

Tuon 10/3/20

M3/3A - Sprijin pentru activitățile de informare și de promovare desfășurate în cadrul schemelor de calitate

Fundamentare în analiza SWOT

Puncte tari	Puncte slabe
Existența unor produse alimentare cu valoare de produs tradițional, insuficient sau deloc valorificate (brânza de Chilia, mierea de mentă din Delta Dunării, țuica de salcâm, duleceata de nufar, ciulinii de balta, etc.)	Lipsa unor lanțuri scurte alimentare în teritoriu, în contextul accesului dificil la piețele de desfacere și al costurilor mari de transport Lipsa certificării, în cazul produselor cu potențial de produs tradițional
Oportunități	Amenințări / Riscuri
Certificarea prin scheme de calitate a unor produse locale, ceea ce ar face ca acestea să rămână în teritoriu, să atragă turiștii pentru consum local, să crească potențialul turistic al teritoriului și să diminueze costurile mari de transport pe apă.	Consumatorii cunosc foarte puțin existența schemelor de calitate, buna organizarea a procesului de certificare, importanța legătura culturală a produselor certificate cu teritoriul Competiție la nivel național și european

Viziune: Diversificarea economiei, a ofertei turistice locale și implicit a nivelului de trai al locuitorilor GAL, prin promovarea produselor locale prin intermediul schemelor de calitate

Denumirea și codul Măsurii	M3/3A - Sprijin pentru activitățile de informare și de promovare desfășurate în cadrul schemelor de calitate
Tipul măsurii	Servicii și Investiții

1. Descrierea generală a măsurii

1.1 Justificare. Corelare cu analiza SWOT: În analiza SWOT un punct tare este existența unui patrimoniu gastronomic cu potențial de produs tradițional, insuficient valorificat (brânza de Chilia, mierea de mentă din Delta Dunării, țuica de salcâm, etc). Această bogată varietate este legată de identitatea locală, reflectă un mod de viață tradițional și apropiat de natură. Prin dezvoltarea produselor locale și înscrierea lor în schema de calitate mediul înconjurător este abordat durabil, este valorificat patrimoniul natural și cultural, sunt încurajați micii întreprinzători și formele asociative. Folosirea schemei de calitate pentru produsele locale va avea ca efect stimularea activităților de turism rural, păstrarea valorii de patrimoniu a produselor locale și crearea de locuri de muncă.

Consumatorii cunosc foarte puțin existența schemelor de calitate, importanța legăturii culturale a produselor certificate cu teritoriul iar costurile directe asociate marketingului descurajează înrolarea în schemele de calitate a produselor locale. Promovarea schemelor de calitate, a produselor certificate și educația consumatorilor, pot impulsiona consumul local dar și creșterea vânzărilor în piața națională și intra-comunitară.

Scopul Măsurii este de a informa consumatorii și de a promova produsele obținute conform schemelor de calitate, pentru a încuraja fermierii și grupurile lor să aplice la acestea.

În plus, obiectivul Măsurii este o mai bună includere a producătorilor în crearea lanțurilor agro-alimentare, prin intermediul schemelor de calitate, respectiv prin adăugarea de valoare produselor agricole. Vor fi sprijinite activitățile care informează consumatorii că produsele obținute conform schemelor de calitate au caracteristici specifice, în special din punct de vedere al calității, al metodelor de producție, prin prisma biodiversității locale.

Sprijinul este destinat să acopere costurile directe eligibile suportate în legătură cu

Yuan Jia

activitățile de promovare și de informare a consumatorilor cu privire la produsele agricole și alimentare incluse în schemele de calitate eligibile.

1.2. Obiectivul de dezvoltare rurală al R(UE) 1305/2013:

(a) Favorizarea competitivității agriculturii

1.3. Prioritatea/Prioritățile la care Masura contribuie, cf. Reg (UE) 1305 / 2013:

P3- Promovarea organizării lanțului alimentar, inclusiv procesarea și comercializarea produselor agricole, a bunăstării animalelor și a gestionării riscurilor în agricultură cu accent pe îmbunătățirea competitivității producătorilor primari printr-o mai bună integrare a acestora în lanțul agroalimentar prin intermediul schemelor de calitate, al creșterii valorii adăugate a produselor agricole, al promovării pe piețele locale și în cadrul circuitelor scurte de aprovizionare, al grupurilor și organizațiilor de producători și al organizațiilor interprofesionale;

1.4. Domeniul de intervenție la care Masura contribuie, cf. Reg (UE) 1305 / 2013:

3A - Îmbunătățirea competitivității producătorilor primari printr-o mai bună integrare a acestora în lanțul agroalimentar prin intermediul schemelor de calitate, al creșterii valorii adăugate a produselor agricole, al promovării pe piețele locale și în cadrul circuitelor scurte de aprovizionare, al grupurilor și organizațiilor de producători și al organizațiilor interprofesionale.

1.5. Articolul din Reg (UE) 1305 / 2013 caruia Masura îi corespunde: Măsura contribuie la prioritățile prevăzute la art. 16, Reg. (UE) nr. 1305/2013.

1.6. Obiective transversale ale Reg (UE)1305 / 2013 la care Masura contribuie:

Atenuarea și adaptarea la schimbările climatice: Masura va contribui la atenuarea schimbărilor climatice și la adaptarea la acestea, printr-o producție bazată pe practici prietenoase mediului. Prin adăugarea de valoare produselor agricole sunt stimulate oferta locală de produse de calitate și consumul local de către turiști, dezvoltarea lanțurilor scurte de aprovizionare și dezvoltarea piețelor locale, care ar putea duce la rute de transport mai scurte, cu costuri de depozitare și logistică reduse și amprentă de carbon redusă. / **Protecția mediului:** Schemele de calitate impun standarde ridicate de producție, cu efect direct de protejare a mediului și indirect asupra gradului de conștientizare a importanței protejării acestuia. Produsele locale ce pot fi înscrise în schemele de calitate europene și naționale sunt rezultatul practicării unei agriculturi durabile, sustenabile, bazate pe biodiversitatea vegetală și animală locală. / **Inovare:** În condițiile predominanței în teritoriu a produselor fără prelucrare superioară, această măsură încurajează obținerea unor produse agricole și alimentare locale de înaltă calitate pentru a adăuga valoare teritoriului și a crește gradul de atractivitate turistică.

1.7. Obiectivele specifice locale al măsurii:

1.7.1. Promovarea integrată a produselor obținute conform schemelor de calitate

1.7.2. Incurajarea formelor asociative ale producătorilor, în scopul unei promovări unitare, integrate, cu valoare de brand local, a produselor teritoriului

1.7.3. Adăugarea de valoare produselor agricole locale

1.7.4. Includerea producătorilor în crearea lanțurilor agro-alimentare

1.7.5. Dezvoltarea pieței locale a teritoriului

1.8. Contribuția la Prioritățile SDL (locale):

P1 : Îmbunătățirea microeconomiei locale. Masura M3/3A va contribui semnificativ la

Lucian Bănuș

crearea de lanțuri alimentare și la certificarea, marketarea și promovarea de produse locale.
P2 : Menținerea populației tinere, apte de muncă, în teritoriu, prin creșterea competitivității sectorului agricol

P 3: Dezvoltarea infrastructurii și serviciilor rurale de bază, a patrimoniului cultural local și a calitatii vieții, prin promovarea patrimoniului local și creșterea calitatii vieții

1.9. Complementaritate cu alte măsuri din SDL:

M5/6B - Investiții în infrastructura rurală la scară mică, servicii locale de bază, patrimoniu cultural și calitatea vieții, prin efectele pozitive pe care acțiunile Măsurii îl produc asupra promovării patrimoniului cultural imaterial (gastronomic) local.

M6/5A - Sprijin pentru activități non agricole, prin efectele pozitive pe care acțiunile Măsurii îl produc asupra microeconomiei teritoriului în ansamblu

1.10. Sinergia cu alte măsuri din SDL: M1/2A - Sprijin pentru micii fermieri ; M2/3A - Sprijin pentru participarea pentru prima dată la schemele de calitate ; M4/3A - Sprijin pentru înființarea și dezvoltarea de structuri asociative

2. Valoarea adăugată a măsurii

Participarea beneficiarilor eligibili la schemele de calitate va contribui la intrarea în piață a unor produse agricole și alimentare care depășesc semnificativ standardele comerciale ale produselor de larg consum, va determina o mai mare recunoaștere a calității produselor locale, și va contribui la crearea identității teritoriului precum și la păstrarea patrimoniului imaterial local, valori ce vor crește atractivitatea turistică de teritoriului ca destinație.

3. Trimiteri la alte acte legislative :

Articolul 16 din Regulamentul (UE) 1305/2013 / articolul 4 din R(UE) 807/2014 /R(UE) 808/2014/ ordinul MADR 724/2013 privind atestarea produselor tradiționale /R (UE) 1151/2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare/ R(CE) 834/2007 privind instituirea unei organizări comune a piețelor produselor agricole/R(CE) 555/2008 de stabilire a normelor de aplicare a R(CE)479/2008 privind organizarea comună a pieței vitivinicole în ceea ce privește programele de sprijin, comerțul cu țările terțe, potențialul de producție și privind controalele în sectorul vitivinicol /R(CE) 882/2004 privind controalele oficiale efectuate pentru a asigura verificarea conformității cu legislația privind hrana pentru animale și produsele alimentare și cu normele de sănătate animală și de bunăstare a animalelor/R DELEGAT (UE) 664/2014 de completare a R(UE)1151/2012 cu privire la stabilirea simbolurilor Uniunii pentru denumirile de origine protejate, indicațiile geografice protejate și specialitățile tradiționale garantate și cu privire la anumite norme privind sursele, anumite norme procedurale și anumite norme tranzitorii suplimentare / R DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) 668/2014 și de stabilire a normelor de aplicare a R (UE) 1151/2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare/ R(CE) 178/2002 de stabilire a principiilor și a cerințelor generale ale legislației alimentare, de instruire a Autorității Europene pentru Siguranța Alimentară și de stabilire a procedurilor în domeniul siguranței produselor alimentare / R(CE) 110/2008 privind definirea, desemnarea, prezentarea, etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase/ R DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) 716/2013 de stabilire a normelor de aplicare a R (CE) 110/2008 privind definirea, desemnarea, prezentarea, etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase / R DE PUNERE ÎN APLICARE (UE) 1239/2014 de modificare a R

Yucamp3ce

(UE) 716/2013 de stabilire a normelor de aplicare a R(CE)110/2008 privind definirea, desemnarea, prezentarea, etichetarea și protecția indicațiilor geografice ale băuturilor spirtoase .

4. Beneficiari direcți/Indirecți (grup țintă)

4.1. Beneficiari direcți: asociațiile de producători (cel puțin grupuri de inițiativa constituite juridic) care sunt persoane juridice incluse într-un sistem de calitate care:

- realizeaza produse înregistrate la nivelul UE (DOP, IGP, STG, etc.),
- realizeaza produse înregistrate conform schemelor naționale de produse tradiționale și produse obținute conform rețetelor consacrate;
- realizeaza produse agricole și alimentare ecologice;
- produc vin cu denumire de origine (vin de calitate cu DOC și IG);
- realizeaza produse cu mențiuni facultative de calitate (produs montan);
- produc băuturi spirtoase cu indicație geografică.

4.2. Beneficiarii indirecti: 4.2.1. Persoane fizice și juridice de pe teritoriul GAL, în calitate de agenți de turism, operatori în turism, unități de alimentație publică pentru turism, atestați de Autoritatea Națională pentru Turism, care vor coopera în cadrul lanțului scurt local. / 4.2.2. Consumatorii de produse locale care vor vizita teritoriul ca turiști și vor participa la programele de informare, promovare și educare. 4.2.3. Organizatorii piețelor locale din teritoriu ce vor oferi la vânzare în cadrul evenimentelor locale produse certificate prin schema de calitate.

5. Tip de sprijin (conform art. 67 din Reg. (UE) nr.1303/2013)

Rambursarea costurilor eligibile suportate și plătite efectiv, în limita a maximum 70 % din totalul costurilor eligibile.

6. Tipuri de acțiuni eligibile

- 6.1. Organizarea, pregătirea și participarea la apariții publice, târguri, piețe, expoziții, emisiuni radio, TV, Internet online și alte forme de apariție la evenimente publice;
- 6.2. Publicitate și informare la punctele de vânzare și alte canale de comunicare;
- 6.3. Pregătire, emiterie și distribuire de informații și materiale promoționale, organizare și desfășurare a altor forme adecvate de publicitate;
- 6.4. Cursuri de educație a gustului organizate în cadrul teritoriului GAL având ca subiect produsele locale în curs de certificare prin schema de calitate;
- 6.5. Ateliere de lucru în tehnici gastronomice organizate în cadrul teritoriului GAL;
- 6.6. Festivaluri gastronomice de promovare a produselor de calitate în strânsă legătură cu sezonabilitatea și specificul biodiversității vegetale și animale locale;
- 6.7. Expoziții de patrimoniu cultural imaterial privind produsele locale și biodiversitatea;
- 6.8. Publicații de culegeri de rețete de produse locale din teritoriul GAL

7. Condiții de eligibilitate

- 7.1. Solicitantul își desfășoară activitatea într-un UAT din GAL.
- 7.2. Prezentarea unui plan de promovare de către un grup de producători aplicant inclus în scheme de calitate, cu o viziune de publicitate și informare pe o perioadă de cinci ani, care include un plan de informare defalcat precis și activități de promovare cu rezultate scontate pentru proiectul depus;

Lucrurile

7.3. Produsele agricole sau alimentare trebuie să fie comercializate de către grupurile de producători ca produse obținute conform schemelor de calitate;

Etichetele sau ambalajele produselor obținute conform schemelor de calitate vor fi inscripționate cu logo aferent schemei de calitate respective; Produsele agricole sau alimentare să fie înregistrate în RNPT, RNRC, DOOR, E-SPIRIT-DRINKS, E-BACHIUS;

7.4. Activitățile de promovare și Informare pe piața Internă a UE sunt eligibile pentru sprijin, cu excepția activitatilor de informare/promovare a vinurilor de calitate implementate prin măsura de „Promovarea vinurilor” din cadrul Programului Național de Sprijin în Sectorul Vitivinicol 2014 - 2018, finanțată din fonduri F.E.G.A.

8. Criterii de selecție

8.1. Proiectele selectate sunt cele ale căror cereri sunt complete și adecvate în ceea ce privește conținutul și care îndeplinesc condițiile pentru a primi fonduri și care depășesc numărul de puncte ca prag de calitate vor fi eligibile pentru sprijin.

8.2. Ca parte a criteriilor de selecție, cel mai mare accent va fi pe tipul de schemă de calitate și contribuția sa la obiectivele orizontale și la promovarea patrimoniului cultural imaterial (în special gastronomic) al teritoriului GAL.

8.3. Se va ține cont totodată în stabilirea criteriilor de selecție și de sectorul prioritar, dar și de principiul reprezentativității grupurilor de producători, fiind avantajate grupurile de producători cu număr mai mare de membri.

9. Sume aplicabile și rata sprijinului

9.1. Justificare: Proiectele sunt din categoria operațiunilor generatoare de venit.

9.2. Sume aplicabile și rata sprijinului: Valoarea maximă eligibilă / proiect este de 30.000 euro. Rata sprijinului public se ridică la max. 70 % la sută din totalul costurilor eligibile.

10. Indicatori de monitorizare

10.1. Nr. de proiecte aplicate de grupuri de inițiativa: 1 (Exemple de indicatori per proiect: Nr. târguri, piețe, expoziții, emisiuni radio, TV, internet; / Nr. de acțiuni de publicitate la punctele de vânzare și în sistemul de cazare turistică și alimentație publică acreditate, din teritoriul GAL / Nr. de cursuri de educație a gustului având ca subiect produsele locale înrolate în schemele de calitate / Nr. de festivaluri gastronomice / Nr. de ateliere de lucru în tehnici gastronomice / Nr. de expoziții de patrimoniu cultural imaterial privind produsele locale și biodiversitatea / Nr. de pliante distribuite) / 10.2. Nr. de exploatații agricole participante estimate: 8

11. Caracterul inovativ al Măsurii

Schemele de calitate vor contribui, prin validarea produselor agricole și alimentare, la dezvoltarea în ansamblu teritoriului GAL, oferind producătorilor instrumentele adecvate pentru a realiza o mai bună identificare și promovare a valorilor de patrimoniu, în special gastronomic, ale teritoriului GAL în ansamblu.

12. Bugetul alocat Măsurii: 21.000 euro