

**FORMULAR DE CERERE PENTRU  
PROGRAME DE PROMOVARE COFINANȚATE DE UE<sup>12</sup>**

**1 TITLUL PROGRAMULUI**

**2 ORGANIZAȚIA (ORGANIZAȚIILE) CARE PREZINTĂ PROPUNEREA**

**2.1 Prezentare**

*Denumire, adresă, adresă electronică, telefon, fax, persoană de contact.*

*În cazul în care propunerea este prezentată de mai multe organizații, indicați organizația care coordonează programul.*

**2.2 Reprezentativitatea pentru sectorul (sectoarele) în cauză a organizației (organizațiilor) care prezintă propunerea**

*(Dacă este necesar, faceți trimitere la anexă)*

**2.3 Certificarea capacității financiare**

*(Pentru anexele necesare, a se vedea nota explicativă)*

**3 ORGANISM(E) DE EXECUȚIE**

*(În cazul în care nu a fost încă selecționat organismul de execuție, a se vedea punctul 3.4)*

**3.1 Prezentare**

*Denumire, adresă, adresă electronică, telefon, fax și persoană de contact*

*În cazul în care au fost selecționate mai multe organisme, indicați ce acțiuni întreprinde fiecare dintre acestea*

**3.2 Descrierea procedurii de lansare a licitației și criteriile de selecție a organismului propus**

*Numărul de cereri de ofertă trimise și de oferte primite*

**3.3 Certificarea competențelor tehnice și a capacității de a pune în aplicare programul**

*Clarificări privind capacitățile tehnice și financiare ale organismului de execuție. Pentru anexele necesare, a se vedea nota explicativă.*

**3.4 Dacă organismul de execuție nu a fost încă selecționat:**

*Calendarul prevăzut și procedura de lansare a licitației avută în vedere pentru selecție.*

---

<sup>1</sup> În conformitate cu articolul 8 alineatul (1) din Regulamentul (CE) nr. 501/2008 al Comisiei, programele trebuie prezentate într-un format stabilit de către Comisie. Nota explicativă din anexă conține precizări cu privire la informațiile necesare pentru fiecare punct. Regulamentele relevante în domeniul promovării [Regulamentul (CE) nr. 3/2008 al Consiliului și Regulamentul (CE) nr. 501/2008 al Comisiei], precum și alte informații sunt accesibile la adresa [http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index_fr.htm)

<sup>2</sup> Trebuie menționat că programul și rezumatul bugetului final, care vor fi incluse în contractul de execuție semnat pentru program, trebuie să reflecte, de asemenea, toate modificările aduse eventual programului aprobat inițial de către Comisie.

- 3.5 Dacă organizația care prezintă propunerea hotărăște să pună în aplicare o anumită parte a programului:  
*Trebuie îndeplinite condițiile prevăzute în Regulamentul (CE) nr. 501/2008 al Comisiei.*

#### **4 PRECIZĂRI CU PRIVIRE LA PROGRAM**

- 4.1 Produs(e) și sector (sectoare) vizate
- 4.2 Tip de program: de informare/de promovare/mixt
- 4.3 Stat(e) membru (membre) competent(e)  
*În cazul unei propuneri prezentate de mai multe state membre, indicați statul membru care coordonează programul.*
- 4.4 Stat(e) membru (membre) vizat(e) – pentru piața internă  
Piață (piețe) vizată (vizate) – pentru piețe din țări terțe
- 4.5 Durată  
*12-24-36 luni*
- 4.6 Este vorba de o prelungire a unui program anterior pentru aceeași (aceleași) organizație (organizații) care prezintă propunerea?

#### **5 DESCRIEREA PROGRAMULUI**

- 5.1 Context general - situația pieței și a cererii
- 5.2 Obiectiv(e)
- 5.3 Strategia programului
- 5.4 Grup (grupuri) vizat (vizate)
- 5.5 Teme abordate
- 5.6 Principalele mesaje care urmează să fie comunicate
- 5.7 Acțiuni  
*Descrierea fiecărei acțiuni*  
*Justificarea bugetului propus pentru fiecare acțiune*

#### **6 IMPACT PREVIZIBIL**

*Precizați și, dacă este posibil, cuantificați impactul previzibil în ceea ce privește rezultatele*  
*Clarificați modul în care se vor măsura rezultatele/impactul*

#### **7 DIMENSIUNEA COMUNITARĂ A PROGRAMULUI**

*Indicați avantajele unei acțiuni la nivelul UE*

## **8 BUGET**

Tabel recapitulativ în funcție de țara vizată, de acțiune și de an  
*În prezentarea bugetului trebuie să respecte aceeași structură și ordine a acțiunilor ca și în descrierea acțiunilor (punctul 5.7) A se vedea modelul din anexă.*

## **9 PLAN DE FINANȚARE**

*A se vedea modelul de tabelul din anexă.*

## **10 ALTE INFORMAȚII RELEVANTE**

\* \* \* \* \*

### **ANEXE OBLIGATORII**

- Anexa 1**      **Angajament financiar semnat de organizația/de organizațiile care prezintă propunerea privind asigurarea finanțării proprii pe toată durata programului**
- Anexa 2**      **Angajament semnat de organizația/de organizațiile care prezintă propunerea prin care se atestă că programul nu beneficiază de niciun alt sprijin financiar din partea UE**
- Anexa 3**      **Fișa de identificare a programului (care însoțește prezentul formular) - de prezentat, la alegere, în una din cele trei limbi de lucru ale Comisiei Europene (germană, engleză, franceză)**

**NOTĂ EXPLICATIVĂ PRIVIND DIFERITE PUNCTE  
ALE FORMULARULUI DE CERERE<sup>3</sup>**

**PUNCTUL 2 ORGANIZAȚIA (ORGANIZAȚIILE) CARE PREZINTĂ PROPUNEREA**

- 2.2 Furnizați informații cu privire la reprezentativitatea la nivel național și la nivel european pentru sectorul (sectoarele) în cauză a organizației sau a organizațiilor care prezintă propunerea (de exemplu: cotă de piață, produse și/sau regiuni acoperite).
- 2.3 Pentru fiecare organizație, confirmați că sunt disponibile resursele tehnice și financiare necesare pentru a asigura aplicarea eficientă a măsurilor. Statul membru solicită documentele pe care le consideră a fi cele mai adecvate în acest sens, cum sunt copiile situațiilor financiare și/sau ale rapoartelor anuale din ultimii trei ani. Descrieți experiențele avute anterior în ceea ce privește punerea în aplicare a unor programe naționale sau regionale comparabile.

**PUNCTUL 3 ORGANISM(E) DE EXECUȚIE**

**Dacă organismul de execuție a fost selecționat**

- 3.2 Furnizați o descriere detaliată a modului în care s-a desfășurat procedura de lansare a licitației și justificați motivele alegerii organismului (organismelor) propus(e). Furnizați ca anexă la formularul de cerere oferta organismului care a fost ales  
*NB:* Organismul sau organismele de execuție trebuie să fie independente de organizația/de organizațiile care prezintă propunerea.
- 3.3 Trebuie furnizată dovada capacității tehnice și financiare a organismului (organismelor) de execuție de a realiza activitățile luate în considerație, inclusiv dovada resurselor financiare proporțional cu importanța programului. Menționați amploarea și natura eventualelor parteneriate vizate.

**Dacă organismul de execuție nu a fost selecționat încă**

- 3.4 Trebuie furnizat calendarul provizoriu și procedura de lansare a licitației prevăzută pentru selecție. În orice caz, selecția trebuie să aibă loc înainte de semnarea contractului. Odată ce organismul de execuție a fost selecționat, trebuie furnizate imediat informațiile menționate la punctele 3.2 și 3.3 din formularul de cerere.

**Dacă organizația care prezintă propunerea hotărăște să pună în aplicare o anumită parte a programului**

---

<sup>3</sup> Prezenta notă explicativă oferă explicații succinte privind câteva puncte importante din formularul de cerere. Pentru a obține mai multe informații, luați legătura cu autoritățile competente din statele membre.

- 3.5 Organizația care prezintă propunerea poate pune în aplicare anumite părți ale programului numai dacă se respectă condițiile prevăzute la articolul 13 din Regulamentul (CE) nr. 501/2008 al Comisiei<sup>4</sup>.

#### **PUNCTUL 4 PRECIZĂRI CU PRIVIRE LA PROGRAM**

- 4.1 Produsele eligibile sunt enumerate în anexa I partea A și în anexa II la Regulamentul (CE) nr. 501/2008. Promovarea produselor de marcă nu este o activitate eligibilă pentru cofinanțare din partea UE. Toate trimerile la originea produselor trebuie să fie secundare față de mesajul principal, deși se poate menționa originea produselor care poartă o denumire în conformitate cu legislația comunitară (DOP, IGP, STG, producție ecologică).
- 4.2 Precizați dacă programul vizează în principal elemente privind informarea, promovarea sau ambele.
- 4.3 În cazul în care mai multe organizații prezintă împreună un program în mai multe state membre, trebuie obținut acordul fiecărui stat membru pentru partea care îi revine din program.
- 4.4 În partea B din anexa II la Regulamentul (CE) nr. 501/2008 figurează lista piețelor eligibile pentru execuția programelor în țările terțe. În cazul programelor pentru piața internă, țările destinate nu pot fi decât statele membre ale Uniunii Europene.
- 4.5 Durata minimă a unui program este de 12 luni, iar durata maximă este de 36 de luni (24 de luni pentru ouă și păsări de curte). Programul trebuie împărțit în etape de câte 12 luni.
- 4.6 Dacă propunerea reprezintă continuarea unui (sau a unor) program(e) anterior (anterioare) sau dacă sunt în derulare ori s-au încheiat recent programe similare,
- indicați denumirea, durata și piețele țintă ale programului (programelor) anterior (anterioare);
  - indicați rezultatele obținute, în măsura în care acestea sunt cunoscute în momentul prezentării programului.
- Dacă este cazul, furnizați în anexă rapoartele aferente.

#### **PUNCTUL 5 DESCRIEREA PROGRAMULUI**

Această parte a documentului conține informațiile necesare privind concepția unui program de promovare și furnizează organizațiilor profesionale reprezentative indicații și piste de reflecție privind modul în care își pot elabora programele de promovare. Această parte poate constitui, în special, un sprijin metodologic în activitatea de concepție, de planificare, de punere în aplicare și de monitorizare a propunerilor de programe adresate statelor membre și Comisiei într-o etapă ulterioară.

---

<sup>4</sup> JO L 147, 6.6.2008, p. 34.

Punctele prezentate în continuare reiau problemele esențiale care trebuie luate în considerație, și anume următoarele cinci criterii:

- coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului;
- acțiuni și canale de informare utilizate și rentabilitatea acestora;
- acoperirea și conținutul programelor;
- incidența și eficacitatea acțiunilor;
- complementaritatea dintre programele statelor membre și cele prezentate de organizațiile profesionale.

Pentru fiecare dintre aceste criterii se propun întrebări și sugestii de raționament care să permită elaborarea unui program de promovare. La aceste întrebări și sugestii nu trebuie furnizate răspunsuri de tip „da” sau „nu”; acestea trebuie considerate drept un punct de plecare pentru elaborarea unui program de promovare.

### **5.1 Context general – situația pieței și a cererii**

Descrieți motivele pentru care prezentați propunerea, cu referire, de exemplu la situația pieței sau cererea pentru produsul (produsele) vizate ori la necesitatea difuzării informațiilor prin intermediul programului. Vă rugăm să folosiți statistici recente.

De exemplu, motivațiile pot fi:

- consumul în scădere (pe piața internă și în țări terțe);
- creșterea potențială a consumului (mai ales în țări terțe);
- supraproducție + creșterea potențială a consumului;
- curențe în acceptarea produsului;
- insuficiența cunoaștere a produsului de către consumator.

Pe de altă parte, trebuie luate în considerație următoarele elemente:

#### *Criteriul 1 – Coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului*

- Ce răspuns oferă acțiunile propuse obiectivelor regulamentului, precum și avantajelor, deficiențelor, ocaziilor și riscurilor care pot surveni?
- Se precizează clar că programul nu vizează promovarea unei mărci anume și nu vizează încurajarea consumului de produse de o anumită origine?
- Care sunt implicațiile, din punct de vedere structural, ale promovării unui produs?

#### *Criteriul 3 - Acoperirea și conținutul programelor*

- Cum a ținut seama programul de specificitățile piețelor vizate: proximitate, dimensiuni, constrângeri, concurență, posibilă poziționare a produsului.

#### *Criteriul 4 – Incidența și eficacitatea acțiunilor*

- Concepția programului, în ceea ce privește identificarea nevoilor grupurilor/țărilor țintă, permite concretizarea obiectivelor vizate? De ce?
- Se prezintă statisticile privind evoluția cererii/vânzărilor/consumului produsului în cauză în țările vizate de program?

Pentru punctele 5.2 – 5.7 trebuie să se țină seama de faptul că obiectivele, grupurile țintă, temele și mesajele unui program trebuie să formeze un ansamblu coerent.

## 5.2 Obiectiv(e)

A se preciza obiectivele programului sub forma unor obiective concrete și cuantificate. Dacă este cazul, a se include o diferențiere pe grupuri-țintă și/sau piețe-țintă. De asemenea, trebuie să se țină seama de următoarele puncte:

### *Criteriul 1 – Coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului*

- Obiectivele vizate de programe sunt compatibile cu cele din regulament?
- Obiectivele au fost alese pe baza unui program anterior?
- Obiectivele au fost adaptate la nevoile grupurilor țintă / ale țărilor țintă?
- Obiectivele sunt SMART? (specifice, măsurabile, realizabile, relevante, bine definite în timp)
  - Specifice: obiectivele trebuie să fie precise pentru a fi înțelese fără ambiguități;
  - Măsurabile: realizarea obiectivelor trebuie să poată fi măsurată cu ajutorul unor indicatori;
  - Realizabile: obiectivele trebuie să fie realiste;
  - Relevante: obiectivele trebuie să răspundă finalității programului;
  - Bine definite în timp: Obiectivele trebuie să poată fi atinse pe durata programului.

## 5.3 Strategia programului

Pentru propunerile privind piața internă, a se asigura conformitatea strategiei programului și a principalelor acțiuni și instrumente ale acestuia cu liniile directoare prezentate în Regulamentul (CE) nr. 501/2008. Pentru toate propunerile, se va acorda atenție punctului următor:

### *Criteriul 1 – Coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului*

- Programul include o strategie clară pe baza finalității și obiectivelor, a perioadei de promovare, a mijloacelor financiare și umane?

## 5.4 Grup (grupuri) țintă

În cazul programelor destinate pieței interne, liniile directoare din anexa la Regulamentul (CE) nr. 501/2008 oferă informații cu privire la grupurile-țintă recomandate pentru diferite sectoare. Pe de altă parte, trebuie luate în considerație următoarele elemente:

### *Criteriul 1 – Coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului*

- Cum a vizat programul ales țările sau regiunile geografice?
- Care au fost criteriile de alegere a grupurilor țintă?

### *Criteriul 4 – Incidența și eficacitatea acțiunilor*

- Grupurile/țările țintă cărora li se adresează acțiunea au fost suficient cuantificate înainte de realizarea acțiunii?
- S-a ținut seama de practicile sau de constrângerile locale?
- Care este poziția produsului pe piață (leader, outsider, nou)?

### 5.5/5.6 Teme care urmează să fie abordate și mesaje de transmis

*Criteriul 1 – Coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului*

- Care sunt temele, mesajele și canalele utilizate cel mai frecvent?
- A fost atent studiată, în raport cu obiectivele, combinarea între canalele de comunicare, mesaje, grupuri/țări țintă? Vă rugăm să furnizați explicații.

Atunci când se menționează avantajele pentru sănătate sau valorile nutritive ale produselor, trebuie precizată baza științifică a acestor informații. Toate aceste referințe trebuie să respecte legislația națională și legislația comunitară în domeniul sănătății. În cazul programelor destinate pieței interne, materialul care conține afirmații referitoare la sănătate trebuie să fie acceptat de către autoritățile naționale competente.

Dacă este menționată țara sau regiunea de origine a produsului, această indicație trebuie să fie secundară în raport cu mesajul principal, care furnizează informații cu privire la caracteristicile și calitățile produsului.

Pentru programele derulate în țări terțe, organizația care prezintă propunerea trebuie să confirme că mesajele de informare și/sau de promovare care vor fi transmise consumatorilor și altor grupuri țintă respectă legislația în vigoare din respectivele țări țintă.

### 5.7 Acțiuni

Trebuie menționat faptul că prin „program” se înțelege un ansamblu de acțiuni coerente (adică mai mult de o acțiune). Furnizați suficiente informații în ceea ce privește acțiunile și instrumentele care se vor utiliza pentru punerea în aplicare a programelor, inclusiv numărul, volumul și/sau dimensiunile acestora, precum și costurile unitare prevăzute, în vederea justificării bugetului propus. Acțiunile trebuie să fie conforme cu obiectivele regulamentului.

Toate acțiunile incluse în program trebuie să cuprindă o descriere clară a diferitelor costuri implicate. De exemplu:

Acțiunea X „Participare la expoziția AAA”

Închirierea spațiului	EUR/m <sup>2</sup>	Cost total
Construirea standului	EUR/m <sup>2</sup>	Cost total
Personalul de la stand	EUR/persoană/zi	Cost total
Alte costuri (a se specifica sumele alocate pentru masă, transport etc.)	EUR/participant	Cost total
...	...	...

Cu toate acestea, în cazul în care sunt prevăzute mai multe acțiuni similare (de exemplu, puncte de vânzare), este suficient să se descrie conținutul structurii costurilor uneia dintre aceste acțiuni.

Acțiunile trebuie să poată transmite teme și mesaje, precum și să permită realizarea obiectivelor vizate. Acestea trebuie să fie conforme cu articolul 2 din

Regulamentul (CE) nr. 3/2008 și cu liniile directoare din anexa I la Regulamentul (CE) nr. 501/2008.

Se atrage atenția supra faptului că toate mențiunile privind originea produselor (țara sau regiunea din care provin) trebuie să fie secundare față de mesajul principal (caracteristici și calități intrinsece) transmis prin campania de promovare.

Propunerea trebuie să includă un calendar provizoriu de realizare a diferitelor acțiuni. Vor trebui indicate locurile în care se vor desfășura activitățile [a se menționa orașul (orașele) sau, în cazuri excepționale, regiunea (regiunile); de exemplu, „Statele Unite” nu este suficient de precis)]. Dacă se propun acțiuni în mass media, trebuie inclus în anexă un plan provizoriu pentru mass media.

Descrierea acțiunilor trebuie să respecte aceeași structură (rubrici/categorii) și ordine (numerotare) ca și prezentarea bugetului (a se vedea în continuare, punctul 8). Propunerile țin seama și de următoarele idei:

*Criteriul 2 – Acțiuni și canale de informare utilizate și rentabilitatea acestora*

- Care sunt acțiunile cele mai eficace în planul informării și al promovării sectorului respectiv?
- Programul furnizează suficiente informații cu privire la fiecare din acțiunile selecționate?

*Criteriul 3 - Acoperirea și conținutul programelor*

- Care au fost criteriile de selecție a acțiunilor în vederea reducerii la minimum a costurilor și a sporirii la maximum a efectelor/impactului?
- Acțiunile care vizează diferite grupuri/țări țintă au fost concepute ținându-se seama de caracteristicile specifice ale fiecăruia dintre acestea?
- Există estimări ale costului acțiunilor în raport cu efectele/impactul scontate asupra grupurilor/țărilor țintă selecționate?

*Criteriul 4 – Incidența și eficacitatea acțiunilor*

- Situația/analiza pieței care au stat la baza prezentei propuneri constituie o bază solidă de evaluare a obiectivelor SMART?
- Există statistici privind evoluția cererii/vânzărilor/consumului produsului în cauză în țările vizate de program?
- Care sunt elementele care vor permite afirmația conform căreia programul este eficace?

**PUNCTUL 6 IMPACT PREVIZIBIL/EVALUARE**

Precizați impactul anticipat al programului în ceea ce privește cererea pentru produs, notorietatea și/sau imaginea acestuia și/sau orice alt aspect legat de obiective. Cuantificați, pe cât posibil, rezultatele prevăzute ale punerii în aplicare a programului (abordare SMART, a se vedea 5.2).

Descrieți succint metoda (metodele) care urmează a fi utilizate anual pentru măsurarea impactului. Furnizați o evaluare cât mai cantitativă: Precizați când va avea loc evaluarea. La încheierea fiecărei etape? La încheierea programului?

## PUNCTUL 7 DIMENSIUNEA COMUNITARĂ A PROGRAMULUI

Descrieți eventualele beneficii la nivelul UE care decurg din program și care justifică cofinanțarea la nivelul UE.

- Care este dimensiunea europeană a programului în ceea ce privește următoarele aspecte: difuzarea standardelor europene de producție, sinergia organizațiilor și autorităților din mai multe state membre, promovarea imaginii produselor europene pe piețele internaționale, calitatea și siguranța produselor alimentare europene, mai buna cunoaștere a produselor europene de către publicul larg și de către specialiști, difuzarea culturii și practicilor alimentare etc.

## PUNCTUL 8 BUGET

Bugetul trebuie prezentat sub forma unui tabel recapitulativ al tuturor acțiunilor prevăzute în program, cu indicarea costului anual și total al acestora. Costurile trebuie defalcate pe acțiune, pe an și pe țară țintă. Costurile acțiunilor nu trebuie să depășească tarifele practicate curent pe piață. Dacă un program implică mai multe țări și/sau organizații care prezintă propunerea, trebuie să fie prezentat un singur buget coordonat, care să acopere întregul program.

În cazul în care se prevăd acțiuni identice sau foarte asemănătoare, trebuie să se includă și o defalcare bugetară clară, detaliată și structurată a elementelor care compun respectiva acțiune „tip”.

Prezentarea bugetului (în EUR) trebuie să utilizeze aceeași structură (rubrici/categorii) și ordine (numerotare) ca și lista acțiunilor descrise la punctul 5.7.

Onorariile pentru organismul (organismele) de execuție trebuie prezentate separat.

Dacă onorariile pentru organismul sau organismele de execuție sunt prezentate ca sumă forfetară, nivelul maxim al acestora trebuie să fie de 13 % din costurile efective ale realizării acțiunilor, în cazul programelor propuse de un singur stat membru, și de 15 %, în cazul programelor propuse de mai multe state membre. Dacă onorariile pentru organismul (organismele) de execuție se facturează pe baza activităților efectiv desfășurate, propunerea trebuie să includă o estimare a numărului de ore necesare pentru îndeplinirea respectivelor activități, precum și costul unitar al acestora.

Trebuie să se acorde o atenție specială cheltuielilor care nu sunt eligibile pentru cofinanțare de către UE (a se vedea anexa III din modelul de contract).

## Tabele recapitulative ale bugetului în euro (EUR)

După caz, aceste tabele pot fi adaptate în funcție de program, de natura diferitelor acțiuni și de nivelul de defalcare considerat necesar de statul (statele) membru (membre) în cauză.

ACȚIUNI (pentru fiecare țară-țintă)	PRIMUL AN	AL DOILEA AN	AL TREILEA AN	TOTAL
Acțiunea 1*				
Acțiunea 2*				
Acțiunea N*				
<b>Total acțiuni (1)</b>				
Costuri de garantare a bunei execuții				
Onorariile organismului de execuție [maximum 13/15 % din (1), anexa III punctul B.1.2 din contract]				
Măsurarea rezultatelor acțiunilor [maximum 3% din (1), anexa III punctul C.5 din contract]				
<b>Total costuri directe pentru program (2)</b>				
Cheltuieli generale (maximum [3-5 piața internă][4-6 țări terțe] % din (2), anexa III punctul A.2 din contract)				
<b>TOTAL PROGRAM</b>				

\* Inclusiv onorariile facturate pe bază de tarif orar (a se vedea anexa III punctul B.1.1 din contract).

Dacă organizația care prezintă propunerea realizează o parte din program, costurile corespunzătoare trebuie prezentate după cum urmează:

ACȚIUNI (pentru fiecare țară țintă)	PRIMUL AN	AL DOILEA AN	AL TREILEA AN	TOTAL
Acțiunea 1*				
Acțiunea 2*				
Acțiunea N*				
<b>Total acțiuni</b>				
<b>Total program</b>				
<b>Partea (în %) finanțată de organizația care prezintă propunerea</b>				

De asemenea, trebuie să se țină seama de următoarele aspecte:

*Criteriul 1 – Coerența dintre măsurile puse în aplicare și obiectivele regulamentului*

- Se prezintă bugetul pentru fiecare an și pentru fiecare țară?
- S-au detaliat costurile pentru fiecare acțiune?
- S-au verificat prețurile unitare pentru fiecare acțiune?
- Programul de informare și de promovare ar fi fost pus în aplicare fără finanțarea din partea UE? Dacă da, de ce? În ce mod?
- Cofinanțarea la nivelul UE reprezintă o valoare adăugată pentru prezentul program de informare și de promovare? În ce mod? De ce?

**PUNCTUL 9 PLAN DE FINANȚARE**

Contribuția comunitară nu va depăși 50 % din costul real al programelor pentru fiecare an. Organizația care prezintă propunerea trebuie să finanțeze cel puțin 20 % din costul real al programului, restul finanțării revenind statului membru în cauză. Contribuția statului membru poate varia între 0 și 30 %, dar, chiar și în cazul în care statul membru nu participă la finanțarea programului, acesta trebuie să își dea acordul și să îl prezinte Comisiei. Contribuția financiară a organizației (organizațiilor) profesionale și a statului (statelor) membru (membre) poate să provină din venituri fiscale sau din contribuții obligatorii.

Contribuția financiară a UE menționată la primul paragraf este de 60 % în cazul măsurilor de promovare pentru fructe și legume destinate în mod specific copiilor din școlile UE. Procentul prevăzut la primul paragraf este de 60 % în cazul măsurilor întreprinse în UE în materie de informare cu privire la modul responsabil de consum al băuturilor alcoolice, precum și la efectele dăunătoare ale consumului excesiv de alcool.

În cazul unui program prezentat împreună de mai multe organizații profesionale și state membre, contribuțiile financiare respective trebuie să fie clar stabilite înainte de prezentarea programului către Comisie.

CONTRIBUȚIA FINANCIARĂ	PRIMUL AN		AL DOILEA AN		AL TREILEA AN		TOTAL	
	EUR	%	EUR	%	EUR	%	EUR	%
Uniunea Europeană <i>(nu mai mult de 50 % sau 60 %)</i>								
Stat membru								
Organizația care prezintă propunerea <i>(cel puțin 20 %)</i>								
<b>TOTAL</b>		100		100		100		100

**PUNCTUL 10**            **ALTE INFORMAȚII RELEVANTE**

La acest punct pot fi adăugate orice alte informații solicitate de statul membru sau care sunt considerate relevante de organizația care prezintă propunerea.

[http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/prom/index_fr.htm)

## ANNEX 3

### PROGRAMME IDENTIFICATION SHEET

(TO BE COMPLETED IN ONE OF THE EUROPEAN COMMISSION'S OFFICIAL WORKING LANGUAGES: ENGLISH,  
FRENCH OR GERMAN)

#### I. IDENTIFICATION OF PROGRAMME:

Member State(s):

Title of the programme:

Body/bodies responsible:

Proposing organisation(s):

Implementing body/bodies:

Type of measure: information/promotion/mixed

Product(s):

Member State(s) targeted:

Duration:

Total budget:

Proposal received on:

---

#### II. DESCRIPTION OF PROGRAMME:

**Objective(s):** 1.

2.

...

**Strategy:** (maximum half a page)

**Targets:** 1.

2.

...

**Themes:** 1.

2.

...  
**Aspects covered<sup>5</sup>:**

quality  
food safety  
specific production methods  
nutrition aspects  
health aspects  
labelling  
animal welfare  
environment  
image of EU products  
EU system of PDO/PGI/TSG  
organic products  
graphic symbols for outermost regions  
wines with a protected designation of origin or a protected geographical indication, wines with an indication of the wine grape variety - spirit drinks with a protected geographical indication

**Messages to be conveyed:**

1.

2.

...

**Actions by country, including their scope/volume and projected schedule:**

1.

2.

...

**Foreseeable impact and evaluation method(s):**

---

<sup>5</sup> Delete as appropriate.

### **III. BUDGET**

#### **- SUMMARY OF BUDGET:**      €

<b>ACTION</b>	<b>Year I</b>	<b>Year II</b>	<b>Year III</b>	<b>TOTAL</b>
1.				
2.				
3.				
<b>TOTAL</b>				

#### **FINANCING PLAN IN EUROS:**

<b>PART-FINANCING</b>	<b>YEAR I</b>	<b>%</b>	<b>YEAR II</b>	<b>%</b>	<b>YEAR III</b>	<b>%</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
EU								50
MEMBER STATE								20
PROPOSING ORGANISATION								30
<b>TOTAL</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>		<b>100</b>