



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ  
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΡΟΦΙΜΩΝ  
Δ/ΝΣΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΤΥΠΟΠΟΙΗΣΗΣ  
ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΟΙΝΟΥ ΚΑΙ  
ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΩΝ ΠΟΤΩΝ**

**Ταχ. Δ/ση :** Αχαρνών 2,  
Τ.Κ. 10176, ΑΘΗΝΑ

**Πληροφορίες:** Αμαλία Παπαγιαννοπούλου

**Τηλ. :** 210 2124173, 4171, 4169

**Fax:** 210 5238337

**e-mail:** ax2u043@minagric.gr

**ΕΞ. ΕΠΕΙΓΟΝ**

**Αθήνα, 24 /05 / 2013**

**Αρ. Πρωτ. :2505/62853**

**ΠΡΟΣ: Ως Π. Δ.**

**ΚΟΙΝ:** 1. Γραφείο Υπουργού  
κ. Α. Τσαυτάρη  
2. Γραφείο Γεν. Γραμ. Αγρ.  
Πολιτικής & Διεθνών  
Σχέσεων κ. Δ. Μελά

**Θέμα: «Ένταξη δικαιούχων στο μέτρο Προώθηση οίνων σε αγορές τρίτων χωρών για τη νέα προγραμματική περίοδο 2014-2018».**

Με την παρούσα εγκύκλιο και μετά τις κατευθυντήριες Οδηγίες της Ε.Ε. για την εφαρμογή του μέτρου «Προώθηση οίνων σε αγορές τρίτων χωρών» για τη νέα προγραμματική περίοδο 2014-2018, σας γνωρίζουμε τα εξής:

- 1. Δικαιούχοι του μέτρου:** επιχειρήσεις (ιδιωτικές, συνεταιριστικές), καθώς και επαγγελματικές οργανώσεις, οργανώσεις παραγωγών, διεπαγγελματικές οργανώσεις ή δημόσιοι οργανισμοί.
- 2. Επιλέξιμα προϊόντα:** οίνοι με Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης ή/και Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη ή/και Ποικιλιακοί οίνοι.
- 3. Επιλέξιμες δράσεις:**
  - α) δημόσιες σχέσεις, μέτρα προώθησης ή διαφήμισης, ιδίως εκείνα που τονίζουν τα πλεονεκτήματα των κοινοτικών προϊόντων, σε σχέση ιδίως με την ποιότητα, την ασφάλεια των τροφίμων ή την προστασία του περιβάλλοντος,

β) συμμετοχή σε εκδηλώσεις, εμποροπανηγύρεις ή εκθέσεις διεθνούς σημασίας,

γ) ενημερωτικές εκστρατείες, ιδίως για τα κοινοτικά συστήματα που αφορούν τις ονομασίες προέλευσης, τις γεωγραφικές ενδείξεις και τη βιολογική παραγωγή,

δ) μελέτες νέων αγορών, αναγκαίες για τη διεύρυνση των εμπορικών διεξόδων,

ε) μελέτες για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των μέτρων προώθησης και ενημέρωσης.

Πιο συγκεκριμένα:

α) Καταχωρίσεις στο γενικό και εξειδικευμένο Τύπο.

β) Διαφήμιση στο διαδίκτυο και άλλα οπτικοακουστικά μέσα επικοινωνίας (τηλεόραση, ραδιόφωνο) – Δημιουργία ιστοσελίδας.

γ) Παραγωγή έντυπου υλικού (φυλλάδια, έντυπα, χάρτες).

δ) Επιδείξεις στα σημεία πώλησης, γευσιγνωσίες.

ε) Συμμετοχή σε εμπορικές και άλλες εκθέσεις, ομαδικά εκθεσιακά περίπτερα που παρουσιάζουν προϊόντα από διάφορα κράτη μέλη.

στ) Δημόσιες σχέσεις.

Τα μηνύματα ενημέρωσης ή/και προώθησης βασίζονται στις εγγενείς ιδιότητες του οίνου και είναι σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία των τρίτων χωρών τις οποίες στοχεύουν.

4. Όσον αφορά τις **μελέτες για την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων** θα πρέπει να περιλαμβάνουν ποσοτικούς δείκτες ως εξής:

Δείκτες μέτρησης υλοποίησης των δράσεων, για παράδειγμα:

- Ο αριθμός των εκδηλώσεων που διοργανώνονται
- Ο αριθμός των γευσιγνωσιών που διοργανώνονται
- Ο αριθμός των επαγγελματιών με τους οποίους έγινε επαφή, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου/ ταχυδρομείου.

Δείκτες αποτελεσμάτων για τη μέτρηση των άμεσων και έμμεσων επιπτώσεων των δράσεων, για παράδειγμα:

- Ο αριθμός των επαγγελματιών / εμπειρογνομόνων / εισαγωγέων οι οποίοι συμμετείχαν σε γευσιγνωσία
- Ο αριθμός των επαγγελματιών / εμπειρογνομόνων / εισαγωγέων οι οποίοι συμμετείχαν σε γευσιγνωσία και επικοινωνήσαν με το δικαιούχο

- Ο αριθμός των άρθρων που δημοσιεύονται στον Τύπο μέσα σε ένα μήνα από την εκστρατεία δημοσίων σχέσεων.

Δείκτες επιπτώσεων (αξιολογεί τα οφέλη πέρα από τις άμεσες επιδράσεις), όπως για παράδειγμα:

- τάσεις των πωλήσεων κατά το μήνα / έξι μήνες μετά τις εργασίες προώθησης
- τάσεις των πωλήσεων του δικαιούχου για το έτος μετά από τις εκστρατείες προώθησης στην περιοχή στην οποία έλαβε χώρα σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος και σε σχέση με τις γενικές τάσεις των πωλήσεων στην εν λόγω αγορά
- σύγκριση του κόστους του μάρκετινγκ πριν και μετά τις προωθητικές ενέργειες
- καταναλωτικές τάσεις για το προϊόν σε αυτή τη χώρα
- την αξία και τον όγκο των εξαγωγών του προϊόντος που προωθείται
- τάση του μέσου κόστους ανά μονάδα του εξαγόμενου προϊόντος στη χώρα στην οποία πραγματοποιήθηκαν οι εργασίες προώθησης
- αλλαγή της εικόνας των ευρωπαϊκών προϊόντων ποιότητας, η τάση της φήμης.

Ανάλογα με την περίπτωση, οι δείκτες αυτοί θα πρέπει να ερμηνεύονται βάσει κατάλληλων στατιστικών στοιχείων, ερωτηματολογίων (πριν, κατά τη διάρκεια και στο τέλος του έργου), κλπ

5. Τα **προγράμματα υποβάλλονται** στο Τμήμα Οίνου & Αλκοολούχων Ποτών, της Δ/σης Μεταποίησης, Τυποποίησης & Ποιοτικού Ελέγχου.

Κατά την υποβολή ο αιτών οφείλει:

- α) Να τηρεί την κοινοτική και εθνική νομοθεσία για τα σχετικά προϊόντα.
- β) Να υποβάλλει το πρόγραμμα εμπρόθεσμα, σε 2 αντίτυπα, καθώς και σε ηλεκτρονική μορφή (σε 2 CD), σύμφωνα με τα συνημμένα υποδείγματα.
- γ) Να αποδείξει την επιλεξιμότητα του προγράμματος όσον αφορά το προϊόν και τις διαλαμβανόμενες ενέργειες.
- δ) Να συμπεριλάβει στο φάκελο του προγράμματος σύντομη περίληψη αυτού (μέχρι 500 λέξεις) στην Αγγλική γλώσσα.

ε) Σε περίπτωση που έχει γίνει επιλογή εκτελεστικού οργανισμού να υποβάλλει όλα τα απαραίτητα στοιχεία (δημοσίευση διαγωνισμού, γνωστοποίηση τρόπου επιλογής, προσφορές, πρακτικό επιλογής) ή σε αρνητική περίπτωση, αναφορά για τη διαδικασία και χρόνο επιλογής τους.

στ) Να προσκομίσει υπεύθυνη δήλωση για την οικονομική κάλυψη της ίδιας συμμετοχής, καθώς και ότι δεν χρηματοδοτείται από άλλα συναφή κοινοτικά προγράμματα.

ζ) Να προσκομίσει υπεύθυνη δήλωση για την εξαγωγική δραστηριότητα και το εμπορικό δίκτυο όπου θα αναφέρονται:

αα) οι ποσότητες οίνων, που εξάγονται σε εκατόλιτρα,

ββ) οι εμπορικοί αντιπρόσωποι στις διάφορες περιοχές,

γγ) το χρονικό διάστημα κατά το οποίο ασκείται εξαγωγική δραστηριότητα.

η) Να αποδεικνύει τη συνάφεια της υποβαλλόμενης πρότασης με το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο του Αμπελοοινικού Τομέα.

θ) Σε περίπτωση υποβολής προγράμματος από ενώσεις νομικών ή φυσικών προσώπων ή από ομάδα επιχειρήσεων, υποβάλλεται ιδιωτικό συμφωνητικό στο οποίο πρέπει να ορίζονται τα εξής:

αα) ο εκπρόσωπος της ομάδας ο οποίος θα είναι υπεύθυνος για την εφαρμογή του προγράμματος έναντι της αρμόδιας αρχής και ο οποίος θα ορίζεται ως συντονιστής,

ββ) το φυσικό ή νομικό πρόσωπο στο οποίο θα εκδίδονται τα φορολογικά στοιχεία,

γγ) το ποσοστό συμμετοχής όλων των συμβαλλόμενων στις δαπάνες του προγράμματος.

## **6. Κριτήρια επιλεξιμότητας και αξιολόγησης:**

### **1. Κριτήρια επιλεξιμότητας**

α) Τήρηση της κοινοτικής και εθνικής νομοθεσίας για τα σχετικά προϊόντα.

β) Ύπαρξη εγγυήσεων για την αποτελεσματικότητα των αιτούντων όσον αφορά την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, την πρόσβασή τους στην απαιτούμενη τεχνική ικανότητα καθώς και για τη διασφάλιση

ότι το κόστος του προγράμματος δεν υπερβαίνει τις κανονικές τιμές της αγοράς. Η τεχνική ικανότητα του αιτούντος αποδεικνύεται με την υποβολή στοιχείων για την ύπαρξη της απαραίτητης υποδομής καθώς και προσωπικού με την κατάλληλη πείρα για την εφαρμογή του μέτρου.

γ) Τα μηνύματα ενημέρωσης ή/και προώθησης που περιλαμβάνονται στα προγράμματα να βασίζονται στις εγγενείς ιδιότητες του οίνου και να είναι σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία των τρίτων χωρών στις οποίες στοχεύουν.

δ) Συνοχή των προτεινόμενων στρατηγικών με τους καθορισθέντες στόχους

## **2. Κριτήρια αξιολόγησης**

α) Υποβολή από Δημόσιους Οργανισμούς (Public Bodies) καθώς και Διεπαγγελματικές Οργανώσεις του Αμπελοοινικού Τομέα.

β) Προγράμματα που καταδεικνύουν συνάφεια με το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο του Αμπελοοινικού Τομέα.

γ) Υποβολή από Περιφερειακές Οργανώσεις του κλάδου, ή από Οργανώσεις που εκπροσωπούν συλλογικές εμπορικές ονομασίες (περιοχές ΠΟΠ και ΠΓΕ).

δ) Υποβολή από ενώσεις νομικών ή φυσικών προσώπων ή από ομάδα επιχειρήσεων.

ε) Υποβολή από ατομικές επιχειρήσεις ιδιωτικές ή συνεταιριστικές.

στ) Προγράμματα που αποτελούνται από περισσότερες από μία φάσεις, με προτεραιότητα αυτών που αποτελούνται από τρεις φάσεις.

ζ) Προτιμώνται πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, κατά την έννοια της σύστασης της 2003/361/ΕΚ της Επιτροπής και συλλογικές εμπορικές ονομασίες.

η) Δυνατότητα διασφάλισης της επαρκούς διαθεσιμότητας προϊόντων, τόσο από ποιοτική όσο και από ποσοτική άποψη, ώστε να διασφαλίζεται η ικανοποίηση της ζήτησης της αγοράς μακροπρόθεσμα μετά την εργασία προώθησης.

θ) Επαρκής διαθεσιμότητα πόρων και ύπαρξη εχεγγύων, ώστε να διασφαλίζεται η όσο το δυνατόν αποτελεσματικότερη εφαρμογή του μέτρου. Η χρηματοπιστωτική και οικονομική ικανότητα του αιτούντος αποδεικνύονται με την προσκόμιση των παρακάτω εγγράφων:

ι) σύντομη περιγραφή της οικονομικής δραστηριότητας της εταιρείας.  
ii) ισολογισμούς, όπου η δημοσίευση των ισολογισμών απαιτείται σύμφωνα με την περί εταιρειών νομοθεσία ή δελτίο οικονομικών στοιχείων Ε3, των τριών τελευταίων ετών. Προκειμένου να εκτιμηθεί η ικανότητα του αιτούντος να πραγματοποιήσει την εκστρατεία προώθησης, ο προϋπολογισμός του προγράμματος συγκρίνεται με τον ετήσιο κύκλο εργασιών του, αποκλείοντας τις περιπτώσεις όπου ο προϋπολογισμός είναι δυσανάλογος σε σχέση με τον ετήσιο κύκλο εργασιών, καθιστώντας το πρόγραμμα αδύνατον να εκτελεστεί.

ι) Ποιότητα των προτεινόμενων ενεργειών.

κ) Υπάρχουσα εξαγωγική δραστηριότητα και ύπαρξη ικανού εμπορικού δικτύου στις χώρες στόχους.

λ) Προηγούμενη εμπειρία σε προγράμματα προώθησης οίνων.

μ) Προβλεπόμενη επίπτωση της υλοποίησής τους όσον αφορά την εξέλιξη της ζήτησης των σχετικών προϊόντων.

ν) Αποτελέσματα έρευνας αγοράς προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι ειδικοί περιορισμοί των συναλλαγών με τρίτες χώρες.

ξ) Τεχνικές ικανότητες και εχέγγυα αποτελεσματικότητας του προτεινόμενου Οργανισμού Εκτέλεσης.

7. Προτάσεις που υποβάλλονται από μεμονωμένους φορείς που συμμετέχουν σε περισσότερα του ενός προγράμματα (και ως μέλη ομάδας), αποκλείονται αυτόματα, όταν οι εν λόγω προτάσεις αφορούν δράσεις **στην ίδια χώρα**.
8. Επιτρέπεται η υποβολή αιτήσεων για ένταξη στο πρόγραμμα από δικαιούχους του μέτρου της προηγούμενης προγραμματικής περιόδου, **ανεξαρτήτως χωρών-στόχων**.
9. Προτεραιότητα δίνεται σε **νέους δικαιούχους** οι οποίοι δεν έχουν λάβει ενίσχυση στο παρελθόν και σε εκείνους που στοχεύουν σε μια

**νέα τρίτη χώρα**, για την οποία δεν έχουν λάβει ενίσχυση στο παρελθόν υπό αυτό το καθεστώς.

10. Σε περίπτωση που ο αιτών ήταν δικαιούχος του μέτρου κατά την πρώτη περίοδο προγραμματισμού (2010-2013), δεν δύναται να περιλαμβάνει στο πρόγραμμά του ενέργειες, που έχουν ήδη χρηματοδοτηθεί κατά την πρώτη περίοδο, όπως είναι η δημιουργία των ιστοσελίδων, τηλεοπτικά και ραδιοφωνικά σποτ, οπτικοακουστικό υλικό, έρευνες αγοράς, φυλλάδια, κ.τ.λ.. Επιτρέπεται **μόνο η ανατύπωση, ο εμπλουτισμός** καθώς και η έκδοση του προωθητικού υλικού σε **διαφορετικές γλώσσες** από αυτές της προηγούμενης προγραμματικής περιόδου.
11. Δικαιούχος του εν λόγω μέτρου δεν δύναται να λάβει στήριξη για δεδομένη κατηγορία δράσεων (π.χ. εκθέσεις) που χρηματοδοτείται βάσει του Καν (ΕΚ) 1698/2005 ή/και του Καν (ΕΚ) 3/2008. Στην περίπτωση που αιτών υποβάλλει πρόγραμμα, που περιλαμβάνει δράσεις οι οποίες χρηματοδοτούνται από τους ως άνω κανονισμούς, αποκλείεται από το μέτρο.
12. Το κατώτατο όριο συνολικής δαπάνης (κοινοτική, εθνική και ίδια συμμετοχή) για κάθε υποβαλλόμενο πρόγραμμα ανά φάση, αναπροσαρμόζεται και από 60.000€ αρχικά, ορίζεται στο ποσό των **40.000€**.
13. Κατά την υποβολή των προγραμμάτων θα πρέπει να υπάρχει **αναλυτική περιγραφή των δράσεων** καθώς και **λεπτομερής ανάλυση του εκτιμώμενου κόστους** κάθε δράσης, π.χ. για την δράση «συμμετοχή σε εκθέσεις» η ανάλυση του κόστους γίνεται υποχρεωτικά σύμφωνα με το Παράρτημα Ι της παρούσης. Σημειώνεται ότι θα επιλεγούν εκείνα τα προγράμματα που προσφέρουν την καλύτερη σχέση ποιότητας τιμής.
14. Για την υποβολή των προγραμμάτων, εφαρμόζονται οι διατάξεις της αριθμ. 302157/10-06-09 (ΦΕΚ 1209/19-06-09) απόφασης των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων και της αριθμ. 311496/13-07-09 (ΦΕΚ 1477/Β/22-07-09) απόφασης του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, όπως ισχύουν.

15. Η χώρα μας υπέβαλε την 1<sup>η</sup> Μαρτίου 2013 στην Ε.Ε. το Εθνικό Πρόγραμμα Στήριξης του Αμπελοοινικού Τομέα για την περίοδο 2014-2018, όπου και προβλέπεται η συνέχιση του μέτρου της προώθησης. Για την πρόβλεψη στο εθνικό νομικό πλαίσιο του νέου χρηματοδοτικού σχήματος, πραγματοποιήθηκε τροποποίηση της ΚΥΑ εφαρμογής του μέτρου, η οποία εστάλη για συνυπογραφή στο Υπουργείο Οικονομικών. Ενόψει της υπογραφής της ΚΥΑ και δεδομένου ότι σύμφωνα με την ΥΑ λεπτομερειών, η καταληκτική ημερομηνία υποβολής των αιτήσεων για υπαγωγή στο μέτρο, είναι η 25<sup>η</sup> Μαρτίου κάθε έτους, **δίδεται παράταση έως και την 28/06/2013**, οι οποίες αιτήσεις θα ισχύουν μετά τη δημοσίευση σε ΦΕΚ της ΚΥΑ.

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

Μ. ΚΟΡΑΣΙΔΗΣ.



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Δράση Χ<sup>1</sup> «Συμμετοχή στην έκθεση ΑΑΑ»:

Είδος Δράσης		
Ενοικίαση χώρου	€/m <sup>2</sup>	Συνολικό κόστος
Εγκατάσταση περιπτέρου	€/m <sup>2</sup>	Συνολικό κόστος
Προσωπικό για τη λειτουργία του περιπτέρου	€/άτομο/μέρα	Συνολικό κόστος
Άλλες δαπάνες (να προσδιοριστούν: γεύματα, μεταφορές, κ.λ.π.)	€/συμμετέχων	Συνολικό κόστος
...	...	...

1. Για κάθε δράση που περιλαμβάνεται στο πρόγραμμα.

---

**ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ**

- 1) Γενικές Διευθύνσεις Περιφερειακής Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής  
- Έδρες τους
- 2) Δ/νσεις Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής/ Αγροτικής Οικονομίας  
Περιφερειακών Ενοτήτων - Έδρες τους
- 3) ΜΕΑ – Βρυξέλλες, Γεωργικό Τμήμα  
Rue Jacques De Lalaing 19-21, 1040, Bruxelles
- 4) ΟΠΕΚΕΠΕ  
Δ/νση Μηχανισμών Αγοράς  
ΔΟΜΟΚΟΥ 5, Τ.Κ. 10445 ΑΘΗΝΑ
- 5) Εθνική Διεπαγγελματική Οργάνωση Αμπέλου και Οίνου  
Μαρίνου Αντύπα 86-88, 163 46 ΑΘΗΝΑ
- 6) Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ Α.Ε)  
Μαρίνου Αντύπα 86-88, 163 46 ΑΘΗΝΑ
- 7) Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου (ΣΕΟ)  
Νίκης 34, 105 57 ΑΘΗΝΑ
- 8) ΚΕΟΣΟΕ,  
Λ. Ριανκούρ 73, 115 23 ΑΘΗΝΑ
- 9) Ινστιτούτο Αμπέλου και Οίνου  
Σοφ. Βενιζέλου 1, 141 23 ΛΥΚΟΒΡΥΣΗ
- 10) Ένωση Οινοποιών Ελλάδος  
Λ. Βουλιαγμένης 178, 172 35 ΔΑΦΝΗ
- 11) Σύνδεσμος Οινοποιών Ελλάδος  
Αλκιβιάδου 24, 104 39 ΑΘΗΝΑ
- 12) Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Βορείου Ελλάδος (ΕΝΟΑΒΕ)  
Γιαννιτσών 90, 54627 Θεσσαλονίκη
- 13) Ένωση Οινοπαραγωγών του Αμπελώνα της Αττικής (ΕΝ.Ο.Α.Α.)  
1ο χλμ Λεωφόρου Πικερμίου-Σπάτων, 19009 Πικέρμι
- 14) Ένωση Οινοπαραγωγών Αμπελώνα Πελοποννήσου (ΕΝ.Ο.Α.Π)  
Συγγρού 1, Φλιάσιο Μέλαθρον, 205 00 ΝΕΜΕΑ