

Ocm vino: ecco le istruzioni per le domande di contributo alla promozione



Publicato sul sito del Masaf il decreto con le modalità attuative della misura “Promozione sui mercati dei Paesi terzi dell’Ocm Vino”. Possono accedere all’intervento le organizzazioni professionali che abbiano tra i loro scopi la promozione dei prodotti agricoli; le organizzazioni di produttori di vino; c le associazioni di organizzazioni di produttori di vino; i consorzi di tutela, i produttori di vino; i soggetti pubblici con comprovata esperienza nel settore del vino e della promozione dei prodotti agricoli; le associazioni temporanee di impresa e di scopo; i consorzi, le associazioni, le federazioni e le società cooperative; le reti di impresa.

La promozione è riservata ai vini confezionati, ai vini a denominazione di origine protetta, ad indicazione geografica protetta; ai vini spumanti di qualità e di qualità aromatici; ai vini con l’indicazione della varietà. I progetti possono essere nazionali, regionali e multiregionali. Per i progetti nazionali nella promozione del vino devono essere coinvolte almeno cinque regioni e il proponente deve avere una sede operativa in ciascuna delle Regioni in cui è prodotto il vino interessato dall’intervento di promozione. I progetti regionali prevedono la promozione delle produzioni di una regione in cui il soggetto proponente abbia la sede operativa.

I progetti multiregionali devono coinvolgere almeno due regioni in ciascuna di esse il proponente deve avere sedi operative. Il finanziamento per ciascun progetto da parte del Ministero e delle regioni non può essere superiore al 25% dell’importo dell’iniziativa. Le azioni che possono accedere al contributo che riguarda uno o più mercati di paesi terzi sono quelle relative a relazioni pubbliche, promozione e pubblicità e devono mettere in evidenza gli elevati standard qualitativi, di sicurezza o ambiente delle produzioni della Ue.

Ammesse anche partecipazione a manifestazioni, fiere ed esposizioni di importanza internazionale; campagne di informazione, in particolare su denominazioni di origine, indicazioni geografiche e produzione biologica. E ancora, studi di mercati nuovi o per il rafforzamento di quelli esistenti, e per valutare i risultati delle attività di informazione e promozione.

L’importo del contributo a valere sui fondi europei non può superare il 50% delle spese sostenute ed è liquidato sotto forma di anticipo pari all’80% del contributo ammissibile e del successivo 20% al completamento dei controlli.