Apoio à promoção de vinhos em mercados de países terceiros

Programa comunitário financiado pela Organização Comum de Mercado (OCM) Vitivinícola, com o objetivo de promover vinhos certificados em mercados fora do espaço económico da União Europeia.

Natureza dos beneficiários

Entidades relacionadas com o setor do vinho que promovam a comercialização de vinhos produzidos no território nacional, que se destinem ao consumo direto nomeadamente, empresas, organizações de produtores, associações, organismos e organizações profissionais e interprofissionais.

Entidades elegíveis

- Empresas
- Organizações de Produtores
- Associações
- Organismos e Organizações Profissionais e Interprofissionais

Vinhos certificados

- Denominação de Origem Protegida - DOP
- Indicação Geográfica Protegida - IGP
- Vinhos com indicação de casta

Prazo de execução do projeto

Os projetos devem incluir ações realizadas no respetivo ano civil, entre janeiro e dezembro.
Este período não é passível de prorrogação.

APVMPT - Promoção de vinhos em mercados de países terceiros

Taxas de financiamento, forma e limite de incentivo

No âmbito desta medida, o apoio é concedido sob a forma de **incentivo não reembolsável** (vulgo "fundo perdido"), com as seguintes taxas de incentivo:

Empresas / Organizações de Produtores	Associações, Organismos e Organizações Profissionais e Interprofissionais
50%	Até 80%

Despesas elegíveis

São elegíveis as seguintes tipologias de ação:

1. Ações de promoção realizadas em territórios fora da União Europeia, como **visitas aos mercados, ações de formação**, **ações em ponto de venda** que não se revistam em ajudas ao preço, refeições vínicas e provas;
2. **Missões Inversas**, desde que tenham como público, agentes oriundos de mercados fora da União;
3. Ações de comunicação, divulgação e publicidade, incluindo:
   i. **Publicidade tradicional** (revistas, outdoors e imprensa em geral, publicidade circulante e serviços de clipping);
   ii. **Promoção em ponto de venda** que não se revistam em ajudas ao preço;
   iii. Ações diretas e de prestígio, como **participação em concursos** e **envio de amostras**;
   iv. Investimentos de **marketing digital**, como investimentos em social media;
   v. Aquisição de **serviços especializados** como embaixador de vinhos e relações públicas.
   vi. **Merchandising** utilizado nestes mercados, até 10% do total do projeto.

Outras considerações

1. O apuramento de despesas é, sempre que possível, efetuado com a modalidade de custos unitários.
2. O *report* das ações assume um caráter essencial na validação da elegibilidade das despesas.

Tax

Tel: +351 226 051 020

tax@mazars.pt

A Mazars é uma organização especializada em Auditoria & Revisão de Contas, Contabilidade, Assessoria Fiscal e *Advisory Services*, com presença global em 95+ países através da experiência de 47.000+ profissionais. Em Portugal, tem vindo a fazer uma forte aposta na dinamização dos serviços de consultoria fiscal, procurando alargar os seus serviços a novos clientes.