



COMMISSIONE EUROPEA

DIREZIONE GENERALE DELL'AGRICOLTURA E DELLO SVILUPPO RURALE

Direzione D. Sostegno diretto, misure relative al mercato, promozione

D.4. Promozione dei prodotti agricoli

Ares(2012)615264

MANUALE

PER I PROGRAMMI SULLA PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL QUADRO DEL **REGOLAMENTO (CE) N. 3/2008** DEL CONSIGLIO E DEL **REGOLAMENTO (CE) N. 501/2008 DELLA COMMISSIONE**

Versione del 14 dicembre 2011

1.	Informazioni generali, linee guida, definizioni per la valutazione e la gestione di programmi per la promozione di prodotti agricoli nel quadro del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio.....	3
1.1.	Informazioni generali	3
1.2.	Obiettivi.....	3
1.3.	Definizioni.....	4
1.4.	Presentazione di programmi a livello nazionale	4
1.5.	Organismi di esecuzione	6
1.6.	Priorità sui programmi	8
1.7.	Conclusione dei contratti e costituzione delle cauzioni	8
1.8.	Contributo finanziario	8
1.9.	Anticipi e pagamenti intermedi	9
1.10.	Pagamento del saldo.....	9
1.11.	Il comitato di sorveglianza	9
1.12.	Controlli	10
1.13.	Riduzioni, recuperi e sanzioni.....	10
2.	Preparazione di una domanda	10
2.1.	Denominazione del programma	10
2.2.	Organizzazione o organizzazioni proponenti.....	10
2.3.	Organismo o organismi di esecuzione	11
2.4.	Precisazioni relative al programma.....	11
2.5.	Descrizione del programma	12
2.5.1.	Contesto generale – situazione del mercato e della domanda	12
2.5.2.	Obiettivi.....	13
2.5.3.	Strategia del programma.....	14
2.5.4.	Destinatari.....	14
2.5.5.	Tematiche da affrontare e principali messaggi da trasmettere	15
2.5.6.	Azioni.....	15
2.6.	Impatto/valutazione prevedibile.....	16
2.7.	Dimensione del programma a livello di Unione europea.....	16
2.8.	Bilancio	17
2.9.	Piano di finanziamento.....	20
2.10.	Altre informazioni pertinenti.....	21
3.	Frequenti motivi su cui si fonda il rigetto di un programma.....	22
4.	Allegato	24

1. INFORMAZIONI GENERALI, LINEE GUIDA, DEFINIZIONI PER LA VALUTAZIONE E LA GESTIONE DI PROGRAMMI PER LA PROMOZIONE DI PRODOTTI AGRICOLI NEL QUADRO DEL REGOLAMENTO (CE) N. 3/2008 DEL CONSIGLIO

1.1. Informazioni generali

Le organizzazioni professionali e interprofessionali possono ottenere un sostegno finanziario per la promozione di programmi ai sensi del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio e del regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1085/2011 della Commissione, del 27 ottobre 2011. Tali programmi dovrebbero soddisfare i requisiti fissati dai suddetti regolamenti.

Per essere considerato una domanda di sostegno finanziario, un programma deve essere trasmesso in un determinato formato, che può essere trovato all'indirizzo Internet dell'allegato al presente manuale. Le domande devono essere presentate entro i termini prefissati specificati all'articolo 8, paragrafo 1, secondo comma, e all'articolo 11, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione. Le domande devono essere trasmesse a una delle autorità competenti degli Stati membri (cfr. l'elenco delle autorità competenti nell'allegato).

Il sistema di promozione dei prodotti agricoli è una misura della politica agricola comune, il cui finanziamento avviene nell'ambito del Fondo europeo agricolo di garanzia (FEAGA), che sovvenziona le misure di mercato.

Il regolamento del Consiglio relativo al finanziamento della politica agricola comune è il regolamento (CE) n. 1290/2005. Al fine di tutelare efficacemente gli interessi finanziari dell'Unione, tale regolamento esige, fra l'altro, dagli Stati membri:

- l'adozione, in relazione a questa misura del FEAGA, di tutte le disposizioni legislative, regolamentari e amministrative pertinenti;
- l'instaurazione di un sistema di gestione e controllo efficace.

Il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio e il regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione relativi ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi sono attuati nell'ambito di un quadro di gestione amministrativa e finanziaria definito nel suddetto regolamento sul finanziamento della politica agricola comune.

- Gli Stati membri sono inoltre invitati a utilizzare i contratti tipo predisposti dalla Commissione per la promozione dei prodotti sul mercato interno e nei paesi terzi. Tuttavia, se ne intravedono l'utilità, gli organismi nazionali competenti possono aggiungere clausole che non sono incluse in tali contratti.

1.2. Obiettivi

L'obiettivo generale della misura è rafforzare e completare le iniziative condotte dagli Stati membri attraverso l'attuazione di azioni di informazione e promozione destinate a mettere in rilievo le caratteristiche intrinseche e i vantaggi dei prodotti dell'Unione europea soprattutto sul piano della qualità, della sicurezza degli alimenti, di metodi di produzione specifici, degli aspetti nutrizionali e sanitari, dell'etichettatura, del benessere degli animali e del rispetto dell'ambiente (articolo 2 del regolamento (CE) n. 3/2008).

Scopo di queste linee guida è permettere agli organismi nazionali competenti e alle organizzazioni professionali rappresentative di presentare programmi promozionali, di

valutarli in maniera il più possibile obiettiva sulla base di un approccio metodologico uniforme e di gestire tali programmi per l'intera durata degli stessi.

1.3. Definizioni

Per “programma” si intende un insieme di azioni coerenti di portata tale da contribuire a promuovere l'informazione relativa ai prodotti e alle vendite (articolo 1, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 501/2008).

La definizione di “organizzazione professionale rappresentativa” è di competenza dello Stato membro interessato, che si baserà sui criteri del diritto nazionale, tenendo conto degli obiettivi perseguiti dalla normativa dell'UE e in particolare degli obiettivi precisati per settore nelle linee direttrici che figurano nell'allegato I del regolamento (CE) n. 501/2008 (articoli 8 e 9 del regolamento (CE) n. 501/2008).

Per “azioni” si intendono le azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli e del loro metodo di produzione, nonché dei prodotti alimentari. Le azioni non devono essere orientate in funzione dei marchi commerciali (articolo 1 del regolamento (CE) n. 3/2008).

1.4. Presentazione di programmi a livello nazionale

Gli organismi competenti nazionali pubblicano per il settore o i settori di attività di loro competenza inviti a presentare proposte che precisano i temi, i mercati e i tipi di azioni prioritarie, nonché i termini ultimi per l'invio delle proposte di programmi e delle domande di finanziamento e l'inizio previsto delle azioni (articolo 7 del regolamento (CE) n. 3/2008). Un bando può riguardare l'insieme dei programmi ovvero uno o più mercati, temi o tipi di azioni. Al fine di garantire un coordinamento fra i programmi concernenti più prodotti e più Stati membri, possono essere preparati inviti comuni a presentare proposte.

I suddetti inviti vengono trasmessi:

- alle organizzazioni professionali rappresentative;
- agli organismi competenti degli altri Stati membri dell'Unione europea.

In risposta a tali inviti a presentare proposte, le organizzazioni professionali rappresentative trasmettono le loro proposte di programma alle autorità competenti entro il termine stabilito dall'articolo 8 del regolamento (CE) n. 501/2008.

Le proposte di programma sono:

- firmate e datate dalla persona responsabile del programma e indirizzate ai competenti organismi nazionali;
- redatte in una delle lingue ufficiali dell'Unione europea. Può essere allegata una descrizione sintetica della proposta in altre lingue ufficiali.

Oltre al formulario d'informazione relativo all'organizzazione proponente debitamente compilato, deve essere trasmessa un'analisi strategica e di marketing, accompagnata da un riepilogo del contesto generale del programma proposto.

I programmi multipaese devono fornire le seguenti informazioni:

tra le organizzazioni partecipanti e le autorità competenti degli Stati membri deve essere designato un coordinatore. Il ruolo di questo Stato membro coordinatore è gestire:

- la comunicazione (possibilmente delegata da altri Stati membri partecipanti al programma);
- l'esame dei materiali (possibilmente delegato da altri Stati membri partecipanti al programma);

- se possibile, i pagamenti (definiti nella summenzionata riunione preliminare e delegati da altri Stati membri partecipanti al programma);
- l'organizzazione delle riunioni del comitato di sorveglianza.

Le proposte di programma forniscono le informazioni generali seguenti:

- l'indicazione degli Stati membri e delle organizzazioni partecipanti;
- l'indicazione dei mercati (paesi destinatari) e dei gruppi destinatari, in particolare quelli specificati nelle linee direttrici del regolamento (CE) n. 501/2008. La proposta può riguardare uno o più paesi, ma deve essere presentata singolarmente da ciascun paese. Se per alcuni mercati sono previsti la stessa strategia, gli stessi gruppi destinatari e/o le stesse soluzioni, questo aspetto dovrà essere chiaramente indicato nella proposta di programma;
- l'identificazione dei mercati. Per ogni paese destinatario e per il tema o prodotto o per i temi o prodotti interessati, il richiedente procede ad un'analisi sintetica del mercato o dei mercati al fine di valutare l'adeguatezza del programma proposto e della strategia di comunicazione prevista;
- una descrizione degli obiettivi del programma e della loro interrelazione con le azioni proposte;
- una descrizione dei mezzi messi in atto, che precisi in particolare il nome o le modalità di selezione degli organismi incaricati dell'esecuzione dei programmi (agenzie di comunicazione, agenzie creative, agenzie di relazioni pubbliche, società di ricerca, ecc.);
- una descrizione dettagliata del progetto per tipo di misura (campagne mediatiche; campagne sotto la linea; seminari; conferenze; partecipazione a spettacoli, fiere o mostre; campagne di pubbliche relazioni con la stampa; ecc.), che specifichi, ove possibile, l'organismo responsabile dell'attuazione di ciascuna misura. Tuttavia, i dettagli delle misure possono essere corretti tramite una modifica formale convalidata dall'organismo nazionale competente alla luce di una valutazione dei risultati di misure già eseguite, o nel caso in cui si verifichi un evento importante dopo che è stato firmato il contratto;
- il calendario dettagliato previsto per l'esecuzione del programma.

I programmi proposti possono estendersi per un periodo massimo di tre anni.

Le proposte di programma saranno accompagnate da un bilancio che deve:

- essere sufficientemente dettagliato per consentire l'identificazione, la sorveglianza e il controllo del programma proposto; in particolare dovranno essere precisati i tipi di spesa previsti nell'allegato al contratto tipo;
- riportare nella parte delle entrate:
 - a) il contributo diretto dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti;
 - b) l'indicazione dettagliata dei contributi di altri eventuali finanziatori;
 - c) ogni reddito potenziale generato dal progetto, compresi eventualmente i diritti chiesti ai partecipanti di determinate azioni;
 - d) i contributi finanziari chiesti alla Commissione e a uno o più Stati membri;
 - e) le organizzazioni proponenti si impegnano, nell'eventualità in cui il loro programma sia accettato, di non beneficiare di altri aiuti o finanziamenti unionali o nazionali ai fini dell'esecuzione del programma proposto.

Se del caso, su richiesta delle autorità competenti, le proposte di programma sono accompagnate dai seguenti documenti:

- statuti, organigramma, regolamento interno e la più recente relazione sulle attività dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti;
- dati finanziari, bilanci e conti annuali degli ultimi tre esercizi;
- eventuali documenti che permettano di valutare la capacità finanziaria, tecnica e professionale dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti;
- descrizione di progetti simili realizzati nel corso degli ultimi due anni.

1.5. Organismi di esecuzione

1.5.1 La procedura competitiva

In risposta all'invito a presentare proposte, le organizzazioni professionali propongono il loro programma di esecuzione.

Per definire la strategia e il contenuto del programma di esecuzione possono eventualmente fare appello a uno o più organismi di esecuzione selezionati mediante una procedura competitiva.

Conformemente agli articoli 6 e 9 del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio, al fine di realizzare il programma, interamente o in parte, le organizzazioni proponenti selezionano uno o più prestatori di servizi (di seguito denominati "organismi di esecuzione") mediante una procedura competitiva. Ai sensi degli articoli 8 e 12 del regolamento (CE) n. 501/2008, gli organismi di esecuzione possono essere selezionati dopo che il fascicolo è stato presentato allo Stato membro, ma prima della sottoscrizione del contratto. I programmi devono essere abbastanza elaborati da risultare conformi alle norme applicabili e da permettere la valutazione della loro efficacia in termini di costi/benefici (articoli 8 e 9 del regolamento (CE) n. 501/2008).

1.5.2 La procedura competitiva si svolge nel rispetto del principio di non discriminazione.

Tale principio comporta un obbligo di trasparenza, consistente nel garantire, nel rispetto delle norme applicabili, un grado adeguato di pubblicità, che permetta un'apertura del contratto di servizi alla concorrenza e il controllo dell'imparzialità della procedura.

Esso implica inoltre che la procedura di aggiudicazione dell'appalto rispetti, in tutte le fasi, il principio della parità di trattamento dei candidati, affinché tutti possano beneficiare delle stesse possibilità nella formulazione delle rispettive offerte.

Al riguardo è indispensabile che il termine di presentazione delle offerte che le organizzazioni professionali o interprofessionali fissano per gli organismi di esecuzione consultati sia stabilito tenendo conto della complessità del fascicolo, per permettere a questi ultimi di preparare la loro offerta in condizioni soddisfacenti.

Inoltre, prima del lancio della gara devono essere fissati criteri di selezione obiettivi, che devono essere portati a conoscenza degli organismi consultati nell'invito alla presentazione di offerte.

Le organizzazioni proponenti accertano, al momento della procedura competitiva, la capacità economica, finanziaria e tecnica degli organismi di esecuzione e dei prestatori di servizi, in particolare per quanto riguarda gli elementi descritti di seguito.

1.5.2.1 Per la realizzazione di una parte del programma le organizzazioni proponenti possono utilizzare risorse proprie, nel rispetto delle seguenti condizioni:

- a) la proposta di attuazione è conforme all'articolo 11 del regolamento (CE) n. 3/2008;
- b) l'organizzazione proponente possiede un'esperienza di almeno cinque anni nell'esecuzione dello stesso tipo di azione (articolo 13 del regolamento (CE) n. 501/2008);
- c) la parte del programma realizzata dall'organizzazione proponente non rappresenta più del 50% del suo costo complessivo, salvo in casi eccezionali debitamente giustificati e previa autorizzazione scritta della Commissione;
- d) l'organizzazione proponente si assicura che il costo delle azioni che intende realizzare essa stessa non superi le tariffe praticate correntemente sul mercato.

La conformità a tali condizioni è verificata dall'organismo competente.

1.5.2.2 Condizioni generali di ammissibilità degli organismi di esecuzione

Gli organismi di esecuzione selezionati dalle organizzazioni proponenti devono fornire informazioni che dimostrino che la loro impresa è finanziariamente sana e dispone delle infrastrutture necessarie e di personale dotato di un'esperienza adeguata per la realizzazione delle azioni.

1.5.2.3 Capacità economica e finanziaria

La giustificazione della capacità finanziaria ed economica dell'organismo o degli organismi di esecuzione sarà valutata attraverso la presentazione della seguente documentazione:

- a) una breve descrizione dell'attività economica della società in relazione ai servizi di cui sarà responsabile nell'ambito del programma proposto;
- b) bilanci o estratti di bilancio, qualora la pubblicazione del bilancio sia obbligatoria in base al diritto societario del paese in cui è stabilito il fornitore di servizi.

1.5.2.4 Capacità tecnica e attitudine del personale

Gli organismi di esecuzione devono fornire informazioni riguardanti i seguenti punti:

- a) una descrizione delle capacità professionali del personale;
- b) i principali servizi forniti in passato;
- c) conoscenza della situazione nel paese o nei paesi interessati dal programma nel settore specifico a cui si applica;
- d) conoscenza generale dei prodotti o delle tematiche interessate, ed esperienza di lavoro con altre organizzazioni e/o imprese professionali o interprofessionali settori agricolo o agroalimentare e/o con le istituzioni del settore pubblico.

1.5.2.5 Criteri di esclusione degli organismi di esecuzione

Gli organismi di esecuzione sono automaticamente esclusi dalle organizzazioni proponenti qualora si verifichi almeno una delle seguenti condizioni:

- a) se si trovano in stato di fallimento, liquidazione, cessazione o sospensione dell'attività, amministrazione controllata, concordato preventivo (o azione analoga), ovvero a carico dei quali sia in corso un procedimento di tal genere;
- b) se sono stati giudicati in via definitiva responsabili di un reato;
- c) se non sono in regola con il versamento dei contributi previdenziali e delle imposte.

1.5.3 Informazioni da trasmettere agli organi competenti

Ai fini dei controlli previsti dall'articolo 25 del regolamento (CE) n. 501/2008, le organizzazioni proponenti conservano tutti i documenti che ne giustificano la scelta dell'organismo o degli organismi di esecuzione.

1.6. Priorità sui programmi

La priorità è data ai programmi presentati da più Stati membri o che prevedono azioni in più Stati membri o paesi terzi (articolo 8 del regolamento (CE) n. 3/2008).

1.7. Conclusione dei contratti e costituzione delle cauzioni

Ai sensi dell'articolo 16 del regolamento (CE) n. 501/2008, gli Stati membri concludono contratti con le organizzazioni professionali rappresentative selezionate entro 90 giorni di calendario dalla notifica della decisione della Commissione.

A questo fine gli Stati membri utilizzano i contratti tipo messi loro a disposizione dalla Commissione.

Prima della conclusione del contratto, l'organizzazione proponente costituisce a favore delle autorità nazionali (organismo pagatore) una cauzione di buona esecuzione pari al 15% dell'importo massimo annuale del finanziamento dell'UE e dello Stato membro. Un'organizzazione contraente che è un organismo di diritto pubblico è autorizzata a presentare una garanzia scritta della sua autorità di tutela.

Se gli obblighi sottoscritti non sono correttamente rispettati, occorre fare riferimento all'articolo 20 del regolamento (CE) n. 2220/85 che contiene la definizione di "esigenza principale".

1.8. Contributo finanziario

La partecipazione finanziaria dell'Unione non supera il 50% del costo totale del programma. Le organizzazioni proponenti partecipano al finanziamento in misura pari al 20% almeno del costo effettivo del programma, mentre il finanziamento restante è a carico dello Stato membro o degli Stati membri (articolo 13 del regolamento (CE) n. 3/2008).

1.9. Anticipi e pagamenti intermedi

Nei 30 giorni successivi all'inizio di ogni periodo di 12 mesi può essere chiesto un anticipo pari al massimo al 30% dell'importo totale del finanziamento dell'UE e dello Stato membro.

Il pagamento di questo anticipo è subordinato alla costituzione da parte dell'organizzazione contraente di una cauzione a favore dello Stato membro di importo pari al 110% del suddetto anticipo.

Le domande di pagamento intermedio possono essere presentate entro la fine del mese di calendario successivo a quello in cui scade ogni periodo di tre mesi, calcolato a partire dalla data della firma del contratto.

I pagamenti sono effettuati entro 60 giorni. Tale termine può tuttavia essere sospeso per un periodo massimo di 30 giorni se è necessario richiedere informazioni aggiuntive all'organizzazione contraente (articolo 20 del regolamento (CE) n. 501/2008).

1.10. Pagamento del saldo

La domanda di pagamento del saldo è presentata dall'organizzazione proponente entro quattro mesi dalla data di conclusione delle azioni annuali.

Tale domanda dev'essere corredata di una relazione costituita da:

- a) un riepilogo delle realizzazioni;
- b) una valutazione dei risultati conseguiti;
- c) un riepilogo finanziario annuale, in cui figurano le spese programmate e realizzate;
- d) i documenti giustificativi relativi ai pagamenti effettuati, per i quali è richiesta una verifica al 100% per poter procedere al versamento del saldo

(articolo 19 del regolamento (CE) n. 501/2008).

1.11. Il comitato di sorveglianza

Il comitato è composto da rappresentanti della Commissione, degli Stati membri interessati, delle organizzazioni proponenti.

Esso vigila sulla corretta esecuzione dei programmi e garantisce il controllo:

- a) dei programmi e del calendario delle azioni;
- b) dei pagamenti;
- c) della conformità del materiale informativo e promozionale;
- d) delle relazioni trimestrali e annuali;
- e) dei risultati dei controlli;
- f) delle raccomandazioni contenute nelle relazioni di valutazione intermedie e finali, in caso di proroga del programma per un nuovo periodo di tre anni (articolo 24 del regolamento (CE) n. 501/2008);
- g) il verbale dovrebbe essere redatto nell'ambito di ciascun comitato di sorveglianza costituito per ciascun programma e trasmesso a ciascun partecipante (ossia le autorità competenti degli Stati membri, la Commissione e le organizzazioni proponenti); il verbale dovrebbe essere preparato dall'autorità dello Stato membro che ha organizzato il comitato (per i programmi multipaese il coordinatore);
- h) il comitato di sorveglianza dovrebbe essere organizzato almeno una volta all'anno per ciascun programma.

1.12. Controlli

Lo Stato membro effettua i controlli ogni anno. La scelta dei programmi da controllare è effettuata in base a un'analisi del rischio.

I controlli avvengono presso l'organizzazione contraente e l'organismo di esecuzione per verificare fra l'altro:

- a) l'esattezza delle informazioni e dei documenti giustificativi forniti;
- b) l'adempimento di tutte le obbligazioni previste dal contratto.

Eventuali irregolarità devono essere comunicate alla Commissione a norma del regolamento (CE) n. 1848/2006.

La Commissione può partecipare in qualsiasi momento ai controlli. Le autorità nazionali competenti trasmettono alla Commissione, almeno 30 giorni prima dei controlli, un calendario provvisorio dei controlli che lo Stato membro effettuerà (articolo 25 del regolamento (CE) n. 501/2008).

1.13. Riduzioni, recuperi e sanzioni

La presentazione tardiva di una domanda di pagamento intermedio del saldo comporta una riduzione del saldo pari al 3% per ogni mese di ritardo (articoli 18 e 19 del regolamento (CE) n. 501/2008).

In caso di pagamento indebito, il beneficiario rimborsa gli importi in questione maggiorati di un interesse calcolato in funzione del periodo trascorso tra il pagamento e il rimborso (articolo 26 del regolamento (CE) n. 501/2008).

In caso di frode o negligenza grave, l'organizzazione proponente rimborsa il doppio della differenza tra l'importo inizialmente pagato e l'importo effettivamente dovuto (articolo 27 del regolamento (CE) n. 501/2008).

2. PREPARAZIONE DI UNA DOMANDA

2.1. Denominazione del programma

Fornire la denominazione del programma.

2.2. Organizzazione o organizzazioni proponenti

Fornire le informazioni sulla rappresentanza dell'organizzazione o delle organizzazioni proponenti a livello nazionale e/o europeo per il settore o i settori interessati (per esempio, quota di mercato, prodotti e/o regioni interessati).

Per ogni organizzazione, confermare la disponibilità delle risorse tecniche e finanziarie necessarie per garantire un'attuazione efficace delle misure. Lo Stato membro chiede i documenti che considera più appropriati allo scopo, come copie di rendiconti finanziari e/o relazioni annuali degli ultimi tre anni. Descrivere precedenti esperienze nell'ambito dell'attuazione di programmi nazionali o regionali analoghi.

2.3. Organismo o organismi di esecuzione

Se l'organismo di esecuzione è stato selezionato

Fornire una descrizione dettagliata di come è stata eseguita la procedura competitiva e indicare le ragioni che hanno portato alla scelta dell'organismo o degli organismi proposti. Allegare l'offerta dell'organismo selezionato con il modulo di candidatura.

N.B. L'organismo o gli organismi di esecuzione devono essere indipendenti dall'organizzazione o dalle organizzazioni proponenti.

Fornire le prove che l'organismo o gli organismi di esecuzione selezionati dispongono della capacità tecnica e finanziaria per eseguire le attività in questione, tra cui risorse finanziarie commisurate alla portata del programma. Menzionare le dimensioni e la natura di eventuali partenariati partecipanti.

Se l'organismo di esecuzione non è stato selezionato

Fornire il calendario provvisorio e la procedura competitiva da utilizzare per la selezione. La selezione deve avvenire in ogni caso prima della sottoscrizione del contratto. Una volta selezionato l'organismo di esecuzione, le informazioni di cui ai punti 3.2 e 3.3 del modulo di domanda devono essere immediatamente fornite.

Se l'organizzazione proponente decide di realizzare una parte specifica del programma

L'organizzazione proponente può attuare talune parti del programma purché siano soddisfatte le condizioni di cui all'articolo 13 del regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione¹.

2.4. Precisazioni relative al programma

I prodotti ammissibili sono elencati nell'allegato I.A e nell'allegato II al regolamento (CE) n. 501/2008. La promozione di prodotti di marca non è ammissibile al finanziamento parziale da parte dell'UE. Qualsiasi riferimento all'origine dei prodotti dev'essere accessorio al messaggio principale, sebbene l'origine dei prodotti con una designazione conforme alla legislazione dell'UE (DOP, IGP, STG o PUR) debba essere menzionata.

I prodotti promossi dovrebbero essere definiti per evitare confusione con altri prodotti analoghi. Le definizioni dovrebbero essere rispettate per l'analisi di mercato.

Precisare se il programma riguarda principalmente gli aspetti legati all'informazione, quelli legati alla promozione o entrambi.

Nel caso in cui un programma venga presentato congiuntamente da più organizzazioni in più di uno Stato membro, è necessario ottenere l'accordo di ogni Stato membro per la parte del programma che lo riguarda.

L'elenco dei mercati ammissibili per l'esecuzione dei programmi nei paesi terzi figura nell'allegato II.B al regolamento (CE) n. 501/2008. Nel caso di programmi realizzati nel mercato interno, i paesi bersaglio possono essere esclusivamente gli Stati membri dell'UE.

La durata minima di un programma è di 12 mesi e la durata massima è di 36 mesi (24 mesi nel caso di uova e pollame). Il programma deve essere suddiviso in fasi della durata di un anno.

¹ GU L 147 del 6.6.2008, pag. 34.

Se la proposta costituisce la prosecuzione di uno o più programmi precedenti o se programmi analoghi sono in corso o sono stati completati recentemente,

- a) indicare il nome, la durata e i mercati destinatari del programma o dei programmi precedenti;
- b) i risultati ottenuti, se sono noti all'epoca in cui è stato presentato il programma.

Se è intenzionata a proseguire un programma per un secondo periodo di tre anni, l'organizzazione proponente deve darne notifica entro la fine del secondo anno del primo periodo triennale, onde evitare discontinuità che potrebbero seriamente compromettere l'impatto delle campagne.

2.5. Descrizione del programma

Questa parte del documento contiene le informazioni necessarie su come progettare un programma promozionale. Esso fornisce alle organizzazioni professionali rappresentative suggerimenti e indicazioni su come redigere i programmi promozionali. In particolare, può fornire un supporto metodologico nella fase di concezione, pianificazione, attuazione e controllo delle proposte di programma presentate agli Stati membri e successivamente alla Commissione.

I seguenti punti riportano le questioni chiave da prendere in considerazione, rappresentate da cinque criteri:

- a) coerenza tra le misure attuate e gli obiettivi del regolamento;
- b) azioni e canali informativi utilizzati e loro efficacia in termini di costi;
- c) copertura e contenuto dei programmi;
- d) impatto ed efficacia delle misure; nonché
- e) complementarità tra programmi presentati dagli Stati membri e programmi trasmessi dalle organizzazioni professionali.

Per consentire l'elaborazione di un programma di promozione, sono state predisposte domande e linee di pensiero per ciascuno dei criteri summenzionati. Tali domande e suggerimenti non richiedono domande secche del tipo "sì" o "no", ma vanno considerati come strumenti utili da impiegare per iniziare a preparare un programma promozionale.

2.5.1. Contesto generale – situazione del mercato e della domanda

Descrivere le motivazioni che hanno indotto a presentare la proposta, ad esempio sotto il profilo della situazione del mercato o della domanda di prodotti interessati o della necessità di diffondere l'informazione attraverso il programma. Utilizzare statistiche aggiornate sulla base delle definizioni del prodotto promosso (cfr. anche il punto 4).

Per esempio, le ragioni potrebbero essere:

- a) calo dei consumi (nel mercato interno e nei paesi terzi);
- b) potenziale incremento dei consumi (in particolare nei paesi terzi);
- c) eccessiva produzione + potenziale incremento dei consumi;
- d) mancato assorbimento dei prodotti;
- e) scarsa consapevolezza dei consumatori.

È necessario inoltre prendere in considerazione i seguenti aspetti:

– *Coerenza tra le misure attuate e gli obiettivi del regolamento*

- a) In che modo le misure proposte corrispondono agli obiettivi del regolamento e ai punti di forza e di debolezza, alle opportunità e alle minacce da affrontare?
- b) È specificato con chiarezza che il programma non è concepito per promuovere un marchio particolare e non è invece finalizzato a incoraggiare il consumo di prodotti sulla base della loro origine specifica?
- c) Quali sono gli aspetti strutturali in gioco nella promozione del prodotto?

– *Portata e contenuto dei programmi*

- a) In che modo il programma tiene conto delle specificità dei mercati di destinazione: vicinanza, dimensioni, vincoli, competizione, possibile posizionamento del prodotto?

– *Impatto ed efficacia delle misure*

- a) Il progetto del programma rende possibile, in termini di identificazione dei bisogni dei gruppi/paesi di destinazione, il raggiungimento degli obiettivi perseguiti? Perché?
- b) Sono disponibili statistiche riguardo all'evoluzione della domanda/delle vendite/dei consumi del prodotto in questione nei paesi interessati dal programma?

Per i punti da 5.2 a 5.7, occorre tener conto del fatto che gli obiettivi, i gruppi destinatari, le tematiche e i messaggi di un programma devono costituire un insieme coerente.

2.5.2. Obiettivi

Specificare gli obiettivi del programma in termini di obiettivi concreti e quantificati. Eventualmente, fare una distinzione per gruppo destinatario e/o mercato destinatario. In merito alla coerenza tra misure attuate e obiettivi del regolamento è necessario considerare anche i seguenti punti:

- gli obiettivi dei programmi sono compatibili con quelli del regolamento?
- Gli obiettivi sono stati scelti sulla base di un precedente programma?
- Gli obiettivi sono stati adeguati alle esigenze dei gruppi/paesi di destinazione?
- Gli obiettivi sono SMART? (specifici, misurabili, realizzabili, pertinenti e definiti nel tempo):
 - a) obiettivi specifici: per poter essere compresi chiaramente, gli obiettivi devono essere precisi;
 - b) misurabili: gli obiettivi devono poter essere conseguiti sulla base di indicatori;
 - c) realizzabili: gli obiettivi devono essere realistici;
 - d) pertinenti: gli obiettivi devono corrispondere agli aspetti affrontati dal programma;
 - e) definiti nel tempo: gli obiettivi devono poter essere conseguiti entro il limite temporale previsto dal programma.

2.5.3. Strategia del programma

I programmi dovrebbero essere presentati e valutati in relazione ai seguenti aspetti:

- a) coerenza fra le azioni finanziate e gli obiettivi. Non è necessario coprire tutti gli obiettivi elencati nelle linee guida definite nell'allegato I al regolamento (CE) n. 501/2008. È opportuno invece selezionare gli obiettivi appropriati per raggiungere una strategia promozionale efficiente ed efficace;
- b) i programmi di promozione devono essere preceduti da studi di mercato approfonditi che giustifichino le logiche dell'intervento proposto. Ciò permetterà di identificare preliminarmente i gruppi di destinazione, i luoghi di attuazione delle azioni e i diversi materiali da utilizzare nell'ambito dei programmi e consentirà altresì di elaborare un approccio sistematico;
- c) la complementarietà dei programmi finanziati dagli Stati membri, dei programmi del settore privato e dei programmi cofinanziati dall'Unione europea dovrebbe essere chiarita, per accrescere le sinergie tra i vari interventi e garantire che essi si rafforzino gli uni con gli altri in maniera efficace.

Per le proposte riguardanti il mercato interno occorre assicurarsi che la strategia e le azioni e gli strumenti principali del programma rispecchino le linee guida fissate nel regolamento (CE) n. 501/2008. Per tutte le proposte si deve prestare attenzione al seguente punto:

– *Coerenza tra le misure attuate e gli obiettivi del regolamento*

- a) Il programma prevede una strategia basata sugli obiettivi e gli aspetti in gioco, la durata della promozione e le risorse umane e finanziarie interessate?

Gli obiettivi, la strategia e i gruppi destinatari di un programma devono costituire un insieme coerente. Nel caso dei programmi per il mercato interno, le linee direttrici allegate al regolamento (CE) n. 501/2008 forniscono informazioni relative ai gruppi destinatari raccomandati per i diversi settori (articoli 1, 8 e 9 del regolamento (CE) n. 501/2008).

2.5.4. Destinatari

Nel caso dei programmi per il mercato interno, le linee direttrici allegate al regolamento (CE) n. 501/2008 forniscono informazioni sui gruppi destinatari raccomandati per i vari settori. Devono inoltre essere presi in considerazione i seguenti aspetti:

– *Coerenza tra le misure attuate e gli obiettivi del regolamento*

- a) In che modo sono stati selezionati i paesi o le regioni geografiche interessati dal programma?
- b) In base a quali criteri sono stati selezionati i gruppi destinatari?

– *Impatto ed efficacia delle misure*

- a) I gruppi/paesi interessati dalla misura sono stati quantificati in maniera sufficiente prima di mettere in atto la misura?
- b) Si è tenuto conto delle pratiche o dei vincoli locali?
- c) Qual è la posizione sul mercato del prodotto: si tratta di un prodotto di punta, escluso dal circuito o introdotto di recente sul mercato?

2.5.5. *Tematiche da affrontare e principali messaggi da trasmettere*

In merito alla coerenza tra misure attuate e obiettivi del regolamento è necessario tener conto anche dei seguenti elementi:

- a) Quali sono le tematiche, i messaggi e i canali più comunemente utilizzati?
- b) In relazione agli obiettivi, la combinazione tra canali di comunicazione, messaggi e gruppi/paesi di destinazione è stata presa in considerazione con la dovuta attenzione? Si prega di fornire chiarimenti in proposito.

Nel caso in cui si menzionino gli effetti a livello sanitario o il valore nutrizionale derivante dal consumo di prodotti, è indispensabile riportare la base scientifica di tali affermazioni. Tutti questi riferimenti devono essere conformi alla legislazione nazionale e unionale nel settore della salute. Per i programmi destinati al mercato interno, i materiali contenenti indicazioni sulla salute devono essere accettati dalle autorità competenti nazionali.

Se vengono menzionati il paese o la regione d'origine del prodotto, tale indicazione deve essere secondaria rispetto al messaggio principale che fornisce informazioni sulle caratteristiche e le qualità del prodotto.

Per i programmi nei paesi terzi, l'organismo proponente deve confermare che i messaggi d'informazione e/o promozione che verranno trasmessi ai consumatori e ad altri gruppi destinatari saranno conformi alla legislazione applicabile nei paesi destinatari.

È importante presentare la dimensione europea del programma. Tale parametro del programma è considerato un suo vantaggio importante.

2.5.6. *Azioni*

Va osservato che per “programma” si intende un insieme di azioni coerenti (vale a dire non un'unica azione). Fornire informazioni sufficienti sulle azioni e sugli strumenti che saranno usati per realizzare tali azioni, tra cui il numero, il volume e/o le dimensioni e i costi unitari previsti, allo scopo di giustificare il bilancio proposto. Le azioni devono essere in linea con gli obiettivi del regolamento.

Tutte le azioni comprese nel programma devono includere una chiara descrizione della composizione dei costi implicati. A titolo di esempio:

Azione X “Partecipazione alla mostra AAA”

Affitto dello spazio	EUR/m ²	Costo totale
Preparazione dello stand	EUR/m ²	Costo totale
Personale addetto allo stand	EUR/persona/giorno	Costo totale
Altri costi (precisare pasti, trasporto, ecc.)	EUR/partecipante	Costo totale
...

Tuttavia, qualora siano pianificate molte azioni simili (per esempio, punti vendita), è sufficiente descrivere il contenuto della struttura dei costi di una di tali azioni.

Le azioni devono consentire di trasmettere temi e messaggi e di raggiungere gli obiettivi perseguiti. Devono inoltre essere conformi all'articolo 2 del regolamento (CE) n. 3/2008 e alle linee direttrici di cui all'allegato I al regolamento (CE) n. 501/2008.

Si rammenta che qualsiasi riferimento all'origine dei prodotti (paese o regione d'origine) deve essere secondario al messaggio centrale della campagna (caratteristiche e qualità intrinseche).

La proposta deve contenere un calendario provvisorio per l'attuazione delle diverse azioni. I luoghi in cui si svolgeranno le attività devono essere indicati (specificare la città o le città o, in casi eccezionali, la regione o le regioni; per esempio, "gli Stati Uniti" non è un'informazione sufficientemente precisa). Se sono proposte azioni mediatiche, deve essere allegato un piano mediatico provvisorio.

La descrizione delle azioni deve seguire la medesima struttura (titoli/categorie) e il medesimo ordine (numerazione) del formato della tabella del bilancio (cfr. il punto 8 seguente). Le proposte devono inoltre tener conto di quanto segue:

– *Azioni e canali informativi utilizzati e loro efficacia in termini di costi:*

- a) Quali sono le azioni più efficaci in termini di informazioni sul settore in questione e promozione dello stesso?
- b) Il programma fornisce informazioni sufficienti su ciascuna delle azioni selezionate?

– *Portata e contenuto dei programmi*

- a) Su quale base sono state scelte le misure al fine di minimizzarne i costi e massimizzarne gli effetti/impatti?
- b) Le azioni mirate a gruppi/paesi destinatari diversi sono state progettate tenendo conto delle loro caratteristiche specifiche?
- c) Sono state fatte stime della relazione tra il costo delle azioni e i loro effetti/impatti attesi sui gruppi/paesi destinatari selezionati?

– *Impatto ed efficacia delle misure*

- a) L'indagine/la situazione del mercato su cui è fondata la proposta offre una solida base per la valutazione degli obiettivi SMART?
- b) Sono disponibili statistiche relative alla valutazione della domanda e delle vendite/dei consumi del prodotto in questione nei paesi interessati dal programma?
- c) In base a quali elementi concreti sarà possibile stabilire l'efficacia del programma?

2.6. Impatto/valutazione prevedibile

Specificare l'impatto previsto del programma sulla domanda del prodotto, la familiarità dei consumatori verso il prodotto e/o la sua immagine e/o qualsiasi altro aspetto associato agli obiettivi. Quantificare il più possibile i risultati previsti dell'attuazione del programma.

Descrivere il metodo o i metodi che dovranno essere utilizzati ogni anno per misurare l'impatto. La valutazione dovrebbe essere il più possibile quantitativa. Specificare in che modo sarà effettuata la valutazione. Alla fine di ciascuna fase? Al termine del programma?

2.7. Dimensione del programma a livello di Unione europea

Descrivere gli eventuali benefici a livello di Unione europea che deriveranno dal programma e che ne giustificano il cofinanziamento a livello unionale.

Qual è la dimensione del programma a livello di Unione europea in termini di: divulgazione di standard di produzione europei e di sinergie tra organizzazioni e autorità in più di uno Stato membro, promozione dell'immagine dei prodotti europei sui mercati internazionali e della qualità e sicurezza dei prodotti alimentari europei, sensibilizzazione verso i prodotti europei nel pubblico in generale e nei circuiti commerciali, diffusione di pratiche dietetiche e di una cultura dell'alimentazione europee, ecc.

2.8. Bilancio

Il bilancio deve essere presentato sotto forma di tabella in cui sono ricapitolate tutte le azioni previste nel programma, con l'indicazione del costo annuale e totale. I costi devono essere ripartiti per azione, anno e paese beneficiario. È necessario garantire che i costi delle azioni non eccedano i consueti tassi di mercato. Se un programma coinvolge più paesi e/o organizzazioni proponenti, deve essere presentato un solo bilancio coordinato per l'insieme del programma.

La presentazione del bilancio (in euro) deve seguire la stessa struttura (titoli/categorie) e lo stesso ordine (numerazione) dell'elenco delle azioni. Se il programma comprende più paesi, i costi devono essere dettagliati per paese e per azione. Gli onorari dell'organismo/degli organismi di esecuzione devono essere presentati separatamente.

Se alcune azioni previste sono identiche o molto simili, deve essere inclusa anche una ripartizione dettagliata e strutturata degli elementi di bilancio che formano tali azioni "standard".

Se gli onorari dell'organismo o degli organismi di esecuzione sono presentati come forfait, il livello massimo di tale importo non supera il 13% del costo effettivo dell'esecuzione delle azioni per i programmi proposti da uno Stato membro e il 15% per i programmi proposti da più di uno Stato membro. Se si prevede di fatturare gli onorari dell'organismo/degli organismi di attuazione sulla base dei lavori realmente effettuati, la proposta deve includere una stima del numero di ore necessarie per i suddetti lavori nonché del loro costo unitario.

Particolare attenzione deve essere prestata alle spese non ammissibili al cofinanziamento da parte dell'UE (cfr. allegato III del contratto tipo).

Tabella sintetica del bilancio in euro (EUR): queste tabelle devono essere modificate secondo le indicazioni del programma, nonché in base alla natura delle varie azioni e al livello di ripartizione dei costi considerato necessario dallo Stato membro o dagli Stati membri interessati.

AZIONI (per ciascun paese destinatario)	1° ANNO	2° ANNO	3° ANNO	TOTALE
Azione 1*				
Azione 2*				

Azione N.*				
Totale per le azioni (1)				
Spese relative alla garanzia di buona esecuzione				
Onorari dell'organismo di esecuzione (massimo 13/15% di (1), allegato III, punto B.1.2, al contratto)				
Misurazione dei risultati delle azioni (massimo 3% di (1), allegato III, punto C.5, al contratto)				
Costi diretti totali per il programma (2)				
Spese generali (massimo [3-5 mercato interno] [4-6 paesi terzi]% di (2), allegato III, punto A.2, al contratto)				
TOTALE PER IL PROGRAMMA				

* Compresi gli onorari fatturati in base a una tariffa oraria (allegato III, punto B.1.1, al contratto).

Efficacia economica

1. L'efficacia economica è considerata sulla base della presentazione del bilancio. Il bilancio deve essere sufficientemente dettagliato per consentire l'identificazione, il controllo e la verifica delle azioni proposte.
2. L'efficacia economica del programma è dimostrata, fra l'altro, con riguardo:
 - a) all'importo globale;
 - b) ai costi indicati per ogni voce e sottovoce;
 - c) all'equilibrio fra le varie voci di spesa;
 - d) al raggiungimento dei gruppi destinatari (tasso di copertura);
 - e) al coinvolgimento di professionisti e intermediari;
 - f) a una migliore percezione del prodotto o dei prodotti promossi;
 - g) al miglioramento delle conoscenze dei consumatori;
 - h) alla creazione di nuovi punti vendita;
 - i) allo sviluppo del mercato sul piano di qualità e quantità;
 - j) a minori costi e/o a scadenze più ravvicinate.

Se una parte del programma deve essere attuata dall'organizzazione proponente, i relativi costi devono essere presentati come segue:

AZIONI (per ciascun paese destinatario)	1° anno	2° anno	3° anno	Totale
Azione 1*				
Azione 2*				
Azione N.*				
Totale azioni				
Totale programma				
Proporzione (%) finanziata dall'organizzazione proponente				

* Compresi gli onorari fatturati in base a una tariffa oraria (allegato III, punto B.1.1, al contratto).

Si dovrà tener conto dei seguenti punti, che riguardano la coerenza tra le misure realizzate e gli obiettivi del regolamento:

- a) Il bilancio è definito anno per anno, paese per paese?
- b) Le spese sono state calcolate per ogni singola azione?
- c) I prezzi unitari sono stati verificati per ogni azione?
- d) Il programma di informazione e promozione sarà attuato senza il finanziamento dell'UE? In caso affermativo, per quale motivo? Come?
- e) Il cofinanziamento dell'UE porterà valore aggiunto al programma di informazione e promozione? Come? Perché?

2.9. Piano di finanziamento

La partecipazione finanziaria dell'Unione europea non supererà il 50% del costo attuale dei programmi per ciascun anno di attività. L'organizzazione proponente partecipa al finanziamento in misura pari al 20% almeno del costo effettivo del programma, mentre il finanziamento restante è a carico dello Stato membro interessato. La partecipazione dello Stato membro può essere compresa tra lo 0% e il 30%; tuttavia, anche nei casi in cui lo Stato membro non contribuisca al finanziamento del programma, esso dovrà accettarlo e trasmetterlo alla Commissione. Il contributo finanziario dell'organizzazione o delle organizzazioni professionali dello Stato o degli Stati membri può provenire da imposte o da contributi obbligatori.

La percentuale menzionata al primo paragrafo è del 60% per le azioni di promozione della frutta e degli ortaggi destinate specificamente ai bambini negli istituti scolastici dell'UE. La

percentuale menzionata nel primo paragrafo è pari al 60% per le misure realizzate nell'Unione riguardanti le informazioni sul consumo.

Nel caso di programmi presentati congiuntamente da più di un'organizzazione professionale e da più di uno Stato membro, i rispettivi contributi finanziari devono essere chiaramente definiti prima che il programma sia trasmesso alla Commissione.

CONTRIBUTO FINANZIARIO	1° anno		2° anno		3° anno		Totale	
	EUR	%	EUR	%	EUR	%	EUR	%
Commissione europea <i>(non più del 50% o 60%)</i>								
Stato membro								
Organizzazione proponente <i>(almeno 20%)</i>								
TOTALE		100		100		100		100

Le attività d'informazione e di promozione che ricevono un sostegno in virtù del regolamento (CE) n. 1698/2005 non possono beneficiare di una partecipazione finanziaria ai sensi del regolamento (CE) n. 501/2008 (articolo 15, paragrafo 4, del regolamento n. 501/2008).

2.10. Altre informazioni pertinenti

Qualsiasi altra informazione richiesta dallo Stato membro o considerata pertinente dall'organizzazione proponente può essere aggiunta qui.

http://ec.europa.eu/comm/agriculture/prom/index_en.htm

3. FREQUENTI MOTIVI SU CUI SI FONDA IL RIGETTO DI UN PROGRAMMA

- 1) L'organizzazione proponente non è rappresentativa: talvolta, le organizzazioni proponenti sono rappresentative soltanto di una minima parte del relativo settore di attività oppure hanno un numero limitato di membri. L'esistenza di altre organizzazioni legittimamente rappresentative per gli stessi settori è un fattore indicativo, che è variabile e dipende dal prodotto e dall'organizzazione generale dei mercati nazionali. Prima di inviare il programma alla Commissione gli Stati membri devono verificare l'aspetto della rappresentatività. L'articolo 6, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio e l'articolo 8, paragrafo 1, secondo comma, del regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione stabiliscono che le organizzazioni professionali o interprofessionali proponenti siano rappresentative del settore riferito al prodotto promosso attraverso la campagna.
- 2) Non è disponibile uno studio di mercato pertinente/preciso: uno studio di mercato dovrebbe fornire una solida base atta a giustificare l'investimento nella campagna. Nello studio di mercato dovrebbe essere indicata la necessità di preparare la campagna proposta per giustificare l'approvazione dell'assistenza finanziaria alla campagna.
- 3) Le azioni non formano un insieme coerente di attività: in applicazione dell'articolo 1, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione, per "programma" si intende un insieme di azioni coerenti di portata tale da contribuire a promuovere l'informazione relativa ai prodotti e alle vendite. L'insieme di azioni selezionate dovrebbe corrispondere agli obiettivi del programma, ai gruppi destinatari e al tipo di prodotto; inoltre, le azioni dovrebbero integrarsi vicendevolmente il più possibile nell'ambito del medesimo mercato di destinazione.
- 4) Le azioni non sono rivolte al gruppo o ai gruppi destinatari: non è coerente se le attività intraprese sono rivolte ad altri gruppi rispetto a quelli cui è destinato il programma. Per esempio, se un programma è rivolto ai consumatori, esso non può prevedere la partecipazione a eventi riservati soltanto a distributori, senza alcuna correlazione con i consumatori o un chiarimento in tal senso.
- 5) Il programma è realizzato soltanto in una città: è necessario che le attività condotte in un mercato interessino una buona fetta del mercato di destinazione e non siano limitate soltanto a una sua porzione estremamente circoscritta. È il caso, per esempio, di azioni di un programma rivolte esclusivamente a una piccola città e non all'intero Stato e ai suoi cittadini.
- 6) Descrizione delle azioni non sufficientemente dettagliata: **per ottenere l'approvazione di un programma** è necessario definire le attività in esso contenute e spiegare e giustificare le varie spese implicate. In conformità all'articolo 8, paragrafo 2, lettera c), del regolamento (CE) n. 501/2008, i programmi devono essere sufficientemente dettagliati da permettere la valutazione della loro conformità alla normativa in vigore e della loro efficacia in termini di costi/benefici.
- 7) Le azioni per il programma non sono sufficientemente efficaci sotto il profilo dei costi: è necessario che le spese presentate siano realistiche ed efficienti e offrano un buon rapporto costi-benefici. Ai sensi dell'articolo 7, paragrafo 1, e dell'articolo 9 del regolamento (CE) n. 3/2008, gli Stati membri interessati verificano il rapporto qualità/prezzo del programma in questione. Inoltre, l'articolo 7, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio stabilisce che i servizi della Commissione

sono tenuti a verificare che il programma proposto offra un buon rapporto qualità/prezzo. Per esempio, i prezzi della pubblicità devono essere realistici e tener conto delle riduzioni.

- 8) Manca la valutazione del precedente programma (se del caso): è importante che i risultati di un programma terminato gestito da un'organizzazione siano trasmessi ai fini della valutazione. Per esempio, un'organizzazione che gestisce una campagna con una serie di problemi dovuti a carenze è responsabile di tali carenze. Tali carenze e problemi di efficienza saranno tenuti in considerazione nella valutazione.
- 9) Vi sono carenze nella procedura di selezione dell'organismo di esecuzione: è importante che l'organismo di esecuzione sia selezionato con una procedura competitiva verificata dallo Stato membro. In conformità all'articolo 8, paragrafo 3, in vista dell'attuazione dei suoi programmi, ciascuna organizzazione proponente seleziona uno o più organismi di esecuzione dopo averli messi in concorrenza secondo modalità idonee e verificate dallo Stato membro. Ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 2, lettera e), gli Stati membri esaminano le capacità tecniche e le garanzie di efficacia dell'organismo di esecuzione proposto. L'elenco della documentazione richiesta dovrà essere sempre fornito nella domanda, in modo da offrire una garanzia di osservanza degli articoli suddetti.
- 10) Ripartizione dei bilanci delle azioni ed esempi di problemi correlati (articolo 8, paragrafo 2, lettera c), del regolamento (CE) n. 501/2008 della Commissione). Le attività proposte non offrono un livello sufficiente di ripartizione di bilancio e perciò rendono complessa la valutazione del **buon rapporto costi-benefici** delle attività proposte:
 - a) attività presentate in maniera vaga e trasmissione di un unico bilancio generale;
 - b) nella descrizione non è presente un livello sufficiente di ripartizione del bilancio tale da giustificare le spese previste e la loro potenziale valutazione da parte dello Stato membro e dei servizi della Commissione.

4. ALLEGATO

La documentazione aggiornata (modulo di candidatura, contratto tipo, elenco delle autorità competenti e manuale) necessaria per la presentazione di una domanda di sostegno finanziario concernente un programma di promozione e/o informazione è disponibile al seguente indirizzo Internet:

http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/procedure/index_en.htm