



IFAP

Instituto de Financiamento
da Agricultura e Pescas, I.P.

Normas Complementares de Aplicação da Medida de Apoio à Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros

Portaria nº 257/2013 de 13 de agosto

Procedimentos e regras administrativas

Instituto da Vinha e do Vinho, I.P.

Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P.

Edição n.º: 1

12-09-2013

Índice

A. INTRODUÇÃO	3
A.1 DEFINIÇÕES	4
B. BENEFICIÁRIOS E OBRIGAÇÕES	6
B.1 BENEFICIÁRIOS DO APOIO	6
B.2 CONDIÇÕES DE ACESSO DO BENEFICIÁRIO	8
B.3 OBRIGAÇÕES DO BENEFICIÁRIOS	9
C. PRODUTOS OBJETO DE PROMOÇÃO	10
D. MENSAGENS DE PROMOÇÃO OU INFORMAÇÃO	10
E. MERCADOS ALVOS DA PROMOÇÃO	11
F. AÇÕES SUSCETÍVEIS DE APOIO	12
F.1 TIPOLOGIA DE AÇÕES	12
F.2 DESPESAS ELEGÍVEIS E NÃO ELEGÍVEIS	13
G. DURAÇÃO DO PROJETO E PERÍODO DE EXECUÇÃO FINANCEIRA	19
H. APOIOS FINANCEIROS	20
I. CONCURSO	21
I.1 ABERTURA DE CONCURSOS E APRESENTAÇÃO DE PROJETOS	21
I.2 AVALIAÇÃO E SELEÇÃO DOS PROJETOS	22
I.3 FORMALIZAÇÃO DO TERMO DE ACEITAÇÃO PARA A CONCESSÃO DO APOIO	27
J. EXECUÇÃO DO PROJETO	28
J.1 EXECUÇÃO MATERIAL	28
J.2 EXECUÇÃO FINANCEIRA	29
J.3 COMUNICAÇÕES OBRIGATÓRIAS E RELATÓRIOS	29
K. MODIFICAÇÕES AO PROJETO	31
L. ACOMPANHAMENTO DA EXECUÇÃO DOS PROJETOS E DA MEDIDA	34
L.1 INDICADORES DE EXECUÇÃO	35
L.2 PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO	35
M. FORMAS DE PAGAMENTO DO APOIO E PEDIDOS DE PAGAMENTOS	36
N. PENALIZAÇÕES	36
O. CONTROLOS E AUDITORIAS	37
P. RESOLUÇÃO E DENÚNCIA DO TERMO DE ACEITAÇÃO	37
ANEXO 1	39
ANEXO 2	40
ANEXO 3	42
ANEXO 4	44

LEGISLAÇÃO DE BASE

- ✓ Regulamento (CE) n.º 1234/2007, do Conselho, de 22 de outubro, com as alterações introduzidas pelo Reg. (CE) n.º 491/2009, do Conselho, de 25 de maio.
- ✓ Regulamento (CE) n.º 555/2008, da Comissão, de 27 de junho, com as alterações introduzidas pelo Reg. de Execução (UE) n.º 752/2013, da Comissão, de 31 de julho.
- ✓ Linhas Orientadoras da Comissão Europeia de 26 de Abril 2013 (*Guidelines*).
- ✓ Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto.

Os exemplos e informações adicionais que se encontram em “caixa” ao longo do documento, constituem orientações e recomendações para uma melhor compreensão e aplicação das presentes normas, na preparação e execução dos projetos.

A. INTRODUÇÃO

O Programa de Apoio Nacional ao Sector Vitivinícola¹ apresentado por Portugal à Comissão Europeia e iniciado em 2008, continua a prever, para o período de programação 2014-2018, a concessão de Apoio à Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros.

Com a continuação da concessão deste apoio a empresas, associações e organizações, pretende-se que, através de um conjunto de medidas de promoção coerentes, sejam atingidos os seguintes objetivos nacionais:

- ✓ Aumentar o conhecimento das características e qualidade dos vinhos portugueses, fomentando a notoriedade do país enquanto produtor de vinhos;
- ✓ Reforçar e consolidar a presença e a penetração dos vinhos portugueses com Denominação de Origem (DO) / Indicação Geográfica (IG) e vinhos com indicação de casta em mercados de países terceiros considerados prioritários;
- ✓ Incrementar o valor das exportações, posicionando-as tendencialmente em segmentos de preço médio, médio-alto e alto;
- ✓ Conquistar o reconhecimento e notoriedade dos vinhos de Portugal como produtos de qualidade e com carácter diferenciador.

A experiência obtida durante o primeiro período de programação, levou a que a Comissão Europeia emitisse diretrizes² relativas a esta medida de apoio visando uma aplicação mais uniforme e coerente em todos os Estados Membros.

Estas diretrizes, que não são vinculativas, devem, todavia, ser seguidas no estabelecimento das regras e normativos para a aplicação da medida, por parte dos Estados Membro.

¹ Artigo 103.º-I e seguintes do Reg. (CE) n.º 1234/2007, do Conselho, de 22 de outubro, com as alterações introduzidas pelo Reg. (CE) n.º 491/2009, do Conselho, de 25 de maio

² “Guidelines” de 26 de abril 2013 – documento da Comissão Europeia

As presentes Normas Complementares de Aplicação, adiante designadas por Normas, tiveram em conta estas diretrizes, bem como o estabelecido na Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto, e têm como objetivo definir um conjunto de regras administrativas e procedimentos a seguir pelos beneficiários, para assegurarem a correta utilização do apoio financeiro, assim como permitir uma maior eficácia na operacionalização da gestão e do controlo da execução desta medida de apoio.

Como instrumento orientador, **estas normas destinam-se essencialmente aos beneficiários deste apoio**, para o cumprimento das suas obrigações na execução dos projetos.

O aviso de abertura de concursos, os procedimentos para a apresentação de candidaturas de projetos de promoção, a seleção e aprovação de projetos e o acompanhamento da sua execução é da responsabilidade do Instituto da Vinha e do Vinho, I.P. (IVV) enquanto entidade de gestão (EG).

A formalização do apoio financeiro com os beneficiários e o pagamento desse apoio são da responsabilidade do Instituto de Financiamento da Agricultura e Pescas, I.P. (IFAP) enquanto organismo pagador.

As presentes Normas, podem ser complementadas por orientações, que facilitem a compreensão das regras e procedimentos definidos neste documento normativo, emitidas pelo IVV ou pelo IFAP, nas áreas das suas competências.

Estas Normas são divulgadas nas páginas eletrónicas do IVV e do IFAP.

A.1 DEFINIÇÕES

- **Projeto:** Conjunto de ações coerentes e integradas a serem executadas num período de tempo determinado e que visam o aumento do volume e valor das exportações de vinhos com DO, IG e vinhos com indicação de casta, para mercados de países terceiros.
- **Ação:** Conjunto de atividades concertadas necessárias para a execução do projeto de promoção.

- **Atividade:** Iniciativa específica claramente definida, quantificada e enquadrada numa determinada ação.
- **Beneficiário:** Entidade responsável pela execução do projeto aprovado, que nessa sequência procede à assinatura do termo de aceitação que formaliza a concessão do apoio financeiro.
- **Fornecedor/prestador de Serviços:** Entidade terceira a quem o beneficiário adjudica um determinado serviço ou tarefa.
- **Duração do projeto e do apoio:** Intervalo de tempo em que ocorre a execução material das ações aprovadas, podendo ser de 1, 2, ou 3 anos a contar da data fixada em cada aviso de abertura de concurso. Mediante condições estabelecidas, o apoio, após 3 anos, pode ser renovado por mais 2 anos, mediante aprovação de novo projeto.
- **Despesa elegível:** Despesas previstas no projeto aprovado, indispensáveis e diretamente imputáveis à sua execução, pagas pelo beneficiário e validadas pelo IFAP, sendo por isso suscetíveis de financiamento nos termos da legislação comunitária e nacional.
- **Período de realização das despesas:** As despesas podem ser iniciadas a partir da data de início do projeto, fixada no aviso do concurso e pagas até 4 meses após a data de conclusão do projeto.
- **Data de pagamento das despesas:** Data em que ocorre o débito na conta do beneficiário, relativo ao pagamento ao fornecedor ou prestador de serviços da despesa elegível. No caso de pagamento por cartão de crédito corresponde à data do movimento do cartão.

- **Período de execução financeira:** período de 1 ano, relacionado com o exercício financeiro FEAGA³, de 16 de outubro do ano n (atual) a 15 de outubro do ano n+1 (seguinte).
- **Evidências:** Elementos/documentos passíveis de comprovar formal, temporal, local e materialmente as ações e contactos desenvolvidos, tais como: fotos e com identificação dos locais/participantes, correspondência de marcação de reuniões, listas de presença de participantes, bilhetes ou identificadores de participação em feiras e eventos, convites para eventos.
- **Comprovativos de pagamento:** Documentos passíveis de comprovar o pagamento das despesas por parte do beneficiário, tais como extratos bancários e extrato do cartão de crédito bancário, sem prejuízo da apresentação dos documentos de despesa, designadamente faturas ou outros documentos equivalentes.

B. BENEFICIÁRIOS E OBRIGAÇÕES

B.1 BENEFICIÁRIOS DO APOIO

Podem beneficiar de Apoio para a Promoção de Vinhos em Mercados de Países Terceiros (APVMPT) as entidades que se enquadrem nas seguintes tipologias:

- Empresas, grupo de empresas ou associações destas, de qualquer natureza e forma jurídica desde que relacionadas com o sector do vinho;
- Organizações de produtores reconhecidas no âmbito da Organização Comum de Mercado do Vinho;
- Associações e organizações profissionais do sector do vinho;
- Associações e organizações interprofissionais do sector do vinho;
- Organismos públicos diretamente relacionados com o sector do vinho.

³ FEAGA – Fundo Europeu Agrícola de Garantia

- Só são considerados beneficiários, as entidades que, após aprovação do projeto, tenham formalizado com o IFAP, a concessão do apoio através da celebração do termo de aceitação.
- O **beneficiário é a única entidade responsável** pela execução do projeto.

Condições particulares:

- Os projetos podem ser apresentados **a título individual** (uma única entidade) ou de **forma conjunta** (mais do que uma entidade).
 - No caso de projeto conjunto, as entidades devem celebrar um acordo escrito, no qual é referida, de forma indicativa, a percentagem da participação de cada uma, bem como, a entidade líder que assume o papel de interlocutora com a EG e o IFAP.
 - Todas as entidades que integram a candidatura conjunta são, para todos os efeitos, consideradas beneficiárias a partir da assinatura do termo de aceitação.
 - Uma entidade que faça parte de um projeto conjunto não pode candidatar-se com outro projeto individual ou conjunto para ações de promoção nos mesmos mercados.
- No caso de empresa com atividade **principal na área da** distribuição, deve evidenciar o **interesse** de participação no projeto das entidades cujos vinhos distribuem nos mercados alvo, bem como o compromisso das mesmas quanto ao fornecimento dos vinhos, em quantidade e qualidade, para responder à procura nos mercados.
- O beneficiário pode contratualizar, no todo (tipo chave-na-mão) ou em parte, com empresa(s) prestadora(s) de serviços especializados, tarefas de conceção, planeamento, coordenação, realização e de avaliação de ações do projeto.
- A contratualização de serviços deve ser precedida por consulta ao mercado a mais do que uma empresa, devendo ser selecionada aquela que apresente a melhor oferta de qualidade e preço.

- O beneficiário deve, sempre que solicitado, apresentar os acordos assumidos com estas empresas de prestação de serviços.

B.2 CONDIÇÕES DE ACESSO DO BENEFICIÁRIO

Condições Gerais:

- Encontrar-se legalmente constituído e ter sede, representação permanente ou estabelecimento estável no território nacional;
- Cumprir as condições legais necessárias ao exercício da atividade;
- Possuir a situação regularizada face à administração fiscal e à segurança social;
- Dispor de contabilidade organizada, nos termos do sistema de normalização contabilística ou outra regulamentação em vigor;
- Possuir ou assegurar os recursos necessários ao desenvolvimento e execução eficaz do projeto;
- Demonstrar ter capacidade de financiamento do projeto (**ANEXO 1**);
- Ter capacidade suficiente para fazer face às condicionantes específicas do comércio com países terceiros.

Condições adicionais:

Os beneficiários devem ainda:

- Assegurar a existência de vinho em quantidade e qualidade suficiente para exportação;
- Assegurar disponibilidade a longo prazo de vinho em quantidade e qualidade, para que após conclusão do projeto, possa responder à procura do mercado;
- Possuir capacidade de penetração ou de conquista de novos segmentos de mercados nos países terceiros visados no projeto;
- Ter experiência na exportação e o conhecimento do comércio internacional e/ou na implementação/execução de campanhas de promoção;

- Possuir recursos humanos e logísticos para fazer face às inúmeras tarefas inerentes à execução de um projeto de promoção em países terceiros.

A EG pode estabelecer condições específicas nos avisos de abertura de concurso, nomeadamente: volumes mínimos de faturação, tempo mínimo de constituição ou de atividade do candidato e, nos casos de prolongamento do apoio, grau mínimo de execução financeira em projetos anteriores.

B.3 OBRIGAÇÕES DO BENEFICIÁRIOS

O beneficiário fica sujeito às seguintes obrigações:

- ✓ Executar o projeto nos termos e prazos fixados no termo de aceitação;
- ✓ Apresentar as comunicações obrigatórias estabelecidas pela EG;
- ✓ Apresentar, pelo menos, um pedido de pagamento ou de adiantamento por cada período de execução financeira;
- ✓ Disponibilizar, nos prazos estabelecidos, todos os elementos solicitados pelas entidades com competências para o acompanhamento e controlo;
- ✓ Submeter-se a ações de controlo, realizadas pelas entidades competentes;
- ✓ Autorizar a EG e o IFAP a obter junto das entidades competentes, todas as informações que forem julgadas necessárias ou oportunas para efeito de acompanhamento e controlo do projeto;
- ✓ Manter contabilidade organizada, de acordo com sistema de normalização contabilística ou outra regulamentação aplicável;
- ✓ Conservar em boa ordem e devidamente organizados todos os documentos suscetíveis de comprovar as informações e declarações prestadas e a fundamentação das opções tomadas no âmbito do projeto, durante cinco anos após o final do projeto, exceto se outro prazo se encontrar fixado em lei especial;
- ✓ Conservar em boa ordem e devidamente organizados todos os originais dos documentos comprovativos da realização das despesas, bem como, as evidências passíveis de comprovar temporal, local e materialmente as ações e contactos desenvolvidos, durante cinco anos após o final do projeto, exceto se outro prazo se encontrar fixado em lei especial;

- ✓ Efetuar o pagamento das despesas através de conta bancária titulada pelo beneficiário;
- ✓ Cumprir com as normas e orientações emanadas pela EG e pelo IFAP;
- ✓ Garantir, no final do projeto, o grau mínimo de execução financeira. O grau de execução financeira é calculado com base na validação e pagamento efetuado pelo IFAP resultante das despesas apresentadas nos Pedidos de Pagamento e que foram consideradas elegíveis aquando da análise do projeto (*Ver ponto F.2*).

C. PRODUTOS OBJETO DE PROMOÇÃO

- Apenas podem ser promovidos:
 - ✓ **Vinhos com Denominação de Origem;**
 - ✓ **Vinhos com Indicação Geográfica;**
 - ✓ **Vinhos com a indicação de casta.**
- Os vinhos têm que ser produzidos no território nacional, ser destinados ao consumo direto e apresentarem-se no mercado-alvo nas mesmas condições em que serão consumidos.

D. MENSAGENS DE PROMOÇÃO OU INFORMAÇÃO

- As mensagens de promoção ou informação veiculadas pelo beneficiário durante as ações devem basear-se nas **qualidades intrínsecas do vinho e ser conformes à legislação aplicável nos países visados.**
- Nas campanhas de informação e promoção deve ser indicada a origem do vinho, quando se trate de vinho com **denominação de origem (DO) ou indicação geográfica (IG).**
- As mensagens de promoção ou informação a transmitir **podem integrar, complementarmente, a referência a marcas comerciais.**
- No caso de projetos que beneficiam de participação nacional a referência à marca **“Vinhos de Portugal”/“Wines of Portugal”** é aconselhada.

- As mensagens ou informação a divulgar nas ações do projeto, devem incidir apenas sobre os vinhos promovidos (ver ponto C).
- O material de merchandising, pode não conter a origem do vinho.
- O material de documentação e informação (folhetos, catálogos, brochuras, outdoors, anúncios, etc.) deve conter na mensagem a transmitir, a origem dos vinhos para os vinhos DO, IG, e, a casta no caso de vinhos de indicação de casta.

E. MERCADOS ALVOS DA PROMOÇÃO

- Os mercados prioritários são os seguintes:

Região	País	
	1.ª Prioridade	2.ª Prioridade
ÁFRICA	Angola	Moçambique
AMÉRICA DO NORTE	Canadá EUA	
AMÉRICA SUL E CENTRAL	Brasil	México Venezuela Colômbia
EUROPA	Rússia Suíça Noruega	Ucrânia
ÁSIA	China (incluindo Macau, Hong Kong e Taiwan) Japão Singapura	Coreia do Sul

- Numa candidatura podem ser aceites outros mercados de países terceiros desde que seja evidenciado que os mesmos contribuem para os objetivos do projeto, bem como para os estabelecidos no aviso de concurso (**ANEXO 4**).

Neste caso, a escolha dos mercados deve estar baseada em dados sobre a evolução do comércio internacional de vinhos e das exportações nacionais para os mercados em causa.

A aceitação de mercados não prioritários está condicionada à dotação orçamental disponível em cada concurso.

Caso a dotação orçamental de um concurso seja ultrapassada pode ser aplicado rateio proporcional ao valor do investimento para os mercados não prioritários.

☐ *Exemplo:*

Dotação orçamental: 5.000 euros
Montante total dos projetos: 6.000 euros
Montante total dos mercados não prioritários: 1.500 euros

Resultado: apenas serão considerados 500 euros dos mercados não prioritários que ficam sujeitos a um rateio de 33% (500/1500).

- Na avaliação dos projetos, serão mais valorizados os projetos que envolvam mercados prioritários, e dentro destes, será mais valorizada a escolha de novos mercados prioritários, ou seja mercados onde o beneficiário ainda não realizou ações de promoção no âmbito desta medida de apoio.

F. AÇÕES SUSCETÍVEIS DE APOIO

F.1 TIPOLOGIA DE AÇÕES

Os projetos de promoção devem incluir um conjunto de ações coerentes e enquadradas em pelo menos uma das seguintes tipologias:

Tipologia	Ações	Exemplos
A	<ul style="list-style-type: none">• Ações de relações públicas, promoção ou publicidade, que destaquem designadamente a qualidade intrínseca dos vinhos, o sistema de certificação, as regiões onde são produzidos, a segurança dos alimentos ou respeito pelo ambiente.	<ul style="list-style-type: none">▪ Encontros com importadores e distribuidores, visitas ao mercado;▪ Campanhas publicitárias nos Media, Web e redes sociais (TV, rádio, imprensa, etc.);▪ Ações de promoção em pontos de venda, no canal HORECA, ou junto dos consumidores;▪ Criação e manutenção de sites e redes sociais para a promoção e divulgação;▪ Viagens inversas (visitas a Portugal);▪ Ações de formação, seminários;▪ Apresentações de produto em jantares/almoços vînicos, degustações, provas.
B	<ul style="list-style-type: none">• Participação em eventos, feiras ou exposições de importância internacional	<ul style="list-style-type: none">▪ Feiras, exposições e eventos internacionais, sectoriais ou genéricas, dirigidas a profissionais ou a consumidores.

C ⁴	<ul style="list-style-type: none">• Campanhas de informação, especialmente sobre os regimes comunitários de denominações de origem, indicações geográficas e modo de produção biológica	<ul style="list-style-type: none">▪ Encontros empresariais, profissionais, com líderes de opinião ou consumidores;▪ Jornadas, seminários ... ,▪ Ações de formação.▪ Outras ações - semelhantes às indicadas na tipologia A, mas de carácter genérico
D	<ul style="list-style-type: none">• Estudos de mercados necessários para expansão das saídas comerciais	<ul style="list-style-type: none">▪ Estudos de mercado, económicos e técnicos;▪ Estudos de marketing.
E	<ul style="list-style-type: none">• Estudos de avaliação dos resultados do projeto	<ul style="list-style-type: none">▪ Estudos de avaliação de resultados das ações de promoção em cada mercado ou do projeto no seu todo.

- Um projeto não pode basear-se exclusivamente em ações enquadradas na tipologia D (Estudos de mercado) ou tipologia E (Estudos de avaliação dos resultados do projeto).
- Os **Estudos de mercado** não podem limitar-se à descrição ou caracterização dos mercados ou à indicação das regras aplicáveis nos mesmos. Devem incluir informações concretas sobre a entrada e aceitação do(s) vinho(s) promovido(s) pelo beneficiário no mercado alvo do estudo.
- Os **Estudos de avaliação dos resultados do projeto** devem referir-se ao impacto que o conjunto das ações de promoção executadas teve para o beneficiário. Deve incluir, para além do grau de cumprimento dos objetivos, informações concretas sobre o efeito das ações em si e dos resultados obtidos na comercialização dos vinhos promovidos. Devem ser realizados, preferencialmente, por empresas especializadas.

A aceitação de despesas por parte do IFAP, relativas a Estudos de Mercado ou a Estudos de Avaliação dos resultados do projeto, deve ser precedida da análise dos referidos estudos, por parte da EG para aferir da sua conformidade e coerência com o projeto inicialmente aprovado.

F.2 DESPESAS ELEGÍVEIS E NÃO ELEGÍVEIS

➤ Despesas consideradas elegíveis

⁴ Tipologia mais focalizada para organizações profissionais e organizações interprofissionais

- a) Aluguer de espaços – para a realização de feiras, provas, eventos, jantares, almoços, formação, pontos de venda, etc.;

Não são consideradas despesas elegíveis, as realizadas com feiras e eventos de importância internacional realizadas na UE mesmo que a atividade seja realizada com “compradores” de países terceiros.

- b) Aluguer de materiais e equipamentos – materiais para provas (copos, cuspideiras, frapés, frigoríficos, etc.), equipamento informático, equipamentos audiovisuais, equipamento sonoro;
- c) Admite-se, excecionalmente, a compra de material e equipamento, se tal for mais vantajoso ou a locação impossível. Caso seja passível de amortização apenas é elegível o valor da amortização correspondente ao período do projeto, de acordo com as regras aplicáveis para depreciações e amortizações. Na apresentação da respectiva fatura de compra tem que estar acompanhada de orçamentos de aluguer para demonstrar que é mais vantajoso. Caso contrário, não se aceita a despesa como elegível.
- d) Custos de utilização informática nos espaços de realização das ações, tais como tempo de ligação à internet, tempo de unidade central, linhas impressas e pagamento de serviços informáticos;
- e) Contratação de fornecimento e serviços especializados tais como: relações públicas, consultoria de imprensa, elaboração de estudos de mercado e de avaliação de resultados, aquisição de bases de dados e informação de mercado, tradução, hospedeiras, pessoal de apoio, formadores, enólogos, especialistas, catering, fornecimento de gelo e água, fotografia e vídeo, limpeza, energia, etc.;
- f) Viagens:
- i. De avião até ao máximo de 1.000,00€, por percurso (só ida ou só volta).
 - Admite-se que o ponto de partida e/ou de chegada não seja Portugal, nem um dos país do projeto, devendo ser justificada a opção tomada.
 - Viagens de avião multidestinos realizadas de forma encadeada: deve ser imputado a cada país (mercado alvo) o valor da viagem

de chegada e/ou regresso tendo em conta se o país de partida ou de regresso é, ou não, um mercado alvo do projeto.

Exemplos:

Viagens multi-destinos s paga numa fatura: exemplo 1: Portugal-Bélgica-EUA-Canadá-Portugal=3.900,00€ (4 percursos)

Pressupostos: EUA e Canadá são mercados elegíveis

Valor elegível: 3.000,00€ (3 percursos elegíveis). A imputar 1.000,00€ ao mercado dos EUA e 2.000,00€ ao mercado do Canadá.

Elegível 3/4 da despesa até ao limite de 3.000,00€.

Exemplo 2: França-Canadá-Reino Unido= 2.300,00€ (2 percursos)

Pressupostos: Canadá é mercado elegível

Valor elegível: 2.000,00€ (2 percursos). A imputar ao mercado do Canadá.

Elegível 2/2 da despesa até ao limite de 2.000,00€.

Exemplo 3: Portugal-França-Brasil-Venezuela-EUA-Reino Unido= 4.200,00€ (5 percursos)

Pressupostos: Brasil e EUA são mercados elegíveis

Valor elegível: 3.000,00€ (3 percursos). A imputar 1.000,00€ ao mercado do Brasil e 2.000,00€ ao mercado dos EUA.

Elegível 3/5 da despesa até ao limite de 3.000,00€.

ii. Rodoviária, ferroviária e aérea entre cidades diferentes no interior de um país terceiro, o valor máximo é de 250,00€ / pessoa / viagem;

iii. Aluguer de viaturas (valores máximos):

Admitidas nos casos em que as viagens se realizam entre cidades num país terceiro.

No caso de viagens coletivas de organizações profissionais e interprofissionais, e, em ações de visitas inversas são aceites custos de aluguer de viaturas para deslocações dentro de cidades.

- a. Ligeiro (até 5 pax): 40€ / dia
- b. Ligeiro (Van até 7 pax): 80€ / dia
- c. Mini autocarros (até 19 pax): 110€ / dia
- d. Autocarros: 150€ / dia

g) Alojamento, até um máximo de 250,00€ por noite de alojamento / por pessoa, verificado pela média dos valores diários. Pode ser considerada a noite de partida para o país de destino.

Exemplos:

Viagem 4 dias: Lisboa-S.Paulo

Hora da partida: 23h

Hora de chegada: 9h Alojamento:

4 noites

- h) Despesas diárias – valor fixo de despesa elegível no montante de 90,00€ / por dia / por pessoa, destinado a cobrir encargos com refeições e deslocações locais (táxis, autocarros, metro, comboio), não sendo requerida a apresentação dos documentos comprovativos das despesas realizadas para efeitos de pagamento do apoio forfetário. O número de pessoas e de dias a considerar é o indicado no projeto aprovado, tendo em conta a duração da ação e os comprovativos da chegada / partida ao país terceiro e o tempo do alojamento.
- i) As despesas de viagens, alojamento e despesas diárias [alíneas f), g) e h)] são referentes aos representantes do beneficiário (colaboradores assalariados, gerentes, gestores, proprietários, etc.) e de especialistas contratados para a ação (por exemplo, formador, enólogo quando não pertencem aos quadros do beneficiário).
- j) No caso de ações promovidas por uma associação (por exemplo CVR), as despesas com viagens e alojamento de representantes das empresas participantes na ação são elegíveis. Não são elegíveis as despesas diárias dos representantes das empresas.
- k) As despesas de viagens, alojamento e despesas diárias [alíneas f), g) e h)] de prestadores de serviço (ver condições particulares do ponto B.1) devem ser incluídas e discriminadas na sua faturação, não sendo consideradas nestas rúbricas de despesas mas aplicando-se os limites máximos estabelecidos.
- l) Despesas inerentes a visitas inversas de personalidades convidadas, incluindo viagens e alojamento, às quais se aplicam os limites máximos estabelecidos nas alíneas f) e g) para este tipo de despesas. Nestes casos são elegíveis as despesas efectuadas pelo beneficiário com a alimentação e deslocações com os convidados, mediante a apresentação das respetivas facturas e demais documentos comprovativos.
- m) Transporte de bens e dos produtos a promover, incluindo todos os custos relacionados com o transporte físico e seguros.
- n) Despesas com publicações e documentação promocional que incluem, nomeadamente, trabalhos de conceção, criação gráfica, produção e edição, tradução e divulgação das publicações e do material audiovisual e informático.

o) Criação e manutenção de páginas eletrônicas (*sites*) e de redes sociais que incluem, nomeadamente, trabalhos de conceção, criatividade, produção, edição, tradução, manutenção e promoção das páginas.

- A abrangência da página eletrónica e das redes sociais podem cobrir mais do que um mercado do projeto, devendo contudo estar adequada em termos linguísticos e comunicacionais aos públicos-alvo. Nestes casos as despesas devem ser repartidas pelos respetivos mercados.
- A conceção de páginas eletrónicas e de redes sociais apenas é elegível uma única vez para cada mercado. Contudo, para o mesmo mercado são admitidas despesas de manutenção ou de alteração em anos e projetos seguintes.

p) Criação e produção de material de merchandising e sua distribuição tais como: aventais, t-shirts, bonés, sacos, saca-rolhas, drop-stops, mangas isotérmicas, canetas, lápis, fitas, frapés, copos, etc.

q) Despesas gerais do beneficiário: O montante admissível para esta despesa corresponde a 4% do valor total das ações do projeto e, é um valor forfetário, pelo que não é necessária a apresentação de documentos justificativos das despesas realizadas.

Estas despesas dizem respeito às despesas de administração, de coordenação e de gestão, incluindo o secretariado, a contabilidade, os custos de reserva de alojamento e marcação de viagens, a correspondência, as comunicações, os consumíveis correntes, que o beneficiário suporta para a preparação, coordenação, controlo e execução do projeto e à gestão administrativa do mesmo.

r) Despesas com recursos humanos: O montante máximo admissível para esta despesa corresponde a 5% do valor total das despesas elegíveis com cada ação do projeto.

Estes encargos devem respeitar a uma ação concreta e correspondem ao tempo gasto pelos colaboradores afetos àquela ação .

Estas despesas dizem respeito às despesas com vencimentos e encargos sociais que o beneficiário suporta com colaboradores do seu quadro de pessoal e que participam diretamente na preparação, coordenação, controlo e execução das ações do projeto (**ANEXO 2**).

O beneficiário deve manter organizados e apresentar quando solicitado os documentos que comprovem a relação laboral.

Não são elegíveis honorários de importadores, representantes temporários da empresa, prestadores de serviço.

- s) Valor **acrescentado (IVA)**: na determinação do valor das despesas elegíveis é deduzido o imposto sobre o valor acrescentado (IVA).

Contudo, o valor do **IVA pode ser considerado elegível** para financiamento, nos casos em que o beneficiário esteja sujeito ao regime de isenção ou esteja integrado no regime misto (*pro rata* ou afetação real).

Cabe ao beneficiário, no decurso do pedido de pagamento, fazer prova dessa situação, mediante declaração do TOC, com indicação dos documentos e taxas que não conferem direito a dedução.

- t) **Impostos e taxas em países terceiros**: na determinação do valor das despesas elegíveis pode ser considerado o valor de impostos e taxas pagos em países terceiros, nos casos em que esses impostos e taxas não confirmam direito a dedução.

Cabe ao beneficiário, no decurso do pedido de pagamento, fazer prova dessa situação, mediante declaração do TOC com indicação dos documentos e taxas que não conferem direito a dedução.

- u) Quaisquer outras despesas que venham a ser propostas pelo beneficiário e aprovadas pela EG, desde que indispensáveis e diretamente relacionadas com a ação a realizar.

- Caso haja outros produtos vínicos ou não vínicos nas mensagens e nos materiais de promoção, só são consideradas para apoio financeiro as despesas proporcionais à participação dos vinhos elegíveis nos materiais.

- **Despesas não elegíveis** (exemplos):

- a) Despesas bancárias;
- b) Perdas resultantes do câmbio de moedas;
- c) Descontos comerciais ou com efeito equivalente;
- d) Despesas efetuadas fora do âmbito de aplicação da medida;
- e) Despesas de alimentação, de deslocação em táxi ou transportes coletivos abrangidas por um valor fixo (ver Despesas diárias;

f) Imposto sobre o valor acrescentado (IVA), exceto em relação aos beneficiários sujeitos ao regime de isenção ou integrados em regime misto.

As despesas devem ser obrigatoriamente acompanhadas por evidências/justificativos de realização (**ANEXO 3**).

G. DURAÇÃO DO PROJETO E PERÍODO DE EXECUÇÃO FINANCEIRA

A duração do projeto estabelece o período de tempo em que as ações podem ser realizadas.

Os projetos podem ter uma duração de 1, 2 ou no máximo 3 anos, sendo a duração máxima, estabelecida no aviso de abertura de concurso.

A contagem da duração do projeto e respetivo período de apoio inicia-se na data que for fixada no aviso de abertura de concurso.

Exemplo: para um projeto com início no dia 19 de agosto de 2013

<i>Duração do projeto</i>	<i>Data início (fixada no aviso do concurso)</i>	<i>Data fim do projeto</i>
<i>1 ano</i>	<i>19 agosto 2013</i>	<i>19 agosto 2014</i>
<i>2 anos</i>	<i>19 agosto 2013</i>	<i>19 agosto 2015</i>
<i>3 anos</i>	<i>19 agosto 2013</i>	<i>19 agosto 2016</i>

O apoio concedido a um beneficiário em determinado mercado de país terceiro por um período de 3 anos, pode ser renovado, uma única vez, pelo período máximo de 2 anos, devendo, o beneficiário apresentar **um novo projeto em concurso aberto para o efeito, que deve incluir a avaliação dos resultados obtidos anteriormente.**

Exemplo:

O apoio, só pode ser renovado em determinado mercado após 3 anos nesse mercado.

No total, um projeto não pode ultrapassar 5 anos em determinado mercado:

- 3 anos + prorrogação 2 anos ou 1 ano*
- (2 anos + 1 ano) + prorrogação 2 anos ou 1 ano*
- (1 ano + 1 ano + 1 ano) + prorrogação 2 anos ou 1 ano*

H. APOIOS FINANCEIROS

Os apoios são concedidos sob a forma de incentivo não reembolsável.

O apoio comunitário, é limitado a uma **comparticipação até 50% do valor das despesas elegíveis.**

Para os projetos de **associações e organizações profissionais e interprofissionais e organismos públicos** ligadas ao setor do vinho e, em função da pontuação final do projeto, o apoio pode ser **majorado até ao limite máximo de 30% das despesas elegíveis, através de fundos nacionais provenientes das receitas geradas pela cobrança da taxa de promoção**, nos termos previstos no quadro a seguir indicado:

Majoração do apoio (em percentagem)

	Taxa de majoração proveniente de fundos nacionais		
	Pontuação final obtida pela avaliação do projeto		
	> 70 e ≤ 80	> 80 e ≤ 90	> 90
Máximo	10	20	30

- Os projetos referentes a vinhos com a denominação de origem «Porto» e vinhos originários das Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira não beneficiam de majoração com fundos nacionais.
- Na decisão da comparticipação por fundos nacionais, a EG tem em conta as disponibilidades de recursos financeiros, que são provenientes das receitas geradas pela cobrança da taxa de promoção.
- As despesas apoiadas ao abrigo desta medida de apoio **não podem beneficiar de quaisquer outros apoios financeiros públicos.**

I. CONCURSO

I.1 ABERTURA DE CONCURSOS E APRESENTAÇÃO DE PROJETOS

Os projetos de promoção em mercados de países terceiros são selecionados mediante **concurso** a realizar por iniciativa da EG.

O **Aviso de abertura de cada concurso** para apresentação de projetos estabelece o seguinte:

- ✓ Os objetivos e as prioridades visadas;
- ✓ Os mercados, as tipologias de ações e ações preferenciais;
- ✓ Os beneficiários;
- ✓ A duração dos projetos e os períodos de execução financeira;
- ✓ A metodologia de avaliação, apuramento de mérito e de seleção dos projetos;
- ✓ O prazo e as regras para a apresentação de projetos;
- ✓ O prazo de comunicação da avaliação e seleção dos projetos;
- ✓ O prazo para a decisão sobre a atribuição dos apoios;
- ✓ O orçamento disponível.

A divulgação do aviso de abertura dos concursos é efetuada através de vários meios, designadamente anúncios a publicitar nas páginas eletrónicas do IVV e do IFAP.

São admitidos a concurso os projetos que contemplem uma ou mais tipologias de ações suscetíveis de apoio, exceto se forem do tipo D e E (não são admitidos projetos só com estas tipologias de ações - Estudos de Mercado e de Avaliação de resultados)

As condições de acesso do beneficiário estão definidas no ponto B.

Durante a aplicação do programa de apoio 2014-2018, um beneficiário **não pode candidatar-se com um novo projeto para um país terceiro onde ainda tenha um projeto em curso** (no âmbito do programa 2014-2018).

Todavia e se previamente acordado com a EG pode ser **aceite um novo projeto** apenas para **um ano e sem possibilidade de modificação**, para esse país terceiro desde que as **ações se realizam em zonas/regiões/estados diferentes** do projeto ainda em curso.

Os projetos devem ser elaborados tendo em conta os requisitos estabelecidos na Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto, no Aviso de abertura do concurso e nestas Normas.

Os projetos devem ser elaborados tendo em conta a dimensão da entidade proponente, a sua capacidade económica e financeira e os seus recursos humanos.

Os objetivos e estratégia devem estar bem definidos e quantificados.

As ações propostas devem ser coerentes com os objetivos, devidamente calendarizadas e adequadas à capacidade da entidade proponente.

O projeto deve apresentar retorno do investimento a realizar. Este retorno tem em conta o volume de vendas e o investimento.

O projeto deve conter um plano financeiro tendo em conta a programação da execução das ações em cada mercado, para os anos de exercícios financeiros do FEAGA que o projeto abrangerá, ou seja, de 16 de outubro de um ano a 15 de outubro do ano seguinte.

A formalização dos projetos é efetuada através **de formulário próprio disponibilizado no sítio do IVV**, devendo ser seguidas as orientações emanadas no manual de preenchimento do formulário também disponível no mesmo sítio.

O projeto é obrigatoriamente apresentado em português e submetido ao IVV, **via internet através de plataforma eletrónica específica (SiAPV) e em papel, com todos os documentos solicitados, nos prazos e condições estabelecidas no aviso de abertura de concurso.**

Só serão aceites projetos quando enquadrados no formulário, disponível na plataforma **eletrónica específica (SiAPV)** elaborados de acordo com o formulário e acompanhados de toda a documentação exigida.

O incumprimento de um ou mais requisitos constitui motivo para a não aceitação da candidatura.

I.2 AVALIAÇÃO E SELEÇÃO DOS PROJETOS

Após a receção dos projetos, através do sistema informático SiAPV e dos dossiers em papel, o IVV procede à verificação de conformidade dos requisitos, à análise dos projetos e à sua avaliação.

Durante o período de avaliação, o IVV pode solicitar ao candidato esclarecimentos, melhorias ou alterações ao projeto sempre que achar conveniente.

A avaliação e seleção dos projetos de promoção em mercados de países terceiros baseia-se no seguinte procedimento:

a. Verificação de conformidade dos requisitos

- Verificação das condições de acesso dos candidatos, em função dos requisitos estabelecidos no aviso de abertura de concurso.
- Verificação de que as candidaturas incluem todos os elementos exigidos.
- Verificação da capacidade económico-financeira do candidato. (Anexo I)

b. Avaliação do mérito (MP)

- O teor da candidatura é apreciado através dos seguintes **parâmetros** de avaliação:
 - ↳ Impacto previsível do projeto para o objetivo estratégico;
 - ↳ Enquadramento com os mercados alvo;
 - ↳ Estrutura do plano de marketing e coerência com os objetivos propostos;
 - ↳ Abrangência do projeto;
 - ↳ Conhecimento dos mercados alvo.

c. Avaliação da relação qualidade/Custo (AQC)

- A relação **qualidade/custo (AQC)**, é avaliada tendo em conta os seguintes critérios:
 - ↳ Capacidade de resposta para satisfazer o aumento da procura;
 - ↳ Experiência na implementação e execução de campanhas de promoção;
 - ↳ Existência de fatores de inovação;
 - ↳ Investimento em mercados onde já atua;
 - ↳ Eficácia do custo por contacto;
 - ↳ Retorno do Investimento.

d. Prioridades/Preferências (P)

- Para aplicação das Prioridades/Preferências (conforme indicadas na regulamentação comunitária), são valorizados os projetos de promoção de:

- ↳ **Micro, pequenas e médias empresas**, na aceção da Recomendação da Comissão n.º 2003/361/CE, de 6 de maio;
- ↳ **Novos beneficiários** que não tenham recebido apoio no passado, no âmbito desta medida de apoio;
- ↳ Beneficiários que visem um **novo país terceiro** para o qual não tenham recebido apoio no passado, no âmbito desta medida de apoio.

e. Pontuação final do projeto

Para o cálculo da pontuação final do projeto é tido em consideração os parâmetros e os critérios estabelecidos na Grelha de classificação.

A pontuação é calculada pela aplicação da seguinte equação:

MP x 47,5% + AQC x 47,5% + P x 5%
--

Os projetos são pontuados de 0 a 100 pontos.

Os projetos que obtenham uma pontuação **inferior a 50 pontos não podem beneficiar de apoio pelo que são considerados “Não Aprovados”**.

Grelha de classificação

Avaliação do Mérito (MP)			
Parâmetros	Critérios	Pontuação	Ponderação
Impacto previsível do projeto para o objetivo estratégico	Incremento das vendas em <ul style="list-style-type: none"> - Volume - Valor - Preço médio 	de 0 a 25	47,50%
Enquadramento com os mercados alvo	Mercados prioritários <ul style="list-style-type: none"> - 1ª Prioridade - 2ª Prioridade - Outros Abrangência do projeto nos mercados <ul style="list-style-type: none"> - Âmbito nacional - Âmbito Regional - Âmbito local 	de 0 a 20	
Estrutura do plano de marketing e coerência com objetivos	Análise interna da organização/empresa (SWOT) Avaliação competitiva da organização/empresa (SWOT)	de 0 a 20	

propostos	Análise do mercado e público-alvo Canais de comercialização Objetivos do plano Plano de ações e calendarização Capacidade para implementar o projeto Monitorização da execução e resultados Qualidade da apresentação		
Abrangência do projeto	Representatividade produtos a promover em volume e valor; Entidades envolvidas e que beneficiam das ações; Componente de promoção comercial e genérica de DO/IG/visibilidade nacional	de 0 a 20	
Conhecimento dos mercados alvo	Caracterização dos mercados alvo, sua estrutura e dinâmica	de 0 a 15	
Máximo MP =		100	

Avaliação da relação qualidade / Custo (AQC)			
Parâmetros	Crítérios	Pontuação	Ponderação
Eficácia custo/benefício	Capacidade de resposta, a longo prazo, para aumento da procura Experiência implementação e execução de campanhas de promoção; Existência de fatores de inovação; Investimento em mercados onde já atua; Eficácia do custo por contacto; Retorno do Investimento	de 0 a 100	47,50%
Máximo AQC =		100	

Prioridades / Preferências (P)			
Parâmetros	Crítérios	Pontuação	Ponderação
Classificação da empresa	Micro e PME	35	
Antiguidade na medida de apoio	Novos beneficiários (sem apoio no passado): 65 pontos	de 35 a 65	5%
	Antigos Beneficiários mas com novo país terceiro: <ul style="list-style-type: none"> - 1 novo país: 35 pontos - 2 novos países: 50 pontos - 3 ou mais novos países: 65 pontos 		

	Máximo P =	100
--	------------	-----

O teor dos projetos é analisado através da apreciação dos seguintes elementos (lista não exaustiva):

- Mercados visados e duração do projeto;
- Montante da candidatura (por mercado e total);
- Existência de projetos anteriores;
- Distribuição do financiamento por anos;
- Tipo de atividade do candidato (produtor, negociante, distribuidor, etc.);
- Informação sobre a situação económico-financeira da entidade.
- Produtos a promover (DO/IG/vinho com indicação de casta);
- Principais marcas comercializadas e exportadas;
- Capacidade de produção (vinhas), volume produzido/comercializado,
- Vendas em volume e valor por tipo de vinho e por mercado, interno e externo, nos últimos anos;
- Recursos humanos existentes e composição da equipa de marketing;
- Encargos com promoção nos últimos 3 anos e tipo de ações de promoção que o candidato realizou (em todos os mercados em que comercializa);
- Tipo e montantes de apoios financeiros (comunitários e nacionais) nos últimos 3 anos;
- Tipo de programas/projetos em curso;
- Dados globais da comercialização de vinho: principais mercados, existência de contactos/importador/distribuidor nos mercados visados, prémios e referências de importância internacional;
- Análise SWOT;
- Objetivos e estratégia do projeto;
- Mensagens a transmitir;
- Caracterização dos mercados e do público-alvo;

- Comparação entre os resultados atuais e os esperados no fim do projeto (por mercado e tipo de produto), capacidade de resposta em caso de aumento da procura;
- Metodologia utilizada para a monitorização de resultados;
- Orçamento por ação (valor do investimento total, montantes por rúbrica de despesa, custos unitários);
- Calendarização e descrição detalhada da ação (exemplo: dias de duração do evento, intervenientes, público-alvo, produtos a promover, quantidades e tipo de material de merchandising e documentação informativa e promocional);
- Informação sobre a capacidade técnica e financeira para a execução do projeto.

A avaliação é submetida à decisão da EG, sendo os projetos hierarquizados por ordem decrescente da **Pontuação Final** até ao limite da dotação orçamental comunitária estabelecida no aviso do respetivo concurso.

Quando se verificar que o valor do apoio comunitário referente ao investimento global proposto para a totalidade dos projetos apresentados em cada concurso, não excede a dotação orçamental comunitária, prevista no aviso de abertura, a EG pode, após a avaliação de cada projeto, comunicar de imediato a decisão ao respetivo candidato.

A EG comunica aos candidatos, no prazo fixado no correspondente aviso de abertura do concurso, o resultado da avaliação do seu projeto, a decisão sobre o nível de comparticipação de apoio e o respetivo montante a conceder a cada candidato.

Decorridos os prazos obrigatórios do Código de Procedimento Administrativo, a EG comunica ao IFAP a lista dos projetos aprovados para cada concurso.

A EG procede, através da Internet, na página eletrónica do IVV, à divulgação dos elementos relativos aos projetos aprovados em cada concurso, indicando, a designação do beneficiário, o montante do investimento elegíveis e os níveis de apoio.

I.3 FORMALIZAÇÃO DO TERMO DE ACEITAÇÃO PARA A CONCESSÃO DO APOIO

A concessão do apoio é formalizada através de termo de aceitação celebrado entre o beneficiário e o IFAP.

Os projetos aprovados tornam-se efetivos somente com a celebração do termo de aceitação.

A não celebração do termo de aceitação por razões imputáveis ao beneficiário, nos prazos estabelecidos determina a caducidade da decisão da EG, e, conseqüentemente, da concessão do apoio.

O termo de aceitação pode ser alterado por iniciativa do beneficiário mediante requerimento dirigido ao IFAP, que por sua vez deve comunicar à EG as alterações aceites, nomeadamente alterações estatutárias do beneficiário, alteração de sócios da entidade, alteração NIF/NIPC, etc. Pode ainda ser alterado nos termos, valores e efeitos como resultado de modificações ao projeto, aprovadas pela EG por solicitação do beneficiário e comunicadas ao IFAP.

J. EXECUÇÃO DO PROJETO

A execução do projeto é acompanhada pela EG através do SiAPV.

Através do SiAPV os beneficiários apresentam à EG, as **comunicações obrigatórias** relativas à execução dos seus projetos, os pedidos de modificações aos projetos e os mapas de despesas para efeito dos pedidos de pagamento ao IFAP-

O SiAPV disponibiliza também aos beneficiários um conjunto de ferramentas que permitem o controlo de execução dos seus projetos, nomeadamente mapa de acompanhamento do projeto com o índice de execução financeira do beneficiário (despesas pagas e incluídas em pedidos de pagamento do apoio), mapas com as modificações do projeto e da situação atual do mesmo, bem como troca de mensagens, avisos, etc.

J.1 EXECUÇÃO MATERIAL

- O projeto é executado ao longo do período estabelecido no aviso do concurso, devendo as ações em cada mercado serem programadas para serem realizadas ao longo desse período.
- O beneficiário pode dar início à execução das ações propostas no projeto a partir da data estabelecida no aviso do concurso, podendo as mesmas serem ou não aprovadas no todo ou em parte.
- Num projeto a contagem de tempo em cada mercado é o correspondente ao período que vigorar para o projeto na sua globalidade.

Exemplo:
Projeto de 3 anos, com ações em 2 mercados previstas para 3 anos e outras ações em 3 outros mercados a serem executadas em 2 anos.

A contagem de tempo de promoção em todos os mercados é de 3 anos

- O beneficiário deve gerir convenientemente a sua capacidade de execução com o programa que se propôs efetuar, quer material quer financeiramente, por forma a rentabilizar ao máximo o investimento aprovado e atingir os objetivos do projeto.

J.2 EXECUÇÃO FINANCEIRA

- A **execução financeira do projeto corresponde ao pagamento do apoio** por parte do IFAP mediante a apresentação das despesas elegíveis efetivamente realizadas e pagas pelo beneficiário, relativas às ações realizadas.
- O período a considerar para efeitos da concessão do apoio financeiro durante 2014-2018, corresponde ao exercício financeiro do FEAGA ou seja de **16 Outubro de um ano a 15 Outubro do ano seguinte**.
- O beneficiário, deve apresentar pedidos de pagamento, pelo menos um por cada exercício financeiro, acompanhados dos documentos comprovativos das despesas efetuadas e pagas e demais documentação exigida pelo IFAP.

J.3 COMUNICAÇÕES OBRIGATÓRIAS E RELATÓRIOS

As datas de envio dos mapas das Comunicações Obrigatórias e dos Relatórios são estabelecidas pela EG, comunicadas ao beneficiário e divulgadas na página eletrónica do IVV.

- As comunicações obrigatórias por cada projeto são as seguintes:
 - a) **Calendarização das ações** – O mapa com a calendarização das ações é transmitido pelos beneficiários à EG nos prazos que forem fixados por esta.

O beneficiário regista no SiAPV, em formulário específico, o calendário das ações realizadas até à data e as a realizar no período seguinte.

A apresentação das calendarizações será, em princípio, trimestral, e contém elementos informativos sobre as ações (datas, locais de realização, situação da ação).

Este mapa deve refletir a programação de execução das ações previstas no projeto e os ajustamentos de calendário e de locais de realização que, o projeto vai tendo ao longo da sua execução.

Trata-se de um instrumento importante, para se poder acompanhar o processo de execução material do projeto, de verificar a necessidade de ajustamentos de estratégia de execução e de eventuais modificações de ações.

Cabe à EG aceitar ou não a calendarização registada, podendo solicitar ao beneficiário esclarecimentos, informações complementares e/ou correções da informação prestada. Esta informação é sequencial, pelo que a informação seguinte só pode ser apresentada pelo beneficiário se a anterior tiver sido aceite pela EG. Deste modo é de todo conveniente que não haja atrasos na apresentação desta informação.

- b) **Relatório de execução** - O Relatório de execução das ações é transmitido pelos beneficiários à EG nos prazos que forem fixados por esta.

O beneficiário preenche no SiAPV, em formulário específico, o relatório que contém informações sobre as ações realizadas em cada mercado fornecendo dados pormenorizados sobre a sua execução, os dados preliminares relativos aos resultados das ações já realizadas e ao impacto das mesmas nos objetivos do projeto (vendas, quotas de mercado, contactos/encomendas efetuados, etc.).

Cabe à EG aceitar ou não o relatório enviado, podendo solicitar ao beneficiário esclarecimentos, informações complementares e/ou correções da informação prestada. Este é um instrumento fundamental para se conhecer o andamento do projeto, verificar os impactos e medir os resultados e perspetivar eventuais modificações ou ajustamentos ao projeto.

- c) **Relatório Final** - Após a conclusão do projeto o beneficiário deve apresentar à EG um relatório suficientemente detalhado.

Este relatório é a única comunicação obrigatória que não é entregue via SiAPV e para a qual não existe um formato estabelecido.

O beneficiário pode ser convocado pela EG para fazer a apresentação deste Relatório, o qual deve incluir os seguintes aspetos:

- i. Análise global dos resultados obtidos e objetivos atingidos, incluindo a evolução das vendas em cada mercado, os preços, os contratos efetuados, e se possível a quota de mercado conquistada e ou notoriedade obtida para as marcas e/ou empresa, etc.;

- ii. Aspetos positivos e negativos verificados na execução do projeto com a justificação das modificações introduzidas e resultados obtidos com as mesmas;
 - iii. Apuramento de indicadores de resultados das ações e de impacto do projeto e sua relevância face aos objetivos pretendidos;
 - iv. Mapa de execução financeira que destaque as despesas inicialmente planificadas, as alterações orçamentais introduzidas, as despesas efetivamente realizadas e pagas, por mercado e total do projeto. Indicação do apoio total recebido e cálculo do grau de execução.
- d) **Estimativa das despesas a efetuar até 15 de Outubro** de cada ano - O beneficiário deve transmitir à EG até **15 de Junho de cada ano**, uma estimativa das despesas que ainda irá realizar e apresentar ao IFAP até ao fim do exercício financeiro do FEAGA, dentro do prazo limite de apresentação do pedido de pagamento, para efeitos do controlo de execução financeira desta medida de apoio, conforme o artigo 3.º do Regulamento (CE) n.º 555/2008, da Comissão, de 27 de junho.

K. MODIFICAÇÕES AO PROJETO

São admitidas modificações aos projetos que não afetem os objetivos e a estratégia estabelecidos e que possam contribuir de forma mais eficaz para atingir os objetivos previstos no projeto.

- As modificações podem **ser relevantes e não relevantes**:

- Consideram-se **modificações relevantes**:

Alterações que pela sua natureza e/ou valor carecem de autorização da EG, designadamente as seguintes:

- Cancelamento, substituição ou introdução de atividades numa ação;
- Cancelamento, substituição ou introdução de ações em determinado mercado;
- Cancelamento de um mercado com transferência do respetivo orçamento, no todo ou em parte, para ações em outros mercados do projeto.

- Introdução de um novo mercado com as respetivas ações, desde que o novo mercado se situe na mesma área geográfica do mercado cancelado (anexo 4);
- Alterações do número de pessoas a deslocarem-se e número de viagens;
- Desvios na execução financeira do projeto aprovado, que se traduzam num incremento de despesa superior a 10% do montante total aprovado (para a duração do projeto) para determinada ação num determinado mercado;
- Ajustamentos orçamentais entre ações e mercados, acima dos 10% acima referidos.

De uma modificação relevante pode resultar uma verba do orçamento não afeta a ações/atividades, ficando registada em rubrica específica – “orçamento não utilizado”, que pode vir a ser utilizada em modificações seguintes. Esta verba não pode exceder o limiar de referência de 10% do valor do subtotal do projeto até ao máximo de 100.000,00€.

Exemplo:

Rúbrica	Aprovado (€)	1ª Modificação (€)	2ª Modificação (€)
Subtotal das ações	100,00	90,00	100,90
Despesas Recursos Humanos	4,00	3,60	3,60
Despesas Gerais beneficiário	5,00	4,50	4,50
Orçamento não utilizado	---	10,90	0,00
Total	109,00	109,00	109,00

Qualquer modificação não pode implicar alteração do valor do orçamento global do projeto.

- Consideram-se **modificações não relevantes**:

Ajustamentos ao investimento previsto que não carecem de aprovação prévia à apresentação das despesas, tais como:

- Despesas de montante superior ao aprovado para uma determinada ação prevista, desde que o incremento não ultrapasse 10% do montante total aprovado para essa ação (ver exemplo anterior);
- Substituição ou alteração de materiais de promoção e de merchandising, por outros da mesma natureza, desde que não seja

ultrapassado o custo unitário aprovado. *Exemplos não exaustivos: 200 saca-rolhas substituídos por 300 drop-stops, T-shirts por aventais;*

- Substituição ou alteração de meios de divulgação da informação e publicidade. *Exemplos não exaustivos: publicação de anúncio na revista A em substituição da revista B ou do jornal C, passagem de anúncio no canal “X” em vez do canal “Y” previsto, transmissão de anúncio na rádio em substituição da televisão;*
 - Substituição ou alteração de material informativo e/ou promocional, por outros da mesma natureza, desde que não seja ultrapassado o custo unitário aprovado. *Exemplos não exaustivos: produção e divulgação de 1000 flyer’s em substituição de 200 folhetos; produção e distribuição de brochuras em substituição de catálogos;*
 - Alteração do número de participantes ou de convidados numa atividade ou ação, desde que o valor da ação não seja alterado em mais do que 10%.
 - Alteração de datas de calendário de ações ou de atividades e respetivos locais de realização. Estas alterações devem ser refletidas na informação obrigatória da calendarização das ações.
- **Não são permitidas as seguintes modificações:**
 - Introdução de novos mercados de áreas geográficas diferentes.
 - Alteração na percentagem do orçamento relativa às despesas gerais do beneficiário e do custo dos recursos humanos diretos do projeto.
 - Alteração do valor global do projeto.
 - Alterações nas despesas diárias (numero de pessoas abrangidas e dias) .
 - Os pedidos de modificações relevantes são submetidos pelo beneficiário através do SiAPV.
 - O pedido de uma modificação relevante deve ser efetuado pelo beneficiário, antes da realização da ação/atividade e obrigatoriamente antes de apresentarem ao IFAP o pedido de pagamento das despesas efetuadas e inerentes à sua realização.
 - Nos casos em que o pedido de modificação seja efetuado após a realização da ação/atividade, a sua análise está condicionada à apresentação de evidências/justificativos de realização, exceto quando a modificação é apenas de ajustamentos orçamentais.
-

- Ao longo da execução do projeto o beneficiário pode apresentar os seguintes pedidos de modificação:
 - i. **Dois pedidos** de modificação em cada período da execução financeira (16 Outubro ano n a 15 outubro ano n+1);
 - ii. **Um pedido final** antes de apresentação do último pedido de pagamento do projeto.
- Após análise técnica do pedido de modificação:
 - i. A EG toma a decisão que é comunicada ao beneficiário através de ofício, ficando disponível no SiAPV, o mapa do orçamento modificado aprovado e as alterações de calendários de execução de ações, se for o caso.
 - ii. A decisão da EG é comunicada ao IFAP, acompanhada do parecer e do mapa do orçamento com a modificação aprovada. Cada modificação relevante pode dar origem a uma adenda ao respetivo termo de aceitação.
 - iii. Todo o processo de análise e de decisão da modificação, assim como as alterações resultantes na calendarização das ações e no orçamento do projeto ficam registados no SiAPV.
- Caso haja Comunicações Obrigatórias em atraso não são aceites pedidos de modificação.

L. ACOMPANHAMENTO DA EXECUÇÃO DOS PROJETOS E DA MEDIDA

A EG, com base nas comunicações obrigatórias apresentadas pelos beneficiários e registadas no SiAPV e na informação relativa ao pagamento do apoio financeiro fornecida pelo IFAP procede ao acompanhamento da execução dos projetos.

A EG pode, solicitar sempre que for necessário, esclarecimentos e/ou complementos de informação aos beneficiários, que devem ser prestados nos prazos indicados.

A EG elabora pelo menos um relatório de execução da medida de apoio por cada exercício financeiro do FEAGA, procedendo igualmente à avaliação dos resultados, do impacto da medida e do cumprimento dos objetivos estabelecidos.

L.1 INDICADORES DE EXECUÇÃO

Para efeitos de acompanhamento do projeto, são considerados os seguintes indicadores de execução:

- i. **Execução material:** rácio entre as ações finalizadas e as ações previstas por mercado e total do projeto;
- ii. **Execução financeira do investimento:** rácio entre o montante total de pedidos de pagamento apresentados ao IFAP e o valor do orçamento do projeto aprovado, por mercado e total.
- iii. **Execução financeira da apoio:** rácio entre o montante global do apoio pago pelo IFAP e o valor global do apoio aprovado para o projeto.

Para o cálculo dos indicadores de execução financeira o montante pago pelo IFAP a título de adiantamento só é considerado após a confirmação do investimento e a regularização do adiantamento.

L.2 PROCEDIMENTOS DE ACOMPANHAMENTO

- Para efeitos do acompanhamento da **execução material**, a EG analisa a informação prestada nas calendarizações das ações.
 - Se 6 meses após a data de início do projeto (ou da comunicação de aprovação do projeto), não tiver sido realizada nenhuma ação ou o beneficiário não tiver apresentado informação relativa às calendarizações, a EG interpelará o beneficiário da sua intenção de executar o projeto ou de o cancelar, resultando uma decisão da EG sobre a manutenção ou não da ativação do projeto.
 - Se 1 ano após a data de início do projeto (ou da comunicação de aprovação do projeto) e num projeto de duração superior a 1 ano, não houver sido realizada nenhuma ação ou o beneficiário não tiver apresentado informação relativa às calendarizações, relatórios e pedidos de pagamento, a EG pode determinar a desativação do projeto e comunicar ao IFAP com vista à eventual resolução do termo de aceitação.
- Para efeitos da **execução financeira** do investimento, a EG acompanha os pedidos de pagamento registados no SiAPV e apresentados ao IFAP.
- Mediante informação do IFAP sobre o pagamento do apoio financeiro, a EG acompanha a execução financeira da ajuda, ou seja da utilização do apoio, alertando o beneficiário, sempre que achar conveniente face ao grau de **execução**.

- O beneficiário deve desenvolver todos os esforços para cumprir os objetivos do projeto e atingir os indicadores de execução definidas nestas normas, para evitar a aplicação de penalizações.

M. FORMAS DE PAGAMENTO DO APOIO E PEDIDOS DE PAGAMENTOS

Até à publicação do documento de adenda ao presente documento de Normas Complementares, mantém-se válido o Guião do Beneficiário ⁵, em tudo o que não contraria o estabelecido nas presentes Normas e na legislação em vigor.

N. PENALIZAÇÕES

As penalizações são as previstas na Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto, designadamente:

- Incumprimento da apresentação da documentação obrigatória:
 - ↳ A EG recusa os pedidos de modificação ao projeto - Não são analisadas modificações ao projeto enquanto o beneficiário não apresentar à EG todas as comunicações obrigatórias previstas;
- Incumprimento de grau de execução:
 - ↳ Quando inferior a 35% - Inibição do beneficiário apresentar novos projetos no âmbito desta medida;
 - ↳ Quando superior ou igual a 35% mas inferior a 65% - Inibição do o beneficiário concorrer à prorrogação do apoio para os mesmos mercados.

A EG pode decidir, mediante justificação devidamente fundamentada a apresentar pelo beneficiário, não aplicar as sanções previstas.

⁵ *Guião do Beneficiário*, publicado e disponível no site do IFAP

O. CONTROLOS E AUDITORIAS

Os beneficiários estão sujeitos aos controlos administrativos e financeiros que venham a ser determinados pelo IFAP ou outra entidade nacional com competência na matéria e pela UE, pelo que:

- Devem ter os processos administrativos, contabilísticos e financeiros, referentes ao projeto devidamente organizados.
- A contabilização das despesas e custos devem estar de acordo com as normas contabilísticas e individualizadas por projetos.
- Devem obter e fornecer todas as evidências que possam comprovar a execução das ações e atividades nelas inseridas e que suportaram as despesas apresentadas. Estas evidências podem não se limitar ao suporte apresentado pelos fornecedores diretos: nos casos de recurso a subcontratação a terceiros, as faturas do fornecedor devem vir devidamente discriminadas, podendo ser exigida a respetiva documentação suporte (documentos de despesa, liquidação e outras evidências).
- A documentação deve ser organizada por mercado e ação por forma a permitir maior controlo e facilidade de verificação e conservada durante um período de 5 anos, exceto se outro prazo se encontrar fixado em legislação especial.
- Devem prestar todas as informações solicitadas pelas equipas de controlo e de auditoria e disponibilizar toda a informação e documentação referente ao projeto.

Uma boa organização de processos e de apresentação da documentação garante maior eficiência nos trabalhos de controlo e de auditoria como também menores riscos de recuperações de apoios concedidos.

P. RESOLUÇÃO E DENÚNCIA DO TERMO DE ACEITAÇÃO

As condições para a resolução e denúncia dos termos de aceitação são as definidas na Portaria n.º 257/2013, de 13 de agosto, designadamente:

- O termo de aceitação pode ser resolvido unilateralmente pelo IFAP depois de ouvida a EG, quando se verifique uma das seguintes condições:
 - a) Incumprimento pelo beneficiário das suas obrigações, nomeadamente em relação à **falta de apresentação das comunicações obrigatórias**;
 - b) Incumprimento do **grau mínimo de execução financeira** do projeto;

- c) Prestação de **informações falsas** sobre a situação do beneficiário ou viciação de dados fornecidos na apresentação, apreciação e acompanhamento da execução do projeto;
 - d) Não apresentação de **pelo menos 1 pedido de pagamento** ou de adiantamento por período de execução financeira.
- Quando a resolução se verificar por motivo referido na alínea c), acima, o beneficiário não pode beneficiar de quaisquer apoios no âmbito desta medida durante a vigência do quadro financeiro de apoio 2014-2018.
 - O termo de aceitação pode ser denunciado por iniciativa do beneficiário, através de comunicação escrita e fundamentada ao IFAP, que comunica o facto à EG.
 - Salvo casos excepcionais, devidamente fundamentados, a resolução ou a denúncia do termo de aceitação implica a devolução dos montantes já recebidos pelo beneficiário, no prazo de 30 dias a contar da data de notificação da decisão, findo o qual são devidos juros de mora sobre o montante a devolver.

ANEXO 1

Verificação da situação económico-financeira (1.2 - AVALIAÇÃO E SELEÇÃO DOS PROJETOS - a.
Verificação de conformidade dos requisitos)

Considera-se que as entidades candidatas possuem uma situação económico-financeira equilibrada quando:

- No caso de associações profissionais, interprofissionais e empresariais apresentarem uma **Situação Líquida positiva, isto é Ativo > Passivo**

Situação Líquida - Soma dos valores contabilísticos do capital social, das reservas e dos resultados retidos

- No caso das empresas apresentarem um **rácio de autonomia financeira igual ou superior a 0,15**

Cálculo de **autonomia financeira**

$$AF = CP_e / AL_e$$

AF – autonomia financeira

CP_e – capital próprio da empresa AL_e – ativo líquido da empresa⁶

- Os valores a utilizar para os indicadores são os referentes ao balanço final do exercício anterior ao da data da candidatura e, no caso de insuficiência de capital próprio, os de um balanço intercalar posterior. Os valores devem ser certificados pelo TOC ou ROC.
- Caso a Autonomia Financeira seja inferior a 0,15 então, a título de capital próprio, podem ser consideradas novas entradas (capital social, consolidação de suprimentos e prestações suplementares de capital) que não se enquadrem na definição de passivo financeiro, a realizar até à data da celebração do *termos de aceitação da concessão do apoio*, cuja informação devidamente validada pelo TOC/ROC será transmitida à EG até ao prazo fixado por este.

Na ausência de resposta no prazo fixado, a EG emite a decisão e são considerados os elementos de candidatura.

⁶ valor do ativo de uma empresa após terem sido feitas as correções patrimoniais, ou seja, depois de deduzido ao ativo da empresa o valor das provisões e o valor das amortizações referentes às diversas rubricas do ativo do balanço. O montante total do ativo líquido da sociedade tem de ser sempre igual ao montante total do seu passivo.

ANEXO 2

Custo de recursos humanos diretos - Para a imputação dos custos com os recursos humanos a cada ação, o beneficiário deve ter em consideração o seguinte:

- Registo em mapa de custos do pessoal próprio contratado e afeto diretamente à execução do projeto.
- Apresentado com base no respetivo custo horário, por ação, por mês, e por pessoa, indicando o tempo afetado a cada pessoa, o custo unitário e o custo a imputar a cada ação.
- A base de cálculo é a seguinte:
 - $\text{Custo horário} = [(SB + ES_1) \times m_1 + (SR + ES_2) \times m_2] / m \times d \times h$
 - SB = Salário Base mensal do trabalhador
 - ES_1 = Encargos Sociais Obrigatórios da entidade beneficiária para todas as remunerações, exceto subsídio de refeição
 - m_1 = número de meses de remuneração anual do trabalhador (comum serem 14 meses)
 - SR = subsídio de refeição mensal do trabalhador
 - ES_2 = Encargos Sociais Obrigatórios da entidade beneficiária que incidem sobre o subsídio de refeição
 - m_2 = número de meses de subsídio de refeição
 - m = número de meses por ano que o trabalhador exerce funções segundo o contrato individual de trabalho (comum serem 12 meses)
 - d = número de dias por mês de trabalho de acordo com o contrato individual de trabalho (comum serem 22 dias uteis)
 - h = número de horas por dia de acordo com o contrato individual de trabalho (comum serem 8 horas)

Mapa de custos de pessoal:

Mês:

<i>Data</i>	<i>Nome</i>	<i>Ação</i>	<i>Mercado</i>	<i>Horas</i>	<i>Custo/Hora</i>	<i>Total</i>

Resumo por colaborador:

<i>Nome</i>	<i>Horas</i>	<i>Custo/Hora</i>	<i>Total</i>

Resumo por ação:

<i>Ação/Mercado</i>	<i>Horas</i>	<i>Total</i>

- O número de horas a afetar a uma atividade/ação do projeto por um colaborador é no máximo de 5 horas por dia.
- O limite máximo de dias por mês, por colaborador é de 20 dias.

Exemplo 1: Provas e degustações

1 Colaborador trabalhou 5 dias na preparação da ação que teve a duração de horas.,

Preparação: 5 dias x 5 h = 25 horas

Execução: 1 dia x 4 h = 4 horas

RHd = 29 horas

Exemplo 2: Participação numa feira

1 Colaborador trabalhou 10 dias na preparação da ação e esteve no stand 8 horas por dia durante 3 dias

Preparação: 10 dias x 5 h = 50 horas

Execução: 3 dias x 5 h = 15 horas

RHd= 65 horas

O valor destas despesas é imputado a cada ação e não pode ultrapassar 5% das despesas efetivas da ação.

- O beneficiário deve declarar o pessoal que está afeto ao projeto, o respetivo salário base e demais remunerações.
- O beneficiário deve possuir um processo de registo de horas dos colaboradores afetos às ações do projeto.
- Apenas são aceites despesas com recursos humanos de colaboradores com vínculo laboral ao beneficiário.

ANEXO 3

Exemplos de ações e respetivas evidências (justificativos de realização)

Tipologia	A: Relações públicas, promoção ou publicidade	
Ação	Justificativos/evidências possíveis	OBS
Visitas ao mercado, encontros com importadores e distribuidores	Emails, faxes, cartas a estabelecer contactos e marcação de reuniões Relatórios de reuniões Encomendas conseguidas Lista de nomes e endereços dos contactos efetuados	Comprovativos da deslocação – bilhetes de avião, bilhete de outro meio de transporte, reserva e/ou fatura de hotel, check-in electrónico ou talão de embarque.
Campanhas publicitárias nos Media, Web e redes sociais (TV, rádio, imprensa, etc.)	Exemplares de anúncios nos diversos suportes e meios de difusão Contratos/acordos com os meios de difusão e media Relatórios de impacto	▪
Ações de promoção em pontos de venda, no canal HORECA, ou junto aos consumidores	Lista de GMS ou de empresas de grande distribuição ou restaurantes ou hotéis, data/período, calendário das ações, fotos datadas, documentação específica produzida	▪
Produção de catálogos, folhetos, brochuras, comunicação à imprensa	Exemplares de materiais Press-releases	▪
Criação e manutenção de sites e redes sociais para a promoção e divulgação	Endereço do site e rede social Relatórios e estatística de acesso	▪
Produção de merchandising	Exemplares de materiais Lista de distribuição	▪
Ações de formação e seminários	Lista de convidados/participantes Questionário/relatórios de satisfação Documentos específicos/manuais de formação utilizados Fotos datadas	▪
Provas e degustações, jantares e almoços vînicos, apresentações de produto em eventos	Lista de convidados/participantes Questionário/relatórios de satisfação Lista de vinhos em prova Fotos datadas	▪
Viagens inversas (visitas a Portugal);	Lista de convidados/participantes Questionário/relatório de satisfação Programa da visita Referências na imprensa, na Web e redes sociais Fotos datadas	Comprovativos da deslocação – bilhetes de avião, bilhete de outro meio de transporte, reserva e/ou fatura de hotel, check-in electrónico ou talão de embarque.
Patrocínio a eventos vînicos e de grande público (festivais, desportivos...)	Contrato/protocolo ou documento do acordo estabelecido, contrapartidas Cobertura de imprensa Fotos datadas	▪
Participação em concursos de vinhos e provas de críticos de vinhos reconhecidos mundialmente	Resultado do concurso e das provas Cobertura de imprensa Utilização dos resultados (selos nas garrafas, menção do prémio em artigos e documentação e em anúncios, press-releases)	▪
Participação em eventos coletivos	Boletim de inscrição Lista de participantes Lista de vinhos apresentados	Comprovativos da deslocação – bilhetes de avião, bilhete de outro

	Fotos datadas	meio de transporte, reserva e/ou fatura de hotel, check-in electrónico ou talão de embarque.
--	---------------	--

Tipologia	B: Participação em eventos, feiras ou exposições de importância internacional	
Ação	Justificativos/evidências possíveis	OBS
Feiras e exposições internacionais, sectoriais ou genéricas, dirigidas a profissionais ou a consumidores	Boletim de inscrição e/ou de ingresso Lista de participantes/visitantes Lista de contactos efetuados Lista de vinhos apresentados Referências na imprensa, Web e redes sociais Fotos datadas	Comprovativos da deslocação – bilhetes de avião, bilhete de outro meio de transporte, reserva e/ou fatura de hotel, check-in electrónico ou talão de embarque

Tipologia	C: Campanhas de informação, especialmente sobre os regimes comunitários de denominações de origem, indicações geográficas e modo de produção biológica	
Ação	Justificativos/evidências possíveis	OBS
Encontros empresariais, profissionais, com líderes de opinião ou consumidores Jornadas, seminários Ações de formação Provas e Degustações Eventos coletivos Outras ações - semelhantes às indicadas na tipologia A, mas de carácter genérico	Idênticas aos indicados para as ações da mesma natureza do Tipo A No caso de associações e entidades coletivas juntar: - Lista de participantes - Relatórios de satisfação	Ações desenvolvidas por associações e entidades coletivas do setor vitivinícola Comprovativos da deslocação – bilhetes de avião, bilhete de outro meio de transporte, reserva e/ou fatura de hotel, check-in electrónico ou talão de embarque

Tipologia	D e E: Estudos de mercados e Estudos de Avaliação de resultados	
Ação	Justificativos/evidências possíveis	OBS
Estudos de mercado, económicos e técnicos Estudos de marketing	Relatório/Estudo efetuado Termos de referência e contrato com a entidade a quem foi encomendado o serviço	▪
Estudos de avaliação de resultados das ações de promoção em cada mercado ou do projeto no seu todo.	Relatório/Estudo efetuado Termos de referência e contrato com a entidade a quem foi encomendado o serviço	▪

ANEXO 4

Lista de Países por áreas geograficas

Promoção em países terceiros			
REGIÕES			
REGIÃO	SUB-REGIÃO	PAÍS	
EUROPA	EUROPA NORTE E CENTRAL	LIECHTENSTEIN	
		MONACO	
		SUICA	
		ISLANDIA	
			NORUEGA
		EUROPA DE LESTE	BIELORRUSIA
			MOLDAVIA
			RUSSIA (FEDERACAO DA)
			UCRANIA
		EUROPA DO SUL	ALBANIA
			ANDORRA
			BOSNIA-HERZEGOVINA
			MACEDONIA (A. REPUBLICA JUGOSLAVA)
			MONTENEGRO
	SANTA SE (CIDADE ESTADO VATICANO)		
		SAO MARINO	
		SERVIA	
AMÉRICA	AMÉRICA DO NORTE	CANADA	
		ESTADOS UNIDOS	
		AMÉRICA DO SUL	ARGENTINA
			BOLIVIA
			BRASIL
			CHILE
			COLOMBIA
			EQUADOR
			GUIANA
			PARAGUAI
			PERU
			SURINAME
			URUGUAI
			VENEZUELA
	AMÉRICA CENTRAL	ANTIGUA E BARBUDA	
		BAHAMAS	
		BARBADOS	

		BELIZE
		COSTA RICA
		CUBA
		DOMINICA
		EL SALVADOR
		GRANADA
		GUATEMALA
		HAITI
		HONDURAS
		JAMAICA
		MEXICO
		NICARAGUA
		PANAMA
		REPUBLICA DOMINICANA
		SANTA LUCIA
		SAO CRISTOVAO E NEVIS
		SAO VICENTE E GRANADINAS
		TRINDADE E TOBAGO