



*ORDEN de 20 de marzo de 2009 por la que se establece la convocatoria de presentación de programas para la promoción en mercados de terceros países de productos de calidad de Extremadura, para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español en desarrollo de la nueva OCM del sector vitivinícola. (2009050126)*

El Reglamento (CE) 479/2008, del Consejo, de 29 de abril, por el que se establece la organización común de mercados vitivinícola y el Reglamento (CE) 555/2008, de la Comisión de 27 de junio, que fija las disposiciones por el que se establecen normas de desarrollo del Reglamento (CE) 479/2008, regulan el sector vitivinícola y en concreto permiten la aplicación de medidas de apoyo al sector, entre las que se encuentra la promoción en mercados de terceros países.

El programa nacional presentado a la Comisión para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español, persigue la mejora de la competitividad del sector vitivinícola español, contemplando entre sus medidas los programas de promoción en mercados de terceros países.

Esta medida de promoción, persigue fomentar el conocimiento de las características y cualidades de los vinos españoles, con el fin de contribuir a la mejora de su posición competitiva y a la consolidación o, en su caso, a la apertura de nuevos mercados, en terceros países.

Con la finalidad de aumentar la competitividad del sector del vino extremeño, aumentando la información sobre los productos de calidad en cuestión, así como su comercialización y con vistas a anticipar la previsión de las distintas acciones a desarrollar y de los importes que pudieran derivarse de las mismas, la presente Orden establece la convocatoria de presentación, en la Comunidad Autónoma de Extremadura, de los programas de promoción en mercados de terceros países para el 2009, que serán estudiados y en su caso seleccionados, y para los que posteriormente tendrá lugar la convocatoria de la Orden de ayudas correspondiente para la anualidad 2009, y en virtud de las competencias cuyo ejercicio se encomienda a esta Consejería,

D I S P O N G O :

**Artículo 1. Objeto.**

La presente Orden tiene por objeto fijar en el marco de la atribución competencial autonómica los requisitos que deben cumplir los Programas (conjuntos de acciones de promoción coherentes, cuyo alcance sea suficiente para contribuir a aumentar la información sobre los productos en cuestión, así como su comercialización), correspondientes a la medida de apoyo a la promoción en mercados de terceros países en el año 2009, del sector vitivinícola de la Comunidad Autónoma de Extremadura y realizar una convocatoria para su presentación, valoración y selección de los mismos.

Los programas que se presenten, y que reúnan los requisitos establecidos, no supondrán ningún compromiso de gasto futuro por parte de la Administración Autonómica y, en su caso dicho compromiso vendrá derivado del que corresponda a la posterior convocatoria de solicitud de ayudas para los programas aprobados y que se publicará con la dotación presupuestaria que se disponga.

**Artículo 2. *Ámbito de aplicación.***

1. Podrán presentar solicitudes para acogerse a la financiación de las medidas de promoción en terceros países:
  - a) Empresas vinícolas.
  - b) Organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales definidas en el Capítulo VII del Título III del Reglamento (CE) n.º 479/2008 del Consejo, de 29 de abril.
  - c) Órganos de gestión y de representación de las indicaciones geográficas vitivinícolas.
  - d) Asociaciones de exportadores y consorcios de exportación.
  - e) Entidades asociativas sin ánimo de lucro participadas por empresas vitícolas que tengan entre sus fines la promoción exterior de los vinos.
2. Los beneficiarios deberán demostrar suficiente capacidad para afrontar las exigencias de comercio con los terceros países y medios para asegurar que la medida se implementa lo más efectivamente posible. Deberán asimismo garantizar la disponibilidad, en cantidad y calidad, de productos para asegurar la respuesta frente a las demandas que se puedan generar como efecto de la promoción realizada.

**Artículo 3. *Productos y países que pueden ser objeto de acciones.***

Podrán ser objeto de las medidas de promoción los productos de calidad, destinados al consumo directo, detallados en el Anexo I de esta Orden, que cuenten con posibilidades de exportación o de nuevas salidas comerciales en terceros países y que pertenezcan a alguna de las siguientes categorías:

- a) Vinos con denominación de origen protegida.
- b) Vinos con indicación geográfica protegida.
- c) Vinos en los que se indique la variedad de uva de vinificación.

**Artículo 4. *Características de las acciones y programas.***

1. Las acciones y programas estarán claramente definidos especificando el país o países a los que se dirigen, los tipos de vinos que incluyen, las medidas que se pretenden llevar a cabo y los costes estimados de cada una de ellas. Anexo II de esta Orden.
2. Las acciones se distribuirán en periodos de 12 meses que comenzarán el 1 de agosto.
3. Los mensajes se basarán en las cualidades intrínsecas del producto y deberán ajustarse a la normativa aplicable en los terceros países a los que van destinados.
4. En el caso de los vinos que cuenten con una indicación geográfica, deberá especificarse el origen del producto como parte de la campaña de información y promoción.
5. Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados 3 y 4 las referencias a las marcas, en su caso, podrán formar parte del mensaje.

**Artículo 5. Presentación de los programas.**

Los interesados que reuniendo los requisitos previstos en esta Orden, tengan el domicilio fiscal de su empresa u organización en territorio de la Comunidad Autónoma de Extremadura, presentarán sus propuestas de acciones y programas de promoción en mercados de terceros países en el año 2009 y la documentación correspondiente a los mismos, de acuerdo con el formulario del Anexo III, en el plazo máximo de 20 días hábiles, contados a partir del día siguiente a la publicación del Real Decreto para la aplicación de las medidas del programa de apoyo al sector vitivinícola español, dirigidos a la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural de la Junta de Extremadura, Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria, a través de cualquier de los lugares previstos en el artículo 38.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Al objeto de elaborar la lista provisional de los programas seleccionados habrán de tenerse en consideración las características específicas del artículo 4 y de los criterios establecidos en el Anexo IV de esta Orden y deberán quedar acreditados en el procedimiento los fundamentos que justifiquen los programas seleccionados.

El procedimiento será tramitado como urgente y cuantos actos afecten a los interesados se publicarán en el Diario Oficial de Extremadura.

La Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria de la Consejería de Agricultura y Desarrollo Rural confeccionará y remitirá esta lista provisional, antes del 1 de mayo de 2009, en unión de todas las actuaciones del expediente, al Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino al objeto de que se continúe el procedimiento para la determinación definitiva de las acciones y programas seleccionados y las condiciones establecidas para los mismos, por los cauces que establezca la normativa nacional aplicable al respecto.

En caso de empate, se dará prioridad a los programas presentados por microempresas y pequeñas y medianas empresas, y a las marcas comerciales colectivas.

**Disposición final primera. Autorización.**

Se faculta a la Dirección General de Explotaciones Agrarias y Calidad Alimentaria a adoptar las medidas necesarias en el ámbito de sus competencias para el cumplimiento de lo dispuesto en la presente Orden.

**Disposición final segunda. Complementariedad.**

Con independencia de lo dispuesto en esta Orden, las medidas relativas al apoyo de promoción en mercados de terceros países se complementarán con lo dispuesto en el Programa de apoyo al sector vitivinícola español presentado a la Comisión Europea y la normativa nacional al respecto.

**Disposición final tercera. Entrada en vigor.**

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de Extremadura.

Mérida, a 20 de marzo de 2009.

El Consejero de Agricultura y Desarrollo Rural,  
JUAN MARÍA VÁZQUEZ GARCÍA

**ANEXO I**

## LISTA DE PRODUCTOS

Los productos mencionados en el artículo 3 son los siguientes:

1. Vino.
2. Vino de licor.
3. Vino espumoso.
4. Vino espumoso de calidad.
5. Vino espumoso aromático de calidad.
6. Vino de aguja.
7. Vino de aguja gasificado.
8. Vino de uvas pasificadas.
9. Vino de uvas sobremaduradas.
10. Vinos procedentes de la producción ecológica.

**ANEXO II**

## ACCIONES Y ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

<b>Acciones</b>	<b>Actividades</b>
<b>Relaciones públicas y medidas de promoción y publicidad</b> que destaquen en particular las ventajas de los productos comunitarios en términos de calidad, seguridad alimentaria y respeto al medio ambiente	Misiones comerciales Campañas publicitarias de naturaleza diversa (TV, radio, prensa, eventos, etc.) Promociones en puntos de venta Portales web para promoción exterior Misiones inversas Oficinas de información Gabinete de prensa Presentaciones de producto
<b>Participación en manifestaciones, ferias y exposiciones</b> de importancia internacional	Ferias y exposiciones internacionales, etc., sectoriales o generales, profesionales y de consumidores
<b>Campañas de información</b> , en particular sobre los sistemas comunitarios de denominaciones de origen, indicaciones geográficas y producción ecológicas	Encuentros empresariales, profesionales, líderes de opinión y consumidores Jornadas, seminarios, catas, degustaciones, etc.
<b>Estudios de nuevos mercados</b> , necesarios para la búsqueda de nuevas salidas comerciales	Estudios e informes de mercado
<b>Evaluación de los resultados</b> de las medidas de promoción e información	Estudios de evaluación de resultados de las medidas de promoción Auditorías de ejecución de medidas y gastos de las acciones

**ANEXO III**  
**FORMULARIO**

1	DENOMINACIÓN
2	ORGANIZACIÓN O EMPRESA PROPONENTE
2.1	Presentación <i>Nombre, dirección, dirección de correo electrónico, teléfono, fax, persona de contacto responsable de la coordinación del programa.</i>
2.2	Características de la organización o empresa proponentes. <i>Representatividad, importancia en el sector.</i>
2.3	Acreditación de la capacidad financiera y experiencia.
3	DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA
3.1	Descripción <i>Nombre, dirección, dirección de correo electrónico, teléfono, fax y persona de contacto.</i> <i>Si se han seleccionado varios organismos de ejecución, indíquense las actuaciones que aplicarán cada uno de ellos.</i>
3.2	Justificación de la competencia técnica y de la capacidad para ejecutar el programa <i>Especificación de las competencias técnicas (personal y medios) y financieras.</i>
4	IDENTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA
4.1	Producto
4.2	Tipo de programa: información/promoción/mixto
4.3	Mercado(s) destinatario(s)
4.4	Duración <i>12-24-36 meses</i>
4.5	¿Se trata de la continuación de un programa anterior por la misma organización proponente?
5	DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA
5.1	Acciones Descripción de cada actividad Justificación del presupuesto previsto para cada actividad
5.2	Presupuesto Cuadro recapitulativo por país destinatario, actividad y año. La presentación del presupuesto debe atenerse a la misma estructura y al mismo orden que la descripción de las actividades. Véase modelo adjunto
6	REPERCUSIÓN PREVISIBLE <i>Especifíquese y cuantifíquese la repercusión previsible en términos de resultados.</i> <i>Especifíquese cómo se medirán los resultados o repercusiones.</i>
7	INTERÉS NACIONAL Y DIMENSIÓN EUROPEA DEL PROGRAMA
8	PLAN DE FINANCIACIÓN <i>Véase el cuadro modelo adjunto.</i>
9	OTROS DATOS PERTINENTES



### ANEXOS OBLIGATORIOS

- Anexo I Compromiso de la organización o empresa proponentes de garantizar su financiación para toda la duración del programa.
- Anexo II Declaración de la organización o empresa proponentes de que el programa no recibe ninguna otra ayuda económica de la UE.
- Anexo III Ficha de identificación del programa (adjunta al presente formulario)*

### FICHA

#### I. IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA:

Comunidad Autónoma:

Nº y Título del programa o acción:

Organización o empresa proponente:

Responsable de la ejecución de las acciones

Tipo de medida: información/promoción/mixta

Producto(s):

Mercado(s) destinatario(s):

Duración:

Presupuesto total:

Propuesta recibida el:

---

#### II . DESCRIPCIÓN DE LA ACCIÓN O PROGRAMA:

Objetivo(s):

- 1.
- 2.
- ...

Estrategia: (máximo media página)

Destinatarios:

- 1.
- 2.
- ...



## Aspectos cubiertos:

- seguridad alimentaria
- calidad
- métodos de producción específica
- etiquetado
- respeto del medio ambiente
- imagen de los productos comunitarios
- indicaciones geográficas o indicaciones tradicionales reservadas a los vinos o a las bebidas espirituosas
- productos ecológicos
- aspectos culturales

## Mensajes que se desea transmitir:

- 1.
- 2.
- ...

## Actuaciones por países, incluido su alcance/volumen y calendario previsto:

- 1.
- 2.
- ...

## Repercusión previsible y método(s) de evaluación:

III. PRESUPUESTO- PRESUPUESTO RECAPITULATIVO: €

ACTUACIÓN	Ejercicio I	Ejercicio II	Ejercicio III	TOTAL
1.				
2.				
3.				
TOTAL				

- PLAN DE FINANCIACIÓN: €

COFINANCIACIÓN	Ejercicio I	%	Ejercicio II	%	Ejercicio III	%	TOTAL	%
UE		50		50		50		50
PROPONENTE		50		50		50		50
TOTAL		100		100		100		100



**ANEXO IV**  
**CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

PUNTUACIÓN MÁXIMA

1. Interés general del programa:	
a) Repercusión del programa .....	5 puntos
b) Representatividad del proponente .....	5 puntos
1. Subtotal .....	10 puntos
2. Calidad y eficacia del programa:	
a) Coherencia entre los objetivos, los mensajes, las acciones y los canales de información .....	5 puntos
b) Alcance y cobertura de las acciones del programa en términos de duración y grupos destinatarios (impactos previstos) .....	5 puntos
c) Presentación y calidad de los mensajes (creatividad) y su adaptación al mercado de destino .....	5 puntos
d) Relación calidad/precio .....	5 puntos
e) Método para medir la repercusión .....	5 puntos
2. Subtotal .....	25 puntos
3. Solvencia técnica del proponente:	
a) Implantación internacional y experiencia exportadora general .....	10 puntos
b) Experiencia en programas de promoción exterior .....	10 puntos
c) Estructura y capacidad técnica para la ejecución del programa .....	10 puntos
3. Subtotal .....	30 puntos
4. Capacidad de respuesta comercial:	
a) Disponibilidad de distribución en el mercado de destino .....	5 puntos
b) Porcentaje de exportación sobre el total de ventas .....	10 puntos
c) Amplitud y diversificación de la cartera de productos .....	10 puntos
4. Subtotal .....	25 puntos
5. Interés para la COMUNIDAD AUTÓNOMA:	
— Criterio a decidir por cada Comunidad Autónoma .....	10 puntos
5. Subtotal .....	10 puntos
VALORACIÓN TOTAL GENERAL .....	100 puntos