

POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS
Programa de trabajo 2022
Descripción del programa

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES CAMBIOS INTRODUCIDOS POR EL NUEVO SISTEMA?	2
EL MARCO LEGAL	2
PRESUPUESTO Y COFINANCIACIÓN.....	Actualizado 5
¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD PARA LAS ORGANIZACIONES PROPONENTES?	7
¿QUÉ PRODUCTOS Y SISTEMAS SON ELEGIBLES?	7
¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES SUBVENCIONABLES?	8
¿CUÁLES SON LOS GASTOS SUBVENCIONABLES?	8
INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.....	Actualizado 8
¿CÓMO PREPARAR Y PRESENTAR UNA PROPUESTA PARA UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN?.....	Actualizado 9
CONTACTE CON	Actualizado 10
ENLACES ÚTILES	Actualizado 10

INTRODUCCIÓN

La política de promoción de la UE ayuda a los profesionales agroalimentarios de la UE a financiar campañas de información y promoción.

Basada en la estrategia establecida a nivel europeo y bajo el lema "Disfruta, es de Europa", la política pretende apoyar a los profesionales en el acceso a los mercados internacionales y hacer que los consumidores sean más conscientes de los esfuerzos realizados por los agricultores europeos para ofrecer productos de calidad.

¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

1. **Organizaciones profesionales e interprofesionales** representativa del sector;
2. **Organizaciones de productores o asociaciones de organizaciones de productores** reconocidas por un EM;
3. **Grupos de productores** definidos en el Art. 3 del Reg. 1151/2012 sobre los regímenes de calidad;
4. **Organismos del sector agroalimentario** con una misión de interés público en la promoción de los productos agrícolas.

¿QUÉ ES UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN?

Un programa de promoción es un conjunto coherente de operaciones, dirigidas a empresas o a los consumidores, que pueden incluir campañas publicitarias en la prensa, televisión, radio o en internet; promociones en punto de ventas; campañas de relaciones públicas; participación en exposiciones y ferias y otras actividades.

Puede ser una campaña B2B o B2C.

Se aplicará durante un periodo de **al menos un año, pero no más de tres**.

Los programas de información y promoción pueden consistir en programas "simples" o "múltiples":

Un **programa simple** es un programa de promoción presentado por una o varias organizaciones solicitantes del mismo Estado miembro. Debe aplicarse en al menos dos Estados miembros o en un Estado miembro si es diferente del país de origen de la organización proponente.

Un **programa múltiple** es un programa presentado por al menos dos organizaciones proponentes de al menos dos Estados miembros o una o más organizaciones europeas.

PROGRAMA SIMPLE
EXCEPCIÓN PARA LOS SISTEMAS DE CALIDAD:
es posible optar por realizar la campaña en el Estado miembro de origen de la organización proponente, sin necesidad de incluir

¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN?

El objetivo de la política de información y promoción es **reforzar la competitividad del sector agrícola de la Unión:**

- a) Mejorar el **conocimiento de los méritos de los productos agrícolas** y de los altos estándares de producción de la UE;
- b) **Aumentar la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la UE** tanto dentro como fuera de la Unión;
- c) Aumentar la **concienciación y el reconocimiento de los sistemas de calidad de la UE;**
- d) **Aumentar la cuota de mercado de los productos agrícolas de la UE**, con especial atención a los mercados de terceros países con mayor potencial de crecimiento;

www.arepoquality.eu

Secretario General: secgen@arepoquality.eu ; + 33 (0) 6 10 13 11 89
Oficina de representación en Bruselas: policyofficer@arepoquality.eu ; + 32 (0) 4 86 60 54 62

e) **Restablecer las condiciones normales del mercado** en caso de graves perturbaciones del mismo.

LA NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES CAMBIOS INTRODUCIDOS POR EL NUEVO SISTEMA?

El nuevo reglamento, que entró en vigor el 1 de diciembre de 2015, tiene un ámbito de aplicación ampliado y un presupuesto mayor y se aplicará en el mercado interior y en terceros países.

El nuevo reglamento prevé un **aumento gradual de los recursos disponibles** de 61 millones en 2014 a 200 millones en 2020.

Según las nuevas normas, la cofinanciación nacional desaparece, pero el **porcentaje de cofinanciación de la UE se ha elevado al 70% para los programas simples** presentados por una organización del Estado miembro, al **80% para los programas múltiples en el mercado interior y para todos los programas en terceros países**, y al 85% para las medidas de crisis.

Además, el nuevo reglamento define la **promoción de los sistemas de calidad como una de las prioridades clave**, con el fin de mejorar el conocimiento de los consumidores sobre los méritos de estos productos. En este sentido, se introduce por primera vez la posibilidad de mencionar el origen de los productos en las campañas de promoción.

Otro elemento importante es la **inclusión de las organizaciones de productores como beneficiarios** de la política de promoción.

EL MARCO LEGISLATIVO

Las normas del régimen de ayudas a la promoción están recogidas en 4 textos legislativos diferentes (reglamento de base, acto delegado, acto de aplicación y programa de trabajo anual).

A continuación, se enumeran **todos los textos legislativos pertinentes**. Para una versión más fácil de usar, consulte la [presentación sinóptica](#) y la [infografía sobre la reforma](#) disponibles en línea.

REGULACIÓN BÁSICA

[Reglamento \(UE\) nº 1144/2014](#) sobre acciones de información y promoción de los productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países

ACTOS DELEGADOS Y DE EJECUCIÓN

[Reglamento Delegado de la Comisión \(UE\) nº 1829/2015](#)

[Reglamento de Ejecución \(UE\) nº 1831/2015 de la Comisión](#)

PROGRAMA DE TRABAJO ANUAL

ACTUALIZADO

[Decisión de Ejecución de la Comisión del 15.12.2021](#) sobre la adopción del programa de trabajo para **2022** en el marco de las medidas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y terceros países.

Anexos:

1. **Anexo 1: define las prioridades del programa;**
2. **Anexos 2 y 3:** especifican los **criterios de** presentación y evaluación de las propuestas de proyectos (elegibilidad, exclusión, selección y adjudicación).

El **programa de trabajo anual** ha sido introducido por la reforma para tener en cuenta de los cambios en relación con las oportunidades de mercado y las prioridades identificadas. Este documento permite adaptar el marco jurídico de cada año en función de las necesidades del sector. Definido con la participación de las partes interesadas y de los Estados miembros, el programa de trabajo anual:

www.arepoquality.eu

Secretario General: secgen@arepoquality.eu ; + 33 (0) 6 10 13 11 89
Oficina de representación en Bruselas: policyofficer@arepoquality.eu ; + 32 (0) 4 86 60 54 62

- Define las prioridades y la asignación de recursos;
- Define los criterios de elegibilidad, exclusión, selección y de adjudicación.

El programa de trabajo anual para 2022 fue adoptado el 15 de diciembre de 2021. Se dispondrá de un total de **185,9 millones de euros para los programas de promoción seleccionados para la cofinanciación de la UE en 2022.**

Casi la mitad del presupuesto (86 millones de euros) se dedicará a **campañas que se ajusten más directamente a las ambiciones del Pacto Verde Europeo y, en particular, a la estrategia "de la granja a la mesa" y al plan europeo de lucha contra el cáncer.** Se da prioridad a los programas que promueven los **productos ecológicos, la agricultura sostenible** y la comunicación sobre la iniciativa ciudadana europea **"Fin de la era de las jaulas"**.

En lo que respecta a las campañas en países fuera de la UE, se incluyen programas dirigidos a países con gran potencial de crecimiento como Corea del Sur, Japón, México y Canadá. Además, los programas también deben **informar a los consumidores sobre los distintos sistemas de calidad de la UE** o promover las elevadas normas de seguridad y calidad de la UE, así como la diversidad y autenticidad de los productos europeos.

El programa de trabajo 2022 establece las siguientes **prioridades** para los programas simples y múltiples (véase la figura 2 para el desglose presupuestario entre las diferentes prioridades):

Mercado interior	
SIMPLE	<p>1. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-EU QS (Topic 1) Programas de información y promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión definidos en el artículo 5, apartado 4, letras a) y c), del Reglamento (UE) nº 1144/2014</p>
	<p>2. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-ORGANIC (Topic 2) Programas de información y promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento del régimen de calidad de la Unión sobre los métodos de producción ecológica, tal como se define en el artículo 5, apartado 4, letra b), del Reglamento (UE) nº 1144/2014</p>
	<p>3. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-SUSTAINABLE (Topic 3) Programas de información y promoción destinados a aumentar la concienciación sobre la agricultura sostenible de la UE y el bienestar de los animales</p>
	<p>AGRIP-SIMPLE-2022-IM-FRESH FRUIT AND VEGETABLES (Topic 4) Programas de información y promoción destinados a aumentar el consumo de frutas y hortalizas frescas en el mercado interior en el marco de unas prácticas alimentarias equilibradas y saludables. Los productos elegibles en este tema son los que figuran en la parte IX y los plátanos frescos en la parte XI del anexo I del Reglamento (UE) nº 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo.</p>
	<p>4. AGRIP-SIMPLE-2022-IM-CHARACTERISTICS (Topic 5) Programas de información y promoción destinados a destacar las especificidades de los métodos de cultivo en la Unión y las características de los productos agrícolas y alimenticios europeos, así como los regímenes de calidad definidos en el artículo 5, apartado 4, letra d), del Reglamento (UE) nº 1144/2014</p>
Mercados de terceros países	
	<p>5. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ASIA (Topic 6)</p>

Programas de información y promoción dirigidos a uno o varios de los siguientes países: China (incluidos Hong Kong y Macao), Japón, Corea del Sur, Taiwán, Sudeste Asiático o Asia Meridional

6. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-AMERICAS (Topic 7)

Programas de información y promoción dirigidos a uno o varios de los siguientes países: Canadá, Estados Unidos o México

7. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-OTHERS (Topic 8)

Programas de información y promoción dirigidos a otras zonas geográficas

8. AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE (Topic 9)

Programas de información y promoción de los productos ecológicos en el marco del régimen de calidad de la Unión, tal como se define en el artículo 5, apartado 4, letra b), del Reglamento (UE) nº 1144/2014, en cualquier tercer país o países

O

Programas de información y promoción destinados a dar a conocer la agricultura sostenible de la UE y el bienestar de los animales en cualquier tercer país

Alteración del mercado/ofertas adicionales

Mercado interior

MULTI

1. AGRIP-MULTI-2022-IM (Topic 1)

Programas de información y promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión a los que se refiere el artículo 5, apartado 4, letras a) y c), del Reglamento (UE) nº 1144/2014

O

Programas de información y promoción que pongan de relieve las especificidades de los métodos de cultivo en la Unión y las características de los productos agroalimentarios de la UE y los regímenes de calidad a los que se refiere el artículo 5, apartado 4, letra d), del Reglamento (UE) nº 1144/2014

2. AGRIP-MULTI-2022-IM-ORGANIC (Topic 2)

Programas de información y promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento del sistema de calidad de la Unión sobre los métodos de producción ecológica, tal como se define en el artículo 5, apartado 4, letra b), del Reglamento (UE) nº 1144/2014

3. AGRIP-MULTI-2022-IM-SUSTAINABLE (Topic 3)

Programas de sensibilización sobre la agricultura sostenible de la UE y el bienestar de los animales

4. AGRIP-MULTI-2022-IM-FRESH FRUIT AND VEGETABLES (Topic 4)

Programas de información y promoción destinados a aumentar el consumo de frutas y hortalizas frescas en el mercado interior en el marco de unas prácticas alimentarias equilibradas y saludables.

Los productos elegibles en este tema son los enumerados en la parte IX y los plátanos frescos en la parte XI del anexo I del Reglamento (UE) nº 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo.

Mercados de terceros países

1. AGRIP-MULTI-2022-TC-ALL (Topic 5)

Programas de información y promoción dirigidos a cualquier tercer país

5. AGRIP-MULTI-2022-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE (Topic 6)

	<p>Programas de información y promoción de los productos ecológicos en el marco del régimen de calidad de la Unión, tal como se define en el artículo 5, apartado 4, letra b), del Reglamento (UE) nº 1144/2014, en cualquier tercer país o países</p> <p>O</p> <p>Programas de información y promoción que den a conocer la agricultura sostenible de la UE y el bienestar de los animales en cualquier tercer país</p>
Alteración del mercado/ofertas adicionales	

Figura 1 Prioridades para las acciones de información y promoción para los programas simples y múltiples en el programa de trabajo 2022.

CONVOCATORIA DE PROPUESTAS 2022

ACTUALIZADO

[Vea la presentación del Infoday en las llamadas 2022.](#)

El programa de trabajo se ejecuta a través de convocatorias de propuestas para programas únicos y múltiples, publicadas cada año, en las que se describen detalladamente los diferentes tipos de regímenes de financiación disponibles y los procedimientos a seguir.

- Hay una convocatoria de propuestas al año para programas simples y otra para programas múltiples;
- En caso de que se produzcan graves alteraciones en el mercado, existe la posibilidad de que se realicen licitaciones adicionales.

Las convocatorias de 2022 se publicaron el 20 de enero, dentro del nuevo Marco Financiero Plurianual, y la fecha límite para la presentación de propuestas de proyectos es el 21 de abril de 2022, a las 17:00 CET (Bruselas).

[Convocatorias de propuestas para programas simples](#) (todos los idiomas de la UE); [guía del programa](#) y [guía de presentación para los programas simples AGRIP \(ES\)](#)

[Convocatorias de propuestas para programas múltiples](#) (en todos los idiomas de la UE); [guía del programa \(ES\)](#)

Tenga en cuenta que la anterior "guía para solicitantes" se llama ahora "guía de programas", y abarca tanto los programas simples como los múltiples.

PRESUPUESTO Y COFINANCIACIÓN

ACTUALIZADO

El importe total de los programas de información y promoción que se asignarán en 2022 es de **185,9 millones de euros**. Esta cantidad se divide entre programas individuales (89.000.000 euros) y multiprogramas (87.400.000 euros) y se divide de la siguiente manera de acuerdo a las diferentes prioridades:

PROGRAMAS SIMPLES	€ 89 M
MERCADO INTERIOR	€42.1 M
<u>Topic 1</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-EU QS	€ 5 M
<u>Topic 2</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-ORGANIC	€ 14 M
<u>Topic 3</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-SUSTAINABLE	€ 8 M
<u>Topic 4</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-FRESH FRUIT AND VEGETABLES	€ 9.1 M
<u>Topic 5</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-IM-CHARACTERISTICS	€ 6 M
MERCADO DE TERCEROS PAÍSES	€ 41.9 M
<u>Topic 6</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ASIA	€ 16.3 M
<u>Topic 7</u> - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-AMERICAS	€ 8.3 M

Topic 8 - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-OTHERS	€ 12.3 M
Topic 9 - AGRIP-SIMPLE-2022-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE	€ 5 M
PERTURBACIÓN DEL MERCADO/CONVOCATORIA DE PROPUESTAS ADICIONAL	€ 5 M
PROGRAMAS MÚLTIPLES	€87.4 M
MERCADO INTERIOR	€43.2 M
Topic 1 - AGRIP-MULTI-2022-IM	€ 4.2 M
Topic 2 - AGRIP-MULTI-2022-IM-ORGANIC	€ 18 M
Topic 3 - AGRIP-MULTI-2022-IM-SUSTAINABLE	€ 12 M
Topic 4 - AGRIP-MULTI-2022-FRESH FRUIT AND VEGETABLES	€ 10 M
TERCEROS PAÍSES	€ 39.2 M
Topic 5 - AGRIP-MULTI-2022-TC-ALL	€ 25.2 M
Topic 6 - AGRIP-MULTI-2022-TC-ORGANIC	€ 13 M
PERTURBACIÓN DEL MERCADO/CONVOCATORIA DE PROPUESTAS ADICIONAL	€ 5 M
INICIATIVAS PROPIAS DE LA COMISIÓN	€ 9,5 M
TOTAL DE ACCIONES DE PROMOCIÓN	€ 185,9 M

Figura 2. El programa de trabajo anual para el 2022. Asignación indicativa del presupuesto y prioridades para la cofinanciación. Los temas en verde contribuyen a las prioridades establecidas con el Green Deal y la estrategia De la Granja a la mesa.

La tasa de cofinanciación de la UE es del **70% para los programas simples, 80% para los múltiples y para los programas dirigidos a terceros países, 85% para los programas finalizados a responder a perturbaciones graves del mercado**. Además, hay la posibilidad de aumentar la cofinanciación de hasta **5 puntos porcentuales** para los beneficiarios de los Estados miembros que reciben ayuda financiera.

El resto tendrá que estar financiado exclusivamente por la organización solicitante, que no puede recibir financiación del Estado miembro en el mismo programa de promoción candidato a la cofinanciación de la UE.

	SIMPLES		MÚLTIPLES
	Mercado interior	Terceros países	Mercado interior y terceros países
	70%	80%	80%
<i>5% top-up para las organizaciones solicitantes de un EM bajo asistencia financiera</i>	75%	85%	85%
<i>En caso de perturbaciones graves de mercado (programa simple)</i>	85%		85%

Figura 3. Tasa máxima de cofinanciación de la UE para los costes subvencionables.

PRINCIPIOS GENERALES DE FINANCIACIÓN

- Co-financiación: es necesario **contar con sus propios recursos financieros** para contribuir a los costos de proyecto;
- Non-profit: la subvención **no puede tener por objeto o efecto producir beneficio alguno** para los participantes;
- No retroactividad: es posible obtener cofinanciación **sólo para los costes incurridos después de la fecha de inicio** establecida en el grant agreement;
- No acumulativa: a cada acción sólo puede concederse **una subvención** para cada beneficiario.

¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD PARA LAS ORGANIZACIONES PROPONENTES?

TIPOLOGIA DE ORGANIZACIÓN	
PROGRAMAS SIMPLES	PROGRAMAS MÚLTIPLES
Las propuestas pueden ser presentadas por:	Las propuestas pueden ser presentadas por:
Una o más de las siguientes organizaciones de un mismo Estado miembro:	1. Al menos dos de las siguientes organizaciones de al menos dos Estados miembros diferentes:
<ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones profesionales o interprofesionales establecidas en un Estado miembro y que sean representativas del sector, incluidos los grupos de productores y transformadores activos en el sector de las indicaciones geográficas; • Organizaciones de productores o asociaciones de organizaciones de productores reconocidas por los Estados miembros; • Organismos del sector agroalimentario que tienen como objetivo proporcionar información sobre los productos agrícolas y promocionarlos. 	
	2. Una o varias organizaciones profesionales o interprofesionales de la Unión.

Figura 4. Lista de organizaciones que pueden solicitar cofinanciación para programas únicos y múltiples

Representatividad: Una organización profesional o interprofesional se considera **representativa**

- si representa al menos el 50% de los **productores**, o el **50% del volumen o del valor de la producción comercializable** del producto o del sector en cuestión, a nivel del Estado miembro en el que está establecido o a nivel de la UE;
- si es una **organización interprofesional reconocida por un Estado miembro.**

Criterios de selección: La organización proponente debe disponer de los recursos técnicos, financieros y profesionales necesarios para ejecutar el programa de forma eficaz.

Países elegibles: Para recibir ayuda financiera de la UE para un programa de promoción, ya sea como coordinador o beneficiario, la organización debe **tener su sede legal en uno de los Estados miembros de la UE.**

¿QUÉ PRODUCTOS Y SISTEMAS SON ELEGIBLES?

UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN PUEDE ABARCAR LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

1. Productos enumerados en [el anexo I del TFUE](#), excluyendo el tabaco;

2. Los **siguientes productos procesados**: cerveza, chocolate y productos derivados, panadería, confitería o galletas, bebidas elaboradas con extractos de plantas, pasta, sal, gomas y resinas naturales, pasta de mostaza, maíz, algodón;
3. **Aguardiente con indicación geográfica protegida**;
4. **Vinos con DOP o IGP** y vinos con indicación de la **variedad de uva de vinificación**; en el caso de los programas simples, el vino debe estar asociado a uno o varios productos diferentes;
5. **Los productos de la pesca** si están asociados a uno o más productos.

UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN PUEDE ABARCAR LOS SIGUIENTES ESQUEMAS DE CALIDAD:

- **Sistemas de calidad de la UE** (DOP, IGP, ETG);
- El **logotipo de la UE sobre el método de producción ecológica**;
- El **logotipo RUP de la UE** para las regiones ultraperiféricas;
- **Sistemas nacionales de calidad, siempre que** las imágenes cumplan con las normas de origen.

Un programa que abarque un régimen de calidad puede complementarse con uno o varios productos. En el mercado interior, estos productos deben aparecer en un mensaje separado del mensaje principal de la Unión.

¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES SUBVENCIONABLES?

1. Gestión de proyectos;
2. Estrategia (estrategia de comunicación, definición de la identidad visual de la campaña);
3. Relaciones públicas (actividades de relaciones públicas, eventos de prensa);
4. Sitio web, medios sociales (configuración del sitio web, actualización, mantenimiento, medios sociales -creación de cuentas, actualización periódica-, otras actividades -desarrollo de aplicaciones para teléfonos inteligentes, plataformas de aprendizaje electrónico, seminarios web, etc.-);
5. Publicidad (impresa, TV, radio, online, exterior, cine);
6. Herramientas de comunicación (publicaciones, kits de medios, artículos promocionales, vídeos promocionales);
7. Eventos (stands en ferias, seminarios, talleres, reuniones B2B, cursos de formación para comerciantes/cocineros, actividades en colegios, patrocinio de eventos, viajes de estudio a Europa);
8. Punto de venta (TPV), promoción (jornadas de degustación, otros: promoción en publicaciones de minoristas, publicidad en TPV).

¿CUÁLES SON LOS COSTES ADMISIBLES?

Se consideran admisibles los gastos incurridos por la organización solicitante durante la ejecución del programa, con la excepción de los gastos relativos a los informes finales y a la evaluación del programa.

Se consideran admisibles para la financiación las siguientes categorías de la UE:

1. Los costes relativos a una **garantía por adelanto** de un banco o de una institución financiera y presentados por la organización proponente;
2. Los costes relativos a los **controles externos**, si necesarios para apoyar las solicitudes de pago;
3. Los **gastos de personal**, limitados a los salarios, a los cargos sociales y a otros costes incluidos en la remuneración del personal a cargo de la ejecución del programa;

4. **Impuesto sobre el valor añadido**, si no es recuperable en virtud de la legislación fiscal nacional y si es pagado por un beneficiario que no es un sujeto pasivo;
5. El coste de los **estudios** para evaluar los resultados de las acciones de promoción e información;
6. Los **costes indirectos elegibles** deben ser determinados aplicando un tipo fijo del 4% del total de los costes directos elegibles para el personal de la organización solicitante.

INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

NUEVO

Cada propuesta se evaluará según los criterios y subcriterios establecidos en el Anexo I de la Guía del Programa. Para seguir siendo coherentes con las prioridades de las políticas de la UE sobre producción y consumo sostenibles, se han actualizado los criterios de adjudicación. En los criterios de **Pertinencia**, se tendrá en cuenta **un nuevo apartado a la hora de evaluar la calidad de las propuestas**:

*(b) Contribución del proyecto de información y promoción propuesto a los **objetivos de la ambición climática y medioambiental de la PAC, del "Green Deal" y de la estrategia "de la granja a la mesa"**, en particular en lo que respecta a la **sostenibilidad de la producción y el consumo**; en el caso de las propuestas dirigidas al mercado interior, **alineación con los objetivos del plan europeo "Vencer el cáncer"**, en particular fomentando un cambio hacia una dieta más basada en las plantas, con menos carne roja y procesada y otros alimentos vinculados a los riesgos de cáncer (por ejemplo, las bebidas alcohólicas).*

Para cada proyecto presentado en cada tema, habrá una evaluación de su contribución real a la ambición climática y medioambiental de la PAC, en particular en lo que se refiere a la sostenibilidad de la producción y el consumo (Green Deal y estrategia Farm to fork). En el caso de los proyectos ejecutados en el mercado interior, toda la información visual y el material promocional utilizados deben **incluir una referencia a las Guías Alimentarias Nacionales (GDA) del Estado o Estados miembros de destino** para el producto o productos promocionados.

¿CÓMO PREPARAR Y PRESENTAR UNA PROPUESTA?

ACTUALIZADO

Las propuestas sólo pueden presentarse electrónicamente a través del [Área Única de Intercambio de Datos Electrónicos \(SEDIA\) del Portal de Financiación y Licitaciones](#). El guía para la presentación de propuestas de programa y todos los documentos necesarios están disponibles en el portal de Financiación y Licitaciones.

DOCUMENTOS IMPORTANTES

1. [Programa de trabajo](#) de 2022 y [anexos](#)
2. Convocatorias de propuestas para programas [simples](#) y [múltiples](#)
3. [Guía de programas](#), para programas simples y múltiples
4. [Modelo de convenio de subvención](#) para beneficiarios únicos y múltiples
5. [FAQ - política de promoción](#): página web de REA y DG AGRI

[Vea la presentación de Infoday 2022 sobre cómo preparar y presentar una propuesta](#)

[Vea la infografía sobre el ciclo de vida de los programas de promoción de los productos agrícolas de la UE](#)

RÉGIMEN LINGÜÍSTICO

En principio, las propuestas de proyectos pueden presentarse en **cualquiera de las lenguas oficiales de la UE**. Sin embargo, la propuesta será evaluada por tres expertos independientes que deberán ser capaces de leer la propuesta, por lo que como requisito mínimo **también** deberá estar disponible en inglés.

- Especialmente para los **programas múltiples** seleccionados y gestionados por REA, se invita a los solicitantes a presentar su propuesta en inglés para facilitar la tramitación de la solicitud.
- En el caso de los **programas simples** seleccionados por REA pero gestionados por el Estado miembro solicitante, se invita a las organizaciones solicitantes a presentar su propuesta **en la lengua de su Estado miembro de origen**, a menos que el Estado miembro en cuestión haya indicado su acuerdo para firmar el acuerdo de subvención en inglés.

CONTACTOS

ACTUALIZADO

SERVICIO DE ASISTENCIA INFORMÁTICA Y REA

A partir del 1 de abril de 2021, la **Agencia Ejecutiva de Investigación Europea-AEI (REA)** gestiona la aplicación de la política de promoción de productos agrícolas de la UE.

Si tiene preguntas sobre las herramientas de presentación en línea, puede ponerse en contacto con el [servicio de asistencia informática](#) a través del [Portal de Financiación y Licitación](#).

Para las preguntas no relacionadas con la informática, hay un servicio de asistencia en la **REA** que está disponible los días laborables de 9.30 a 12.00 y de 14.00 a 17.00. El servicio de asistencia no está disponible los fines de semana ni los días festivos.

Nueva dirección de correo electrónico de la CE dedicada a la agropromoción:

AGRI-PROMOTION@ec.europa.eu

Consultas de los solicitantes de proyectos y contratistas sobre el programa "Promoción de productos agrícolas": REA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu

Dirección de correo electrónico de REA: Rea-agri-grants@ec.europa.eu

[Contactos de REA](#)

[PORTAL F&T FAQ](#) - Presentación de propuestas

AUTORIDADES COMPETENTES EN LOS ESTADOS MIEMBROS

Aunque los EM ya no participan en el procedimiento de selección, sí lo hacen en la gestión de los programas simples.

Los **Estados miembros** interesados publican en sus [páginas web nacionales](#) información sobre la política de promoción y, en particular, sobre los **programas simples**.

Consulte en este enlace la [lista de autoridades competentes de los Estados miembros encargadas de aplicar la política de promoción](#) en virtud del Reglamento (UE) No 1144/2014.

PORTAL REA PARA LA PROMOCIÓN

REA ha creado un portal enteramente dedicado a la política de promoción: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0_en

En el portal puede encontrar [estadísticas de mercado](#), información sobre las [oportunidades de financiación](#) en el marco de la política de promoción y también puede [buscar un socio](#).



[Consulte la página web de REA para saber más sobre las **herramientas de apoyo disponibles** para los solicitantes.](#)

OTROS ENLACES ÚTILES

ACTUALIZADO

[Página web de la Comisión](#)

[Página web de REA](#)

[Infoday 2022 vídeos y presentaciones](#)

[FAQ - política: página web de REA y DG AGRI](#)

[FAQ - presentación en línea: Portal de financiación y licitación](#)

[Presentación sinóptica](#)

[Lista de campañas aprobadas en el pasado](#)