

Codice DB1102

D.D. 3 maggio 2012, n. 401

Bando per la campagna 2012/2013 per l'ammissione ai finanziamenti previsti sulla quota regionale dei fondi assegnati alla misura promozione sui mercati dei paesi terzi nell'ambito del regolamento (CE) n. 1234/2007 e regolamento (CE) n. 555/2008 riguardo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo.

Visto il regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, relativo all'organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), come modificato dal regolamento (CE) n. 491/2009.

Visto il regolamento (CE) n.3/2008 del Consiglio, del 17 dicembre 2007, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi.

Visto il regolamento (CE) n. 555/2008 della Commissione, del 28 giugno 2008, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in ordine ai programmi di sostegno, agli scambi con i paesi terzi, al potenziale produttivo e ai controlli nel settore vitivinicolo.

Visti i criteri di riparto delle risorse approvati all'unanimità dalla Commissione politiche agricole della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome nella seduta del 23 luglio 2009.

Visto il decreto n. 4123 del 22 luglio 2010 e s.m.i. del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali che approva le disposizioni nazionali applicative del regolamento (CE) n. 479/08 del Consiglio, relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in ordine alla misura "Promozione sui mercati dei Paesi terzi".

Dato che i progetti presentati ai sensi del presente bando saranno finanziati con la quota regionale dei fondi assegnati alla misura nell'ambito del quadro finanziario riportato all'articolo 13 del decreto ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 e del decreto direttoriale n. 2410 del 13/04/2012 di ripartizione dei fondi per la misura promozione paesi terzi relativo alla campagna 2012/2013, che assegna alla Regione Piemonte una dotazione finanziaria di euro 7.550.564,00.

E' fatta salva la possibilità, per le Regioni e Province autonome, di modificare la quota dei fondi assegnati alla promozione utilizzando le economie realizzate nelle altre misure di intervento.

Considerata la necessità, in applicazione del comma 7 dell'art.2 del citato decreto, di adottare proprie disposizioni per l'emanazione di un bando di apertura dei termini di ricevimento delle domande di contributo per l'ammissione ai finanziamenti previsti dalla suddetta misura.

Considerata la deliberazione n. 1-11406 del 18 maggio 2009 e le determinazioni dirigenziali n. 843 del 29/07/2010 e 409 del 09/05/2011 con cui sono stati approvati i criteri e le priorità relativi al bando sui fondi quota regionale per le campagne 2008/2009, 2009/2010, 2010/2011 e 2011/2012 e dato che si ritiene opportuno per la campagna 2012/2013 utilizzare gli stessi criteri oltre alle priorità raccomandate dal decreto n. 8997 del 16/04/2012 e dal regolamento (CE) n. 555/2008 riguardo ai marchi collettivi, alle piccole e medie imprese e ai progetti multiregionali.

Visto il Decreto n. 8997 del 16 aprile 2012 "Invito alla presentazione dei progetti Campagna 2012/2013. Modalità operative e procedurali per l'attuazione del Decreto ministeriale n 4123 del 22 luglio 2010".

Tutto ciò premesso;

IL DIRIGENTE

Visto il decreto ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 e s.m.i.;
Visto l'art .4 e 16 del Decreto Legislativo n. 165 del 30 marzo 2001.
Visti gli articoli 17 e 18 della L.R. n. 23/2008;.

determina

1. di approvare per la campagna 2012/2013 il bando di apertura dei termini di ricevimento delle domande di contributo per l'ammissione ai finanziamenti previsti sulla quota regionale dei fondi assegnati alla suddetta misura secondo le disposizioni contenute nell'allegato da considerarsi parte integrante e sostanziale della presente determinazione.
2. di stabilire che i progetti presentati ai sensi del bando allegato alla presente determinazione saranno finanziati con la quota regionale dei fondi assegnati alla misura nell'ambito del quadro finanziario riportato all'articolo 13 del decreto ministeriale del 22 luglio 2010 e del decreto direttoriale n. 2410 del 13/04/2012 di ripartizione dei fondi per la misura promozione paesi terzi relativo alla campagna 2012/2013, che assegna alla Regione Piemonte una dotazione finanziaria di euro 7.550.564,00.
3. di comunicare al Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali l'elenco dei progetti presentati e di quelli ritenuti ammissibili a beneficiare degli aiuti.

La presente determina sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto.

Il Dirigete
Alessandro Caprioglio

Allegato

Bando per la campagna 2012/2013 per l'ammissione ai finanziamenti previsti sulla quota regionale dei fondi assegnati alla misura "Promozione sui mercati dei Paesi terzi" nell'ambito del regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio e regolamento (CE) n. 555/2008 della Commissione riguardo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo".

VISTO il regolamento (CE) n. 1234/2007 del Consiglio, del 22 ottobre 2007, recante organizzazione comune dei mercati agricoli e disposizioni specifiche per taluni prodotti agricoli (regolamento unico OCM), come modificato dal regolamento (CE) 491/2009, del Consiglio, del 25 maggio 2009;

Visto il regolamento (CE) n. 555/2008 della Commissione, del 28 giugno 2008, recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 479/2008 del Consiglio relativo all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo, in ordine ai programmi di sostegno, agli scambi con i paesi terzi, al potenziale produttivo e ai controlli nel settore vitivinicolo;

Visto il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio, del 17 dicembre 2007, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi;

Visto il Decreto Ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 e s. m. i. relativo a "OCM Vino – Modalità attuative della misura "Promozione sui mercati dei Paesi terzi" – Campagne 2010-2011 e seguenti".

Visto il Decreto n. 8997 del 16 aprile 2012 "Invito alla presentazione dei progetti CAMPAGNA 2012/2013. Modalità operative e procedurali per l'attuazione del Decreto ministeriale n 4123 del 22 luglio 2010".

Visto in particolare il comma 7 dell'art. 2 del su citato Decreto Ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 per cui le Regioni possono adottare proprie disposizioni per emanare bandi per i progetti a valere sui fondi quota regionale.

1. Definizioni

Ai fini del presente bando si applicano le definizioni riportate all'articolo 1 del decreto ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 citato in premessa.

2. Norme generali

1. I progetti presentati ai sensi del presente bando sono finanziati con la quota regionale dei fondi assegnati alla misura nell'ambito del quadro finanziario di cui all'art. 13 del decreto ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 e del Decreto Direttoriale n. 2410 del 13/04/2012 di ripartizione dei fondi per la misura promozione paesi terzi relativo alla campagna 2012/2013.
2. I requisiti di rappresentatività delle produzioni sono determinati dalla media delle produzioni dichiarate dai soggetti obbligati nel triennio precedente ai sensi delle disposizioni applicative adottate in conformità dell'articolo 103 septdecies del regolamento.
3. I riferimenti alle produzioni dei soggetti beneficiari riguardano la media del totale delle dichiarazioni di produzione vini presentate, nel triennio precedente, in conformità alla normativa vigente.
4. Le modalità operative e procedurali di partecipazione alla misura "promozione paesi terzi" a valere sui fondi assegnati alla Regione Piemonte sono disciplinate dal presente bando.

3. Soggetti beneficiari e requisiti

1. Possono accedere ai fondi recati dalla misura i seguenti soggetti:
 - a) le organizzazioni professionali, purché abbiano tra i loro scopi la promozione dei prodotti agricoli;
 - b) le organizzazioni interprofessionali, riconosciute ai sensi del regolamento (CE) n. 1234/2007, articoli 123, paragrafo 3, 125 *sexdecies*, paragrafo 1, lettera b) e paragrafo 2, secondo comma;
 - c) i Consorzi di tutela, riconosciuti ai sensi della normativa vigente, e loro associazioni e federazioni;
 - d) le organizzazioni di produttori, riconosciute ai sensi del decreto legislativo 102/2005;
 - e) i produttori di vino che abbiano ottenuto i prodotti da promuovere, indicati al successivo articolo 5, dalla trasformazione dei prodotti a monte del vino, propri o acquistati;
 - f) soggetto pubblico con comprovata esperienza nel settore del vino e della promozione dei prodotti agricoli.
 - g) le associazioni, anche temporanee di impresa e di scopo tra i soggetti di cui alle lettere precedenti;
2. Un beneficiario con comprovata esperienza in materia di promozione dei prodotti agroalimentari può attuare direttamente le azioni previste al successivo punto 7, qualora dimostri di possedere le necessarie capacità tecniche.
3. I progetti sono presentati per una durata massima di tre anni. Durante la realizzazione di tali progetti, il medesimo beneficiario può presentare nuovi progetti purché riguardino Paesi terzi diversi. Un beneficiario che abbia già ottenuto l'approvazione di un progetto nelle precedenti campagne 2008/2009, 2009/2010 e 2010/2011 può presentare un nuovo progetto, anche se riferito al medesimo paese, purché la durata complessiva dello stesso non superi i 5 anni.
4. Il beneficiario di cui alle lettere a), b, e c) nonché i produttori di vino di cui alla lettera e) del precedente comma 1, purché aggregati in forma associativa o in società consortile, può presentare più progetti per la stessa annualità ma in Paesi diversi, purché le aziende partecipanti siano diverse.
5. I soggetti di cui alle lettere a), b), e c) del precedente comma 1 devono rappresentare almeno il 3% della produzione regionale.
6. I soggetti di cui alle lettere d) e) e g) del precedente comma 1 possono presentare progetti se procedono al confezionamento di una percentuale pari ad almeno il 25% della loro produzione o all'imbottigliamento di almeno 600.000 bottiglie ed abbiano, altresì, esportato almeno il 5% del totale prodotto.
7. Il soggetto pubblico promuove la partecipazione dei beneficiari ai progetti nell'ambito delle Associazioni di cui alla lettera g), partecipa alla loro redazione ma non contribuisce con propri apporti finanziari e non può essere il solo beneficiario.

4. Soggetti attuatori

Il beneficiario che non realizza direttamente tutte o parte delle azioni inserite nel progetto, designa un *soggetto attuatore*, con comprovata esperienza in materia di promozione sui mercati dei Paesi terzi nel settore agroalimentare, scelto tra i seguenti soggetti:

- a) organizzazioni interprofessionali di cui al punto 3, lett. b);

- b) consorzi di tutela riconosciuti ai sensi della normativa vigente;
- c) soggetti privati;
- d) soggetti pubblici.

5. Prodotti

1. La promozione riguarda tutte le categorie di vini a denominazione di origine protetta, i vini ad indicazione geografica di cui all'allegato XI ter del regolamento nonché i vini spumante di qualità, i vini spumante aromatico di qualità, i vini senza indicazione geografica e con l'indicazione della varietà, secondo le disposizioni attuative dell'articolo 118 septuagesimo del regolamento. I progetti relativi ai vini senza indicazione geografica ed i vini con indicazione varietale non formano oggetto esclusivo di promozione.
2. Le caratteristiche dei vini di cui al comma 1 sono quelle previste dalla normativa comunitaria e nazionale vigente alla data di presentazione del progetto.
3. I vini sono ammessi alle misure promozionali verso i Paesi terzi a condizione che siano destinati al consumo umano diretto.
4. Nelle azioni di promozione e di informazione per i vini igt doc docg è indicata l'origine dei vini.

6. Progetti multiregionali

1. Il Ministero "riserva" un terzo dei fondi della quota nazionale al finanziamento dei progetti che coinvolgano finanziariamente almeno 2 Regioni, dando priorità a quelli presentati da un maggior numero di Regioni e, subordinatamente, a quelli presentati dalle Regioni che abbiano un maggiore grado di rappresentatività con riferimento alla propria produzione rispetto a quella nazionale.
2. I progetti multiregionali, che riguardano la filiera vitivinicola di almeno 2 Regioni, devono essere inviati secondo le modalità del successivo punto 11, alle Regioni coinvolte nel progetto.
3. La domanda di accesso alla riserva è formulata al Ministero dalla Regione capofila, scelta dalle Regioni medesime, che raccoglie le valutazioni ed i pareri delle altre Regioni coinvolte espressi in merito ai progetti presentati.

7. Azioni ammissibili

1. Sono ammissibili le seguenti azioni da attuare, anche singolarmente, in uno o più Paesi terzi:
 - a) la promozione e pubblicità, che mettano in rilievo i vantaggi dei prodotti di qualità, la sicurezza alimentare ed il rispetto dell'ambiente e delle disposizioni attuative del Regolamento, da attuare a mezzo dei canali di informazione quali stampa e televisione;
 - b) la partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale;
 - c) campagne di informazione e promozione, in particolare, sulle denominazioni d'origine e sulle indicazioni geografiche, da attuarsi presso i punti vendita, la grande distribuzione, la ristorazione dei paesi terzi;
 - d) altri strumenti di comunicazione (ad es.: siti internet, opuscoli, pieghevoli, degustazioni guidate, incontri con operatori e/o giornalisti dei Paesi coinvolti da svolgersi anche presso le aziende partecipanti ai progetti).

2. Al successivo punto 20 e nell'invito alla presentazione dei progetti approvato, col D.M. 8997 del 16 aprile 2012, sono dettagliate le singole sub azioni rientranti nelle lettere di cui al precedente comma, nonché le modalità di esecuzione delle stesse.
3. Le azioni di cui al comma 1 riguardano anche i marchi commerciali. In tal caso, qualora si tratti di Associazioni temporanee di impresa di cui al precedente punto 3 comma g), le azioni possono anche essere svolte dalle singole aziende dell'Ati, nel quadro di una coerente strategia complessiva, purché realizzate in uno stesso Paese Terzo. Qualora si tratti di azioni programmate in un'unica città del Paese terzo, le stesse sono svolte in modo coordinato da tutte le aziende partecipanti al progetto.
4. Qualora i beneficiari decidano di svolgere una sola delle azioni di cui al precedente comma 1, motivano la scelta sulla base di valutazioni connesse alle strategie commerciali e investimenti promozionali complessivamente attuati dal beneficiario.
5. Le attività sono effettuate entro il 30 agosto dell'anno successivo a quello di stipula del contratto con l'Organismo Pagatore Agea con richiesta di saldo in pari data qualora i soggetti non richiedano il pagamento anticipato o chiedano l'anticipazione in forma parziale (30% del contributo). La procedura e la tempistica di richiesta dell'anticipo, di rendicontazione e di erogazione del contributo, è la medesima prevista dal reg. Ce n.501/2008.
6. Qualora i soggetti chiedano il pagamento anticipato, in forma integralmente anticipata, previa costituzione di una cauzione pari al 120%, le attività sono effettuate entro il 15 ottobre dell'anno finanziario comunitario successivo a quello di stipula del contratto all'Organismo Pagatore Agea. La relazione e la documentazione giustificativa sulle attività svolte è presentata all'Organismo Pagatore Agea entro il 15 dicembre.
7. Il messaggio di promozione e/o di informazione deve basarsi sulle qualità intrinseche del vino e deve essere conforme alle disposizioni legislative applicabili nei paesi terzi ai quali è destinato.

8. Contenuto del progetto

1. Il progetto contiene le seguenti informazioni:
 - a) il/i paesi terzi interessati e i prodotti coinvolti, con elenco completo delle denominazioni di origine protetta, delle indicazioni geografiche e dei vini senza indicazione geografica e con l'indicazione della varietà;
 - b) le attività che si intendono realizzare con descrizione dettagliata in relazione ai prodotti e ai Paesi terzi destinatari;
 - c) la durata del progetto che, comunque, non può essere superiore a tre anni per beneficiario e per Paese terzo; salvo quanto disposto al precedente articolo 3 comma 3.
 - d) un calendario dettagliato delle singole azioni e la/le località in cui si realizzeranno; in caso di azioni realizzate tramite media, indicare la testata, l'emittente e il sito; in caso di azioni relative ad incontri con operatori e/o giornalisti presso le Aziende, indicare i soggetti coinvolti ed il calendario degli incontri, specificando come tale azione si inquadri nel piano strategico del progetto presentato e fornendo, altresì, elementi oggettivi che permettano di misurare l'efficacia di tale azione.
 - e) il costo delle singole azioni con le quali vengono realizzate le attività scelte, e descrizione dettagliata delle attività e servizi in relazione alla congruità del costo proposto, nonché la dichiarazione che i costi delle azioni proposte non siano superiori ai correnti prezzi di mercato;

- f) i motivi per i quali è stato presentato il progetto in relazione alla realtà produttiva coinvolta dal/dai beneficiari, e le motivazioni specifiche adottate per l'individuazione dei Paesi e delle azioni in relazione ai prodotti oggetto di promozione, anche sulla base di adeguate e coerenti analisi di mercato;
 - g) gli obiettivi che si intendono realizzare con le azioni proposte e l'impatto previsto della realizzazione delle azioni medesime in termine di sviluppo della notorietà dei prodotti coinvolti nel progetto e l'incremento delle loro vendite nei mercati obiettivo;
 - h) la metodologia di misurazione dei risultati attesi di cui alla precedente lettera g), prevedendo – per i progetti pluriennali – valutazioni intermedie annuali.
2. Il beneficiario dichiara i requisiti soggettivi, la rappresentatività in termini di produzione di vino, la percentuale di contributo richiesta; il beneficiario dichiara, altresì, che non ha in corso di realizzazione altri progetti, riferiti al medesimo Paese.
 3. Al fine di assicurare la tracciabilità amministrativa del finanziamento erogato, tutti i materiali realizzati per ciascuna azione sono contrassegnati con il logo e la dicitura di cui all'Allegato IV dell'invito alla presentazione dei progetti 2010/2011.
 4. La Regione Piemonte verifica la sussistenza dei requisiti soggettivi ed oggettivi previsti nel Regolamento, nel Regolamento attuativo, nel D.M 4123 del 22 luglio 2010 e quelli individuati nell'invito alla presentazione dei progetti e, ai sensi dell'articolo 4, ultimo paragrafo del regolamento attuativo, ammettono modifiche al progetto approvato ed effettuano comunicazione al Ministero e ad Agea.
 5. Le modifiche apportate devono, ai sensi dell'articolo 4, ultimo paragrafo del regolamento attuativo, essere migliorative del progetto e non possono in nessun caso riguardare azioni di cui all'articolo 103 septdecies del regolamento e/o Paesi non previsti nel progetto approvato.
 6. Il beneficiario che intende apportare modifiche al progetto approvato motiva le stesse presentando apposita relazione compilando il modello allegato L all'invito alla presentazione dei progetti D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012.
 7. Qualora le modifiche richieste riguardino l'inserimento di azioni o paesi non previsti nel progetto approvato, lo stesso dovrà essere nuovamente sottoposto alla valutazione del comitato di cui al successivo punto 9.

9. Comitati di valutazione

1. E' istituito presso la Regione Piemonte apposito Comitato di valutazione dei progetti presentati, per procedere alla selezione di apposita graduatoria con particolare riferimento a:
 - possesso dei requisiti soggettivi dei beneficiari;
 - ammissibilità delle azioni;
 - spesa ammissibile tenuto conto anche degli obiettivi posti.
2. Ai fini della corretta valutazione può essere richiesta documentazione integrativa anche a dimostrazione che i costi delle azioni proposte non siano superiori ai correnti prezzi di mercato.
3. Al fine di evitare una polverizzazione delle azioni svolte nello stesso paese, nelle stesse località e nello stesso periodo la Regione Piemonte può richiedere ai soggetti beneficiari di coordinare le proprie azioni in modo sinergico.

4. Qualora il Comitato, nelle sue valutazioni, ritenga non ammissibili azioni di un progetto fondamentali per il raggiungimento degli obiettivi e per l'attuazione della strategia nel suo complesso, lo stesso è escluso dal contributo comunitario.
5. Qualora sulla base delle valutazioni effettuate dal Comitato si attui una decurtazione di azioni non strategiche ovvero una decurtazione di quota parte della spesa stimata delle azioni inserite nel progetto, che non ne pregiudichi la validità strategica complessiva, i beneficiari possono richiedere una rimodulazione dello stesso in modo da renderlo strategicamente coerente con gli obiettivi prefissati e con la previsione della normativa comunitaria.
6. La rimodulazione di cui al precedente comma può riguardare esclusivamente una eventuale diversa ripartizione della spesa ammessa a contributo all'interno delle stesse voci di spesa dichiarate ammissibili, al fine di rendere più efficace la spesa complessiva.
7. Le determinazioni del Comitato di valutazione sono comunicate ai beneficiari.
8. I progetti rimodulati di cui ai precedenti commi 5 e 6, sono presentati alle autorità competenti entro 10 giorni dalla comunicazione di cui al precedente comma 7 ai fini del loro esame secondo la procedura di cui al presente punto. Successivamente, gli stessi sono trasmessi dalle autorità competenti ad Agea
9. La Regione con propri provvedimenti dichiara ammissibili i progetti sulla base della graduatoria di merito e delle risorse finanziarie disponibili.
10. Nel caso di progetti multiregionali, la valutazione del progetto è affidato al Comitato istituito presso la Regione capofila.

10. Entità del sostegno

1. I progetti presentati ai sensi del presente bando sono finanziati con la quota regionale dei fondi assegnati alla misura nell'ambito del quadro finanziario di cui all'art. 13 del decreto ministeriale n. 4123 del 22 luglio 2010 e s.m.i. del decreto direttoriale n. 2410 del 13/04/2012 di ripartizione dei fondi per la misura promozione paesi terzi relativo alla campagna 2012/2013; che assegna alla Regione Piemonte una dotazione finanziaria di euro 7.550.564,00.
2. L'importo dell'aiuto a valere sui fondi comunitari è pari, al massimo, al 50% delle spese sostenute per svolgere le attività indicate; la residua percentuale è a carico del soggetto proponente.
3. La percentuale di intervento pubblico, in caso di integrazione del contributo comunitario con fondi regionali, può essere elevata fino al massimo del 70% qualora i progetti presentati riguardino i prodotti di cui al precedente punto 5.
4. Qualora il programma presentato contenga anche una sola azione rivolta in modo inequivocabile e diretto alla promozione ed alla pubblicità di uno o più marchi commerciali, l'integrazione di cui al precedente comma 5 non può essere erogata.
5. Non è consentita la cumulabilità con altri aiuti pubblici.
6. Sono ammissibili progetti aventi un costo complessivo minimo per Paese terzo non inferiore a **100.000 euro** per anno.

11. Presentazione dei progetti

- 1) I progetti relativi alla campagna 2012/2013, a valere sui fondi quota regionale dovranno pervenire, **pena l'esclusione**, entro e non oltre le ore 14.00 del giorno 11 giugno 2012 ai seguenti indirizzi:

**Agea – Organismo pagatore
Via Palestro n.81
00185 ROMA**

Regione Piemonte

Direzione Agricoltura

Settore Tutela della qualità, valorizzazione e rintracciabilità dei prodotti agricoli e zootecnici

Corso Stati Uniti 21

10121 Torino

Copia della domanda e della documentazione deve pervenire entro la stessa scadenza al seguente indirizzo:

**Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali
Dipartimento delle Politiche Competitive del Mondo Rurale e della Qualità
Direzione Generale dello Sviluppo Agroalimentare e della Qualità – Promozione e Valorizzazione dell'agroalimentare – SAQ XI , I piano, Stanza 45.
Via XX Settembre n.20 – 00185 ROMA**

- 2) Qualora il termine di presentazione delle domande di partecipazione cada in giorno festivo, la scadenza si intende spostata al primo giorno feriale immediatamente successivo.
- 3) La proposta può essere presentata a mano o inviata tramite corriere espresso o a mezzo raccomandata. Anche in questi ultimi casi il plico dovrà comunque pervenire al Ministero entro il termine di scadenza. La data di presentazione a mano delle offerte è stabilita dal timbro a calendario apposto dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali – Ufficio SAQ XI , I piano, Stanza 45, sul plico e/o sulla ricevuta. **Il recapito del plico è ad esclusivo rischio del mittente.**
- 4) La proposta dovrà pervenire, **pena l'esclusione**, in un plico chiuso sul quale deve essere apposta, oltre all'indicazione del mittente, la seguente dicitura:

“NON APRIRE – CONTIENE LA PROPOSTA PROGETTO PROMOZIONE DEL VINO SUI MERCATI DEI PAESI TERZI – REGOLAMENTO (CE) N. 1234/07 DEL CONSIGLIO E SUCCESSIVE MODIFICHE – ANNUALITA' 2012/2013”.

N.B. Dovrà inoltre essere specificato all'esterno del medesimo plico se il progetto è a valere sulla quota nazionale, regionale e se si tratta di un progetto multi regionale.

Il plico dovrà essere corredato da una nota contenente gli elementi identificativi del progetto (se nazionale, regionale o multiregionale, l'importo totale del progetto, i Paesi in cui si realizzeranno le azioni, le azioni che si intendono realizzare, ecc.) secondo il modello Allegato

M al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012. Le stesse informazioni devono essere contenute in un apposito file in formato Excel (.xls) su CD/DVD.

- 5) Nel plico devono essere inserite due buste, a loro volta sigillate e controfirmate sui lembi, recanti l'intestazione del mittente e contrassegnate rispettivamente dalla dicitura:

Busta n. 1: documentazione finanziaria e amministrativa;

Busta n. 2: proposta tecnica.

La **busta n. 1** (documentazione finanziaria e amministrativa) dovrà contenere la documentazione di cui al successivo art. 13, comma 1, lettere A) e B).

La **busta n. 2** (proposta tecnica) dovrà contenere gli elementi di cui al successivo art. 13, comma 1, lettera C).

- 6) Al fine di dare adeguata pubblicità ai progetti presentati a valere sia sui fondi nazionali che regionali, gli stessi saranno pubblicati sul sito internet del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali entro il 25 luglio 2012.

12. Termini di presentazione e valutazione

- 1) Per la campagna 2012/2013 i progetti sono presentati con le stesse modalità di cui all'articolo 11, entro l' **11 giugno 2012**. Le procedure istruttorie sono effettuate rispettando la seguente tempistica:

- Il Ministero e le Regioni esaminano i progetti entro il 15 luglio 2012;
- Entro il **20 luglio 2012** il Ministero e le Regioni comunicano ai soggetti proponenti gli esiti definitivi dell'esame dei progetti da parte dei competenti Comitati di valutazione.
- A decorrere da tale data e, comunque, non oltre il **20 settembre 2012** i beneficiari presentano all'organismo pagatore Agea uno schema di contratto corredato della documentazione richiesta di cui al successivo articolo nonché della garanzia di buona esecuzione.
- L'organismo pagatore Agea esamina la documentazione pervenuta nei 20 giorni successivi la presentazione della stessa e stipula con i beneficiari appositi contratti sulla base del modello allegato C al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012 entro il **10 ottobre 2012**.

13. Documentazione

1. La proposta presentata secondo le modalità di cui al precedente art. 11, è costituita dalla seguente documentazione:

A) DOCUMENTAZIONE FINANZIARIA

- 1) Idonea dichiarazione di primario Istituto di credito, garante che il Proponente ha la capacità economica e finanziaria corrispondente alla dimensione del programma, con esclusione di qualsiasi riserva o postilla. La dichiarazione dovrà essere conforme allo schema di cui all'allegato E;
- 2) Idonea dichiarazione di primario Istituto di credito attestante che l'organismo di esecuzione, qualora già selezionato, dispone dei mezzi finanziari necessari per garantire

l'esecuzione più efficace possibile delle azioni. La dichiarazione dovrà essere conforme allo schema di cui all'allegato F e dovrà essere presentata nel caso che la scelta dell'organismo di esecuzione sia stata effettuata anteriormente alla presentazione del progetto;

- 3) Dichiarazione finanziaria per gli ultimi tre anni attestante l'effettività del volume di produzione e di affari del Proponente (fatturati e dichiarazioni IVA). Qualora il Proponente operi in regime di esenzione dovrà produrre copia dei bilanci approvati o della rendicontazione annuale, relativi ai 3 anni precedenti. Se il Proponente non è in grado, per giustificati motivi, ivi compreso quello concernente la costituzione o l'inizio dell'attività da meno di tre anni, di presentare le referenze richieste, può provare la propria capacità economica e finanziaria mediante dichiarazione sottoscritta in conformità alle disposizioni del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445.

B) DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA

- 1) Apposita dichiarazione resa dal legale rappresentante dell'organizzazione proponente ai sensi degli articoli 46 e 47 del D.P.R. 445/2000 sostitutiva della certificazione di iscrizione alla Camera di commercio, industria, artigianato ed agricoltura recante stato di vigenza e dicitura antimafia (da produrre secondo lo schema di cui all'allegato G al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012, corredata di fotocopia firmata (fronte e retro) di un documento di identità in corso di validità del dichiarante;
- 2) Dichiarazione del legale rappresentante, redatta, ai sensi del disposto di cui agli artt. 46 e 47 del D.P.R. n. 445/2000, in conformità all'allegato H al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012;
- 3) Delibera del Consiglio di Amministrazione o altro organo di gestione equivalente in originale o in copia redatta ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 che autorizza il legale rappresentante, alla presentazione della proposta;
- 4) Statuto del Proponente in copia redatta ai sensi del D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445;
- 5) Copia del Invito e dei relativi allegati al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012 firmati in ogni pagina per accettazione dal legale rappresentante.

C) DOCUMENTAZIONE TECNICA

- 1) **La domanda di partecipazione** deve essere redatta secondo la struttura e la numerazione indicata nel modello, di cui all'Allegato A al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012.

Alla domanda dovrà anche essere allegata la documentazione attestante che il beneficiario proponente sia rappresentativo del settore di intervento.

Detta documentazione dovrà contenere i principali dati relativi all'organismo, quali il numero degli aderenti, la quota percentuale della o delle sue produzioni in rapporto alla o alle produzioni – ottenute a livello nazionale – ed ogni altro utile elemento che sia di ausilio nella valutazione della sua rilevanza a livello nazionale o regionale.

La domanda, sottoscritta dal legale rappresentante, dovrà indicare il costo complessivo delle azioni, esposto al netto dell'IVA e di qualunque onere aggiuntivo.

- 2) **Scheda di identificazione del progetto:** da compilare secondo il modello di cui all'allegato B al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012.

- 3) **Relazione dettagliata delle attività e dei costi:** tale relazione, necessaria al fine di una completa valutazione del progetto anche sotto il profilo della economicità, deve contenere gli elementi di congruità tra azioni programmate e costi unitari previsti, che dimostrino l'ottimizzazione del rapporto qualità/prezzo e consentano una puntuale verifica tra attività programmate e attività effettivamente svolte.
2. **Le proposte non corredate delle informazioni e della documentazione descritta nel presente articolo, o corredate da documentazione non conforme o incompleta saranno escluse.**
3. Gli Allegati A e B dovranno essere trasmessi in originale.
4. L'Allegato A dovrà essere inviato anche su CD/DVD in formato PDF.
5. La documentazione di cui ai punti A), B) e C) (modello contratto) dovrà essere inviata in copia, debitamente siglata in ogni pagina.

14. Scelta del/dei soggetto/i attuatore/i

- 1) Qualora il beneficiario non attui direttamente le azioni, sceglie uno o più soggetti attuatori tra quelli indicati all'articolo 4 del DM 22 luglio 2010. In tal caso, il beneficiario proponente fornisce una dettagliata relazione illustrativa sulla procedura di selezione adottata, anche con riguardo alla coerenza tra obiettivi del programma e caratteristiche dell'organismo responsabile dell'attuazione. In particolare il beneficiario provvederà all'affidamento dell'incarico, nel rispetto dei principi di trasparenza, rotazione e parità di trattamento, previa consultazione di almeno cinque ditte, corredata da analisi dettagliata dei costi, individuati sulla base di indagini di mercato. La scelta dell'organismo di attuazione potrà essere determinata anche da fattori non esclusivamente economici, ad esempio, la migliore articolazione del progetto promozionale rispetto alle altre proposte o una maggiore efficacia dei mezzi, che si prevede di impiegare per il raggiungimento degli obiettivi indicati dallo stesso organismo proponente. Tali considerazioni dovranno essere debitamente motivate nella relazione.
2. Il beneficiario dovrà fornire una dichiarazione attestante che l'Organismo di esecuzione selezionato dispone dei mezzi tecnici necessari per garantire l'esecuzione più efficace possibile delle azioni, di cui all'allegato D al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012.
3. La scelta dell'Organismo di esecuzione potrà avvenire successivamente all'approvazione del progetto da parte della Regione Piemonte ma, comunque, prima del termine previsto per la sottoscrizione del contratto.
4. Prima della stipula del contratto dovrà essere prodotta la documentazione comprovante che l'affidamento delle attività dell'organismo di attuazione, sia stato disposto in conformità a quanto previsto dal presente decreto, producendo altresì le lettere di invito ed i relativi preventivi (la corrispondenza dovrà riportare la data e l'ora di presentazione).
5. Per l'organismo di attuazione prescelto dovrà essere prodotta la certificazione di cui ai punti 2 e 3 paragrafo A) e i punti 1 e 2 del paragrafo B) del precedente art. 13 "Documentazione", nonché la documentazione attestante che lo stesso disponga dei mezzi finanziari e tecnici necessari per garantire l'esecuzione efficace delle azioni di competenza.
6. Tutte le fasi del progetto, eseguite dall'organismo di attuazione prescelto, dovranno essere monitorate dal proponente che deve esercitare un adeguato controllo sulle attività eseguite dal terzo.

Il beneficiario, in presenza di determinate condizioni, può affidare all'organismo di attuazione solo una parte delle azioni previste dal progetto e realizzare direttamente le altre attività ove in

possesto dei requisiti previsti. In tal caso, il beneficiario fornirà la documentazione attestante la realizzazione in proprio di azioni di informazioni e promozione in Paesi terzi.

15. Valutazione delle proposte

1. La Regione Piemonte verifica la sussistenza dei requisiti soggettivi ed oggettivi previsti nel regolamento, nel regolamento attuativo, nel D.M. n. 4123 del 22 luglio 2010 e quelli individuati nel presente bando e, ai sensi dell'articolo 4, ultimo comma del regolamento attuativo, ammettono modifiche al progetto presentato ed effettuano comunicazione al Ministero e ad Agea.
2. La Regione Piemonte verifica, altresì, che il progetto contenga gli elementi richiesti all'articolo 8 del D.M. n. 4123 del 22 luglio 2010 e s.m.i., in particolare ai commi 1 e 2. La mancanza di tali requisiti rappresenta causa di esclusione del progetto.
3. In seguito alla valutazione della documentazione descritta nel precedente punto 13, il Comitato di valutazione procederà alla preselezione delle proposte ed alla assegnazione di un punteggio secondo i criteri di cui al successivo punto 16.
4. I Comitati effettueranno la valutazione dei costi delle azioni, indicati al netto dei costi di agenzia anche avvalendosi del confronto con i costi di mercato, per servizi omogenei. In caso di scostamenti rilevanti, i Comitati potranno richiedere all'organismo proponente dettagliata documentazione in merito ai preventivi atti a giustificarli.

16. Criteri e priorità

Preso atto dell'art. 4 del Regolamento (CE) n. 555/08 e dell'art. 7 del decreto n. 8997 del 16 aprile 2012 "Invito alla presentazione dei progetti CAMPAGNA 2012/2013" i progetti saranno valutati tenendo conto dei seguenti criteri:

Criteri	punteggio
1) Numero di soggetti aggregati facenti parte del beneficiario	
> 100	10
51 – 100	8
11 – 50	6
< di 10	4
2) Progetti economicamente più vantaggiosi per la quota di finanziamento pubblico, in quanto presentati da beneficiari che chiedono un contributo inferiore almeno del 5% rispetto a quello massimo concedibile del 50% e del 30%, in ordine decrescente di intensità % della riduzione;	
Contributo inferiore tra il 10% e il 15%	8
Contributo inferiore tra il 5% e il 10%	6
Contributo inferiore del 5%	4
3) Qualità della progettazione (valutazione complessiva del progetto: obiettivi, contenuti e coerenza delle metodiche di attuazione e del relativo piano finanziario)	
ottima	8
Buona	6

scarsa	4
5) progetti multiregionali	4
6) prosecuzione di progettualità già in atto	4

La valutazione del criterio “qualità della progettazione” prevede per ogni fattore di valutazione tre livelli di dettaglio, così strutturati:

3) Qualità della progettazione	Peso a	indicatori	Valore b	Punteggio axb
Analisi del comparto, di mercato, di prodotto	0.24	ottima	12	
		buona	8	
		scarsa	4	
Obiettivi da raggiungere e strategie di marketing adottate (obiettivi, mercati obiettivo, azioni..)	0.32	ottima	12	
		buona	8	
		scarsa	4	
Analisi dei costi	0.20	ottima	12	
		buona	8	
		scarsa	4	
Valutazione dei risultati attesi – Monitoraggio	0.12	ottima	12	
		buona	8	
		scarsa	4	
Capacità di costruire progetti pluriennali	0.12	ottima	12	
		buona	8	
		scarsa	4	
Totale	1			

Per valori da 4 a 5,9 = scarso

Per valori da 6 a 9,9 = buono

Per valori da 10 a 12 = ottimo

Analisi del comparto, di mercato, di prodotto

-Studio dell'area di business, Individuazione precisa dell'area d'interesse, analisi del posizionamento attuale delle proprie produzioni, -individuazione precisa dei mercati obiettivo da raggiungere, -individuazione dei fattori che influenzano i nostri mercati obiettivo (concorrenti, fattori economici e di reddito della popolazione, fattori politici dell'area, etc...) -Analisi delle potenzialità economiche dei prodotti, previsioni del trend di sviluppo -Individuazione ed analisi dei target da raggiungere.	<u>ottimo</u>
-Individuazione precisa dell'area d'interesse; -individuazione precisa dei mercati obiettivo da raggiungere; -Individuazione ed analisi dei target da raggiungere.	<u>buono</u>
-Individuazione dell'area d'interesse; -individuazione generica dei mercati obiettivo da raggiungere.	<u>scarso</u>

Obiettivi da raggiungere e strategie di marketing adottate (obiettivi, mercato, azioni)

-costruzione chiara del piano strategico di promozione; - individuazione precisa degli obiettivi da raggiungere;	
---	--

-individuazione degli obiettivi quantitativi di vendita da raggiungere; -individuazione degli strumenti di promozione (azioni) per raggiungere tali obiettivi; -esposizione chiara della tempistica delle azioni.	<u>Alto</u>
-Presenza di un piano strategico di promozione; -individuazione degli obiettivi da raggiungere; -individuazione degli strumenti di promozione (azioni) per raggiungere tali obiettivi; -presenza di una tempistica generica.	<u>Medio</u>
-individuazione generica degli obiettivi da raggiungere.	<u>Basso</u>

Analisi dei costi

-individuazione chiara del budget e piano finanziario riportante i costi da sostenere; -individuazione chiara delle modalità di approvvigionamento delle risorse finanziarie necessarie; -descrizione dettagliata dei costi delle singole azioni con le quali vengono realizzate le attività; -verifica della loro congruità rispetto al costo.	<u>Alto</u>
-Presenza di un budget e piano finanziario riportante i costi da sostenere; -accenno alle modalità di approvvigionamento; -descrizione dei costi delle singole azioni con le quali vengono realizzate le attività;	<u>Medio</u>
-presenza di un budget e piano finanziario riportante i costi da sostenere -descrizione generica dei costi delle azioni con le quali vengono realizzate le attività;	<u>Basso</u>

Valutazione dei risultati attesi – Monitoraggio

-analisi dell'impatto previsto dalla realizzazione delle azioni proposte in termini di sviluppo della notorietà dei prodotti oggetto del progetto e di incremento delle vendite nei mercati obiettivo; -precisa metodologia di misurazione dei risultati attesi.	<u>Alta</u>
- generica metodologia di misurazione dei risultati attesi;	<u>Media</u>
--accenno ad una metodologia di misurazione dei risultati attesi;	<u>Bassa</u>

Capacità di costruire progetti pluriennali

-individuazione di una strategia di promozione su lungo periodo (massimo 3 anni); -individuazione di sistemi di monitoraggio intermedi - prosecuzione progetti finanziati con i bandi precedenti	<u>Alto</u>
- individuazione di una strategia di promozione su lungo periodo(massimo 3 anni) ;	<u>Medio</u>
-- presenza una strategia di promozione di breve periodo (annuale)	<u>Basso</u>

In caso di parità di punteggio sarà data priorità ai progetti presentati dalle associazioni temporanee di impresa costituite da un minimo di tre imprese di cui almeno una classificabile come media impresa ed altre classificabili come micro o piccole imprese;

I progetti idonei saranno ammessi a finanziamento, secondo l'ordine della graduatoria, fino ad esaurimento delle risorse disponibili.

Non accedono ai criteri di priorità i soggetti che, in una delle due annualità precedenti, abbiano rinunciato al contributo. A tal fine, Agea produrrà un elenco delle ditte rinunciatricie nelle campagne precedenti.

17. Elenco dei Paesi e delle macro aree

Ai fini di una coerente attuazione della misura sono individuate alcune aree geografiche omogenee equiparabili al singolo Paese. L'elenco dei singoli Paesi e delle aree equiparabili sono riportate nell'allegato I al presente bando, che potrà essere integrato con successivo decreto dirigenziale.

18. Materiale informativo

I beneficiari proponenti che abbiano conseguito l'approvazione finale del programma da parte dell'autorità competente, dovranno, prima della divulgazione, inoltrare tutto il materiale informativo e promozionale al Ministero – Dipartimento delle Politiche Competitive del Mondo Rurale e della Qualità Direzione Generale dello Sviluppo Agroalimentare e della Qualità - Promozione e Valorizzazione dell'agroalimentare – SAQ XI - Via XX Settembre n.20 – 00185 ROMA, al fine di ottenere il nullaosta alla divulgazione dei messaggi promozionali e/o informativi e consentire all'Organismo Pagatore l'espletamento delle attività di competenza ai fini della verifica della eleggibilità della relativa spesa. Nella nota di trasmissione dovrà essere specificato se il beneficiario usufruisce o meno del contributo integrativo.

19. Logo/messaggio comune

In attuazione dell'articolo 3, comma 8, del D.M. n. 4123 del 22 luglio 2010, con apposito provvedimento direttoriale da emanarsi entro il 15 maggio 2012, viene definito, d'intesa con il Comitato per la strategia ed il coordinamento della misura previsto all'articolo 10 del citato DM 22 luglio 2010, un logo/messaggio comune identificativo delle azioni promozionali ammesse a contributo nonché i criteri e le modalità per l'utilizzo di tale logo/messaggio comune.

20. Identificazione delle azioni ammissibili

1. Ai fini di una corretta individuazione delle sub-azioni che possono essere inserire in un progetto, si riporta, di seguito, l'articolazione delle azioni di cui all'articolo 7 del DM 22 luglio 2010 citato in premessa. Sono, comunque, escluse le iniziative aventi carattere prettamente commerciale o legate alla vendita del prodotto:
 - a) la promozione e pubblicità, che mettano in rilievo i vantaggi dei prodotti di qualità, la sicurezza alimentare ed il rispetto dell'ambiente e delle disposizioni attuative del Regolamento citato nella premessa, da attuare a mezzo dei canali di informazione quali stampa e televisione; rientrano in tale categoria:
 - la pubblicità e azioni di comunicazione;
 - azioni di pubbliche relazioni
 - produzione di materiale informativo
 - annunci di prodotto, POS, house organ
 - degustazione e presentazione del prodotto, materiali da banco e da esposizione;
 - b) la partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale;
 - c) campagne di informazione e promozione, in particolare, sulle denominazioni d'origine e sulle indicazioni geografiche, da attuarsi presso i punti vendita (grande distribuzione, ristorazione dei paesi terzi, HORECA ecc); rientrano in tale categoria

- degustazioni guidate, wine tasting, gala dinner;
- promozione sui punti di vendita della GDO e degli specializzati;
- expertise consulenza di marketing, fino ad un massimo del 3 % del totale delle azioni progettuali al netto delle spese generali e degli altri oneri previsti;

d) altri strumenti di comunicazione:

- creazione siti internet, nella lingua ufficiale del Paese destinatario delle azioni, o in lingua inglese, in cui vengono descritte le qualità del prodotto e la zona di provenienza dello stesso;
- realizzazione di opuscoli, pieghevoli o altro materiale informativo;
- incontri con operatori e/o giornalisti dei Paesi terzi da svolgersi anche presso le aziende partecipanti ai progetti.

2. Gli incontri con gli operatori e/o giornalisti (incoming) sono ammessi solo qualora l'importo dell'azione non superi il 10% del budget complessivo del progetto, al netto delle spese generali e degli altri oneri previsti, e, comunque, non comporti una spesa eccedente i 100.000,00 euro complessivi. L'azione è ammessa a condizione che venga realizzata almeno una delle altre azioni di cui alle lettere a), b) e c) e che sia adeguatamente motivata la sinergia con la strategia globale del progetto.

21. Stipula del contratto

1. L'elenco dei progetti selezionati e dei relativi organismi proponenti ed attuatori sarà sottoposta all'autorità competente che, dopo le valutazioni di competenza, formalizzerà con apposita decisione l'elenco dei progetti approvati secondo quanto stabilito all'articolo 9 del D.M. n. 4123 del 22 luglio 2010.
2. I relativi contratti, redatti secondo l'apposito schema di contratto-tipo, di cui all'allegato C al D.M. n. 8997 del 16 aprile 2012, saranno stipulati tra l' Organismo Pagatore AGEA – Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura – quale Organismo pagatore – ed i beneficiari entro il giorno **10 ottobre 2012**.

22. Controlli

Le diverse fasi di attuazione del progetto saranno sottoposte ad un costante monitoraggio, mediante controlli contabili e controlli tecnici (in itinere ed ex post) effettuati da Organismo Pagatore AGEA

23. Spese non ammesse

Non sono rendicontabili le spese del personale che, pur ricoprendo cariche negli organi direttivi o facendo parte del personale dell'organismo proponente, appartiene a qualunque titolo alla struttura dell'organismo di attuazione e/o svolge attività di consulenza o incarichi per l'organismo di attuazione.

Non sono eleggibili al finanziamento tutte le spese sostenute prima della data di stipula del contratto, comprese quelle di progettazione nonché le spese relative all'acquisto del prodotto. Unicamente per le azioni di sampling e di degustazione, le spese per l'acquisto del prodotto, al netto delle spese di trasporto e di sdoganamento comunque sempre eleggibili, sono ammesse nel limite massimo del 5% dei costi puri del progetto, e purchè non comportino una spesa eccedente i 50.000 euro complessivi.

24. Erogazione del finanziamento

1. Ai fini dell'erogazione del finanziamento, tutte le spese connesse al progetto devono risultare da apposita contabilità analitica, e dai movimenti registrati su un apposito conto corrente bancario, appositamente acceso, intestato all'Organismo proponente, del quale dovrà essere trasmesso ad Organismo Pagatore AGEA estratto mensile.
2. Concluse le iniziative previste dal contratto, l'Organismo proponente presenta ad Organismo Pagatore AGEA la relazione annuale a corredo dell'istanza di pagamento e della documentazione delle spese sostenute.
3. Copia di detta relazione, nella quale devono essere, tra l'altro indicati i risultati conseguiti, deve essere inviata anche al Ministero e alla Regione Piemonte.
4. Le spese sostenute per la realizzazione delle azioni dovranno essere indicate al netto dell'IVA e di qualunque altro contributo imposta o tassa, non essendo previsti rimborsi per tali oneri con eccezione dei versamenti per oneri sociali.
5. Per quanto non espressamente specificato nel presente decreto bisognerà far riferimento al disposto della normativa comunitaria e nazionale vigente in materia.

25. Moduli di domanda

I moduli di domanda, per accedere alla misura sia sui fondi nazionali che regionali, sono allegati al Decreto n. 8997 del 16 aprile 2012 "Invito alla presentazione dei progetti CAMPAGNA 2012/2013"; scaricabili al seguente link:

<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/4892>

26. Informazioni

Ogni eventuale richiesta di chiarimenti e/o di informazioni al Mipaf, dovranno pervenire solo per iscritto, esclusivamente all'Ufficio SAQ XI – Promozione e valorizzazione dell'agroalimentare: fax 06/46653145, entro e non oltre 7 giorni antecedenti alla scadenza prevista per la presentazione dei programmi. Le risposte a tali chiarimenti saranno inviate fino al quinto giorno antecedente la data di scadenza della presentazione delle stesse e saranno pubblicate nella sezione "**Gare**" del sito www.politicheagricole.it.

Regione Piemonte

Direzione Agricoltura

Settore tutela della qualità, valorizzazione e rintracciabilità dei prodotti agricoli e zootecnici

Tel. 011.4325246-4892

ELENCO DEI PAESI E DELLE MACRO AREE

A. Paesi

- USA
- Canada
- Sudafrica
- Australia
- Cina
- Giappone
- Islanda
- Nuova Zelanda
- Russia
- India
- Corea del Sud
- Norvegia
- Svizzera
- Turchia
- Messico
- Argentina
- Brasile

B. Zone geografiche

- PAESI BALCANICI (Ex repubblica iugoslava di Macedonia, Bosnia Erzegovina, Croazia, Kosovo, Montenegro, Serbia, Albania)
- PAESI EX ADERENTI ALL'UNIONE SOVIETICA (Ucraina, Moldavia)
- AFRICA SETTENTRIONALE (Libia, Sudan, , Sahara Occidentale Algeria, Egitto, Marocco, Tunisia e Ghana)
- AMERICA LATINA E CENTRO AMERICA (Antigua e Barbuda, Bahamas, Barbados, Costa Rica, Dominica, Grenada, Haiti, Saint Kitts e Nevis, Saint Vincent e Grenadine, Santa Lucia, Trinidad e Tobago, Anguilla, Antille olandesi, Aruba, Isole Cayman, Guadalupa, Martinica, Montserrat, Porto Rico, Turks e Caicos, Isole Vergini britanniche, Isole Vergini americane, Belize, Guatemala, Guyana, Honduras, Nicaragua, Panamá, Suriname, Guyana , Suriname, Cile, Perù, Venezuela, Cuba, Repubblica Dominicana, Giamaica, Colombia, Bolivia, Ecuador, Paraguay, Uruguay)
- SUD EST ASIATICO (Brunei, Cambogia, Indonesia, Laos, Malesia, Myanmar (ex Birmania), Filippine, Singapore, Thailandia (ex Siam), Timor Est, Vietnam, Taiwan)
- MEDIO ORIENTE (Iran, Iraq, Siria, Libano, Israele, Palestina, Oman, Yemen, Giordania, Arabia Saudita, Kuwait, Emirati Arabi Uniti, Qatar, Bahrein)