

1.3.4. SCHEDA DI INFORMAZIONI COMPLEMENTARI SUGLI AIUTI PER LE MISURE PROMOZIONALI A FAVORE DEI PRODOTTI AGRICOLI

Questo modulo deve essere utilizzato per gli aiuti di Stato per le misure promozionali a favore dei prodotti agricoli di cui alla parte II, sezione 1.3.4., degli orientamenti per gli aiuti di Stato nei settori agricolo e forestale e nelle zone rurali (in seguito "orientamenti").

In aggiunta a questo modulo, compilare anche la scheda di informazioni generali per la notifica degli aiuti di Stato nei settori agricolo e forestale e nelle zone rurali riguardo alle condizioni generali di ammissibilità applicabili agli aiuti di Stato.

1. Specificare se gli aiuti sono concessi per:

- (a) ☒ prodotti agricoli;
- (b) ☐ prodotti alimentari a base di prodotti agricoli di cui all'allegato I del regolamento (UE) n. 1144/2014¹.

Se gli aiuti sono concessi per la promozione di prodotti alimentari a base di prodotti agricoli di cui all'allegato I del regolamento (UE) n. 1144/2014, specificare tali prodotti:

.....

2. Specificare se l'attività di promozione è destinata a:

- (a) ☐ informare il pubblico sulle caratteristiche dei prodotti agricoli (ad esempio mediante l'organizzazione di concorsi, la partecipazione a fiere commerciali e ad attività di pubbliche relazioni, la divulgazione di conoscenze scientifiche, o mediante pubblicazioni contenenti dati fattuali); o
- (b) ☒ incoraggiare gli operatori economici o i consumatori ad acquistare il prodotto agricolo in questione mediante campagne promozionali.

3. Dove verrà attuata l'attività promozionale?

- (a) ☒ nel mercato interno;
- (b) ☒ in paesi terzi.

4. Gli aiuti concessi per l'organizzazione di concorsi, fiere commerciali o mostre sono riservati esclusivamente alle PMI?

☐ Sì ☐ No

5. Indicare se gli aiuti sono concessi a favore della promozione che:

- (a) ☒ riguarda specificamente prodotti coperti dai regimi di qualità; o
- (b) ☒ è di carattere generico e va a vantaggio di tutti i produttori del tipo di prodotto interessato.

¹ [EUR-Lex - 32014R1144 - IT - EUR-Lex \(europa.eu\).](http://eur-lex.europa.eu/lexuri/ui.do?uri=CELEX:32014R1144:IT)

6. La campagna promozionale rispetterà il regolamento (UE) n. 1169/2011² e, se necessario, le specifiche norme di etichettatura stabilite per i vari prodotti?

☒ Sì ☐ No

Specificare le norme applicabili in materia di etichettatura:

Attualmente non risultano individuati i potenziali prodotti oggetto di campagne promozionali. A seconda del prodotto che sarà oggetto delle campagne promozionale saranno rispettate, ove applicabili, le rispettive norme relative all'etichettatura dei prodotti (a titolo esemplificativo dei prodotti vino, prodotti lattiero-caseari, uova e pollame).

7. La notifica comprende campioni o bozzetti del materiale promozionale?

☐ Sì ☒ No

8. Se il materiale promozionale non è ancora disponibile, lo Stato membro si impegna a fornire detto materiale successivamente e comunque prima del lancio della campagna promozionale?

☒ Sì ☐ No

9. Se l'attività promozionale è attuata da associazioni e organizzazioni di produttori, la partecipazione dipende dall'adesione a tali associazioni od organizzazioni?

☐ Sì ☒ No

Si ricorda che, a norma del punto (464) degli orientamenti, le misure promozionali possono essere prestate da associazioni di produttori o da altre organizzazioni, a prescindere dalla loro dimensione. Se la misura promozionale è attuata da associazioni di produttori o da altre organizzazioni, la partecipazione alla misura stessa non deve dipendere dall'adesione a tali organizzazioni o associazioni.

10. Se la risposta alla domanda precedente è affermativa, i contributi alle spese amministrative dell'associazione o dell'organizzazione sono limitati ai costi di prestazione della misura promozionale?

☐ Sì ☐ No

11. Il bilancio annuale della campagna promozionale supera 5 milioni di EUR?

☐ Sì ☒ No

In caso di risposta affermativa, si ricorda che, a norma del punto (463) degli orientamenti, le misure promozionali che superano la soglia di notifica di 5 milioni di EUR di cui al punto (35), lettera b), devono essere notificate individualmente.

12. Indicare la forma dell'aiuto:

- (a) ☒ servizio sovvenzionato;
(b) ☐ rimborso dei costi effettivi sostenuti dal beneficiario;
(c) ☐ contanti, quando l'aiuto è concesso per un premio simbolico.

Si ricorda che, a norma del punto (466) degli orientamenti, gli aiuti per le campagne promozionali devono essere concessi solo sotto forma di servizi sovvenzionati.

² [EUR-Lex - 32011R1169 - IT - EUR-Lex \(europa.eu\).](#)

13. Qualora gli aiuti per i premi simbolici siano versati al prestatore della misura promozionale, tali aiuti saranno versati solo se il premio è stato effettivamente attribuito e su presentazione di una prova dell'attribuzione?
- ☐ Sì ☐ No
14. La campagna promozionale sarà incentrata su prodotti coperti da un regime di qualità di cui al punto (274) degli orientamenti?
- ☒ Sì ☐ No
15. Indicare i costi ammissibili:
- (a) ☐ costi relativi all'organizzazione e alla partecipazione a concorsi, fiere ed esposizioni;
- ☐ spese di iscrizione;
 - ☐ spese di viaggio e spese per il trasporto dei prodotti utilizzati per la partecipazione a concorsi, fiere commerciali e mostre;
 - ☐ spese per pubblicazioni e siti web che annunciano l'evento;
 - ☐ affitto dei locali e degli stand e costi del loro montaggio e smontaggio;
 - ☐ premi simbolici fino a un valore di 3 000 EUR per premio e per vincitore;
- (b) ☐ costi delle pubblicazioni su mezzi cartacei ed elettronici, dei siti web e degli annunci pubblicitari nei mezzi di comunicazione elettronici, radiofonici o televisivi, destinati a presentare informazioni fattuali sui produttori di una data regione o di un dato prodotto.
- Confermare che tali informazioni sono neutre e che tutti i produttori hanno le stesse possibilità di figurare nella pubblicazione:
- ☐ Sì ☐ No
- (c) ☐ costi relativi alla divulgazione di conoscenze scientifiche e dati fattuali:
- ☐ sui regimi di qualità di cui al punto (274) aperti a prodotti agricoli di altri Stati membri e di paesi terzi;
 - ☐ sui prodotti agricoli generici e sui loro benefici nutrizionali, nonché sugli utilizzi che ne vengono proposti;
- (d) ☒ costi delle campagne promozionali destinate ai consumatori e organizzate nei mezzi di comunicazione o presso i punti di vendita al dettaglio, e costi di tutto il materiale promozionale distribuito direttamente ai consumatori.
16. Gli aiuti per i costi relativi all'organizzazione e alla partecipazione a concorsi, fiere commerciali o mostre di cui alla domanda 15, lettera a), di questa scheda di informazioni complementari sono accessibili a tutti i soggetti ammissibili della zona interessata sulla base di criteri oggettivamente definiti?
- ☐ Sì ☐ No

Riferimento a singole imprese, a marchi o all'origine

17. Confermare che se gli aiuti sono concessi per attività promozionali di cui al punto (468), lettera c), degli orientamenti e per campagne promozionali di cui al punto (468), lettera d), degli stessi orientamenti, in particolare quelle che sono di carattere generico e vanno a vantaggio di tutti i produttori di quel tipo di prodotto secondo quanto indicato al punto (468), lettera b), di detti orientamenti, tali attività promozionali non faranno riferimento a una particolare impresa, marchio od origine:
☒ Sì ☐ No
18. Confermare che, se gli aiuti sono concessi per campagne promozionali destinate ai consumatori e organizzate nei mezzi di comunicazione o presso i punti di vendita al dettaglio di cui al punto (468), lettera d), degli orientamenti, tali attività promozionali non saranno destinate ai prodotti di una o più imprese specifiche:
☒ Sì ☐ No
19. In deroga alle domande 17 e 18 di questa scheda di informazioni complementari, se gli aiuti sono concessi a favore di attività promozionali che contengono il riferimento all'origine, indicare il motivo:
- (a) ☒ gli aiuti sono concessi per attività promozionali e campagne promozionali di cui rispettivamente al punto (468), lettere c) e (d), degli orientamenti che riguardano specificamente prodotti coperti dai regimi di qualità di cui al punto (274), degli stessi orientamenti e che rispettano le seguenti condizioni:
- (i) ☒ le attività promozionali e le campagne promozionali riguardano specificamente le denominazioni riconosciute dall'Unione di cui al titolo II del regolamento (UE) n. 1151/2012³. In tal caso, il riferimento all'origine dei prodotti nell'attività o nella campagna promozionale deve corrispondere esattamente a quello registrato dall'Unione;
- (ii) ☒ le attività promozionali o le campagne promozionali riguardano specificamente prodotti coperti dai regimi di qualità diversi dai regimi per le denominazioni riconosciute dall'Unione di cui al titolo II del regolamento (UE) n. 1151/2012. In tal caso, il riferimento all'origine dei prodotti deve essere secondario nel messaggio;
- (b) ☒ gli aiuti sono concessi per attività promozionali e campagne promozionali sui mercati locali o che riguardano prodotti sui mercati locali, che si prefiggono di preservare la comunità agricola e che soddisfano le seguenti condizioni:
- (i) ☒ l'indicazione di origine del prodotto è secondaria nel messaggio principale;
- (ii) ☒ l'attività promozionale o la campagna promozionale è proporzionata all'obiettivo perseguito.
20. Confermare che qualsiasi riferimento all'origine:
- ☒ non avrà carattere discriminatorio;

³ [EUR-Lex - 32012R1151 - IT - EUR-Lex \(europa.eu\).](http://eur-lex.europa.eu/lexuri/ui.do?uri=CELEX:32012R1151:IT)

- ☒ non avrà lo scopo di incoraggiare il consumo del prodotto agricolo per il solo motivo della sua origine;
- ☒ rispetterà i principi generali del diritto dell'Unione; e
- ☒ non equivarrà a una restrizione della libera circolazione dei prodotti agricoli, in violazione dell'articolo 34 del trattato.

21. Indicare l'intensità di aiuto:

- % dei costi ammissibili di cui al punto (468), lettere a), b) e c) degli orientamenti.

Si ricorda che, a norma del punto (471) degli orientamenti, l'intensità massima di aiuto per i costi ammissibili di cui al punto (468), lettere a), b) e c), non deve superare il 100 % dei costi ammissibili.

- 50 % dei costi ammissibili delle campagne promozionali riguardanti specificamente prodotti coperti da regimi di qualità, di cui al punto (468), lettera d), degli orientamenti.

Si fa presente che, a norma del punto (472) degli orientamenti, l'intensità dell'aiuto per le campagne promozionali che riguardano specificamente prodotti coperti dai regimi di qualità, di cui al punto (468), lettera d), in combinazione con il punto (460), lettera a) degli orientamenti, non può superare il 50 % dei costi ammissibili della campagna. Gli aiuti possono essere concessi fino al 100 % dei costi ammissibili se il settore contribuisce per almeno il 50 % ai costi.

- 80 % dei costi ammissibili delle campagne promozionali riguardanti specificamente prodotti coperti da regimi di qualità, di cui al punto (468), lettera d), degli orientamenti, se l'attività promozionale è effettuata in paesi terzi.

Si fa presente che, a norma del punto (472) degli orientamenti, l'intensità dell'aiuto per le campagne promozionali in paesi terzi che riguardano specificamente prodotti coperti dai regimi di qualità, di cui al punto (468), lettera d), in combinazione con il punto (460), lettera a) degli orientamenti, non può superare l'80 % dei costi ammissibili.

- 100 % dei costi ammissibili delle campagne promozionali generiche di cui al punto (468), lettera d), degli orientamenti;

Si fa presente che, a norma del punto (473) degli orientamenti, l'intensità dell'aiuto per campagne promozionali generiche di cui al punto (468), lettera d), degli orientamenti in combinazione con il punto (460), lettera b) degli orientamenti, non deve superare il 100 % dei costi ammissibili.

ALTRE INFORMAZIONI

Indicare eventuali altre informazioni ritenute pertinenti per la valutazione della misura all'esame nella presente sezione degli orientamenti.

.....