възстановяване на допустими разходи, реално извършени от бенефициера - чл. 44, 1, а);**  Размерът на помощта за един проект е на база предходно програмиране.  Публичната помощ за един проект е в размер до 13 122,51 EUR при интензитет на подпомагане до 80% от допустимите разходи, изпълнени и одобрени в рамките на проекта, като 40% са средства от ЕФГЗ и 60 % от държавния бюджет.  Финансова помощ за изпълнение на проекта може да се изплаща авансово, при спазване на изискванията на чл.15 а, от Делегиран Регламент (ЕС) 2022/127 на Комисията от 7 декември 2021 г. |

###### 7 Допълнителна информация за вида на интервенцията

|  |
| --- |
| Неприложимо. |

###### 8 Съответствие с правилата на СТО

Зелена кутия

Параграф 2 от приложение 2 към Споразумението за СТО

Разяснение как с интервенцията се спазват съответните разпоредби на приложение 2 към Споразумението за СТО за селското стопанство, както е посочено в член 10 от Регламент (ЕС) 2021/2115 и в приложение II към него („зелена кутия“)

|  |
| --- |
| Интервенцията представлява форма на вътрешна подкрепа, която съответства на изискванията определени в Приложение 2, параграф 2 на Споразумението за селско стопанство на СТО.  Допустимите за подпомагане дейности са базирани на ясно определени критерии и цели, заложени със Стратегическия план по ОСП и не представляват форма на ценова подкрепа или директно плащане за производителите.  Плащанията по интервенцията имат за цел запознаване на обществеността с полезните качества на пчелните продукти, повишаване доверието на потребителите и увеличаване на консумацията им на вътрешния пазар  Плащанията по интервенцията попадат в обхвата на буква е) от параграф 2 на Приложение 2 на Споразумението за селско стопанство на СТО |

###### 9 Планирани единични суми — определение

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Планирана единична сума** | **Вид на планираната единична сума** | **Регион(и)** | **Показател(и) за резултатите** |
| I.Е.9 - Средна сума за промоционални и маркетингови действия | Среден |  |  |

Описание

I.Е.9 - Средна сума за промоционални и маркетингови действия

|  |
| --- |
| Размерът на помощта за един проект е на база предходно програмиране.Формираният годишен бюджет е предвиден за финансиране на 3 проекта годишно. |

###### 10 Планирани единични суми — финансова таблица с краен продукт

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Планирана единична сума** | **Финансова година** | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2027** | **Общо за периода 2023—2027 г.** |
| I.Е.9 -  Средна сума за промоционални и маркетингови действия | Планирана единична сума (общо разходи на Съюза в евро) | 5 249,00 | 5 249,00 | 5 249,00 | 5 249,00 | 5 249,00 |  |
| O.37 (единица: Действия) | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | 3,00 | **Сума:**  15,00  **Макс.:**  3,00 |
| Годишно ориентировъчно разпределение на финансови средства (общо разходи на Съюза в евро) | 15 747,01 | 15 747,01 | 15 747,01 | 15 747,01 | 15 747,01 | 78 735,05 |
| ОБЩО | Годишно ориентировъчно разпределение на финансови средства (общо публични разходи в евро) | 39 367,00 | 39 367,00 | 39 367,00 | 39 367,00 | 39 367,00 | 196 835,00 |
| Годишно ориентировъчно разпределение на финансови средства (общо разходи на Съюза в евро) | 15 747,01 | 15 747,01 | 15 747,01 | 15 747,01 | 15 747,01 | 78 735,05 |
| Ставка на съфинансирането от ЕС в % | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 | 40,00 |  |