

LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN PARA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS

Programa de trabajo de 2024

Descripción del programa

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
LA NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN: ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES NOVEDADES?	2
EL MARCO LEGISLATIVO	ACTUALIZADO 2
PRESUPUESTO Y COFINANCIACIÓN	ACTUALIZADO 5
¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE ADMISIBILIDAD DE LOS SOLICITANTES?	7
¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS Y LOS RÉGIMENES ADMISIBLES?	8
¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES ADMISIBLES?	8
¿CUÁLES SON LOS COSTES ADMISIBLES?.....	8
INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.....	8
¿COMO PREPARAR Y PRESENTAR UNA PROPUESTA DE PROGRAMA DE PROMOCIÓN?	ACTUALIZADO 9
CONTACTOS.....	ACTUALIZADO 10
ENLACES.....	ACTUALIZADO 10

INTRODUCCIÓN

La Política de Promoción de la UE ayuda a los profesionales del sector agroalimentario de la UE para financiar campañas de información y promoción.

Basada en la estrategia establecida a nivel europeo con el eslogan 'Enjoy, it's from Europe', la política tiene como objetivo apoyar a los profesionales del sector para que puedan acceder a los mercados internacionales y aumentar la conciencia de los consumidores de los esfuerzos realizados por los agricultores europeos para proporcionar productos de calidad.

¿QUIÉN PUEDE PARTICIPAR?

1. **Organizaciones profesionales o interprofesionales** representativas del sector;
2. **Organizaciones de productores o asociaciones de organizaciones de productores** reconocidas por los Estados miembros;
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.

Un programa debe ser implementado en un período de **al menos un año y no más de tres años**.

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 más organizaciones solicitantes del mismo Estado miembro. Debe implementarse en al menos dos Estados miembros o en uno a condición que sea diferente del Estado de origen de la organización solicitante.

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

PROGRAMA SIMPLE
EXCEPCIÓN PARA SISTEMAS DE CALIDAD:
se puede elegir de implementar una campaña en el Estado miembro de origen de la organización solicitante, sin tener que implementarla en un segundo Estado miembro.

¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN?

La política de información y promoción tiene como objetivo de **reforzar la competitividad del sector agrícola de la Unión**:

- a) Aumentando el nivel de **conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas e de los estándares** de producción de la UE;
- b) **Aumentando la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión** tanto dentro como fuera de la Unión;
- c) Incrementando el **conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión**;
- d) **Aumentando la cuota de mercado de los productos agrícolas de la Unión**, prestando especial atención a los mercados de terceros países con mayor potencial de crecimiento;
- e) **Restableciendo las condiciones normales de mercado** en caso de perturbaciones graves del mercado.

LA NUEVA POLÍTICA DE PROMOCIÓN: ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES NOVEDADES?

El nuevo reglamento, entrado en vigor el 1 de diciembre de 2015, tiene un alcance de aplicación y un presupuesto mayores y se llevará a cabo en el mercado interior y en terceros países.

El nuevo reglamento prevé un **aumento progresivo de los recursos disponibles** desde 61 millones planeados para el 2014 hasta 200 millones en el 2020.

Bajo las nuevas reglas, desaparece la cofinanciación nacional, pero **se ha elevado el porcentaje de cofinanciación de la UE al 70% en el caso de los programas simples, al 80% para los programas múltiples en el mercado interior y en terceros países** y al 85% para las medidas en situación de crisis.

Además, el nuevo reglamento define la **promoción de los sistemas de calidad como una prioridad fundamental**, con el fin de mejorar el conocimiento de los consumidores sobre las ventajas 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 que regulan el régimen de ayudas para la promoción están contenidas en cuatro textos legislativos diferentes (reglamento de base, acto delegado, acto de ejecución y programa de trabajo anual).

A continuación se enumeran **todos los textos legislativos pertinentes**.

REGLAMENTO DE BASE

[Reglamento \(UE\) n. 1144/2014](#) sobre acciones de información y promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y terceros países

ACTOS DELEGADOS Y DE EJECUCIÓN

[Reglamento Delegado \(UE\) n. 1829/2015 de la CE](#) y [Reglamento de Ejecución \(UE\) n. 1831/2015 de la CE](#)

PROGRAMA DE TRABAJO ANUAL

ACTUALIZADO

[Decisión de Ejecución de la Comisión del 14.11.2023](#) sobre la adopción del programa de trabajo para **2024** en el marco de las medidas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y terceros países.

Anexos: **Anexo 1: define las prioridades del programa; Anexos 2 y 3:** criterios para la presentación y evaluación de propuestas de proyectos (elegibilidad, exclusión, selección, 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:

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

El programa de trabajo anual para 2024 se adoptó el 14 de noviembre de 2023. **Se dispondrá de un total de 185,9 millones de euros, repartidos entre la promoción en el mercado interior de la UE (81,3 millones de euros) y en terceros países (85,1 millones de euros).**

Se espera que las campañas de 2024 presenten **productos procedentes de prácticas agrícolas sostenibles**, que contribuyan a reducir la dependencia de pesticidas y antimicrobianos, minimizar la fertilización y la contaminación del agua, reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, potenciar la agricultura

ecológica y mejorar el bienestar animal. **62 millones de euros se destinarán específicamente a estos productos agroalimentarios producidos de forma sostenible, incluidos 42 millones para productos ecológicos.** Uno de los resultados previstos es aumentar el reconocimiento del logotipo ecológico de la UE y el consumo de productos ecológicos, en consonancia con el plan de acción de la UE para la producción ecológica.

Otro objetivo es aumentar el conocimiento de los regímenes de calidad de la UE y de los productos registrados como DOP, IGP y ETG.

En el programa de trabajo para 2024 se destinarán más de 18 millones de euros a la promoción de frutas y hortalizas frescas, cuyo consumo en el contexto de una dieta equilibrada sigue siendo también una piedra angular de la política de promoción de la UE.

En general, las actividades de promoción dirigidas a los consumidores del mercado interior deben hacer referencia a las directrices dietéticas del Estado o Estados miembros destinatarios y ajustarse a ellas.

En cuanto a **las campañas en países no pertenecientes a la UE**, incluye programas dirigidos a países con gran potencial de crecimiento, como China, Japón, Corea del Sur, Singapur y Norteamérica. El Reino Unido sigue siendo uno de los principales mercados de exportación de los productos agroalimentarios de la UE, ya que absorbe más del 20% de las exportaciones de la UE²⁷.

El **programa de trabajo 2024** establece las siguientes prioridades para las acciones de información y promoción (véase la **figura 2** para el desglose del presupuesto entre las diferentes prioridades):

SIMPLES	Mercado interior
	<p>1. AGRIP-SIMPLE-2024-IM-EU QS (Topic 1) Programas de suministro 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-2024-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 el método 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-2024-IM-SUSTAINABLE (Topic 3) Programas de sensibilización sobre la agricultura sostenible de la Unión y el papel del sector agroalimentario en la acción climática y el medio ambiente</p>
	<p>4. AGRIP-SIMPLE-2024-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 contexto de unas prácticas alimentarias equilibradas y adecuadas</p>
	<p>5. AGRIP-SIMPLE-2024-IM-CHARACTERISTICS (Topic 5) Programas de información y promoción destinados a poner de relieve las especificidades de los métodos agrícolas de la Unión y las características de los productos agrícolas y alimentarios 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>6. AGRIP-SIMPLE-2024-TC-ASIA (Topic 6) 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, el sudeste asiático o el sur de Asia</p>
<p>7. AGRIP-SIMPLE-2024-TC-AMERICAS (Topic 7) Programas de información y promoción dirigidos a uno o varios de los siguientes países: Canadá, Estados Unidos o México</p>	
<p>8. AGRIP-SIMPLE-2024-TC-OTHERS (Topic 8)</p>	

	<p>Programas de información y promoción dirigidos a otras zonas geográficas</p> <p>9. AGRIP-SIMPLE-2024-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 definido 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 aumentar la concienciación sobre la agricultura sostenible y el bienestar animal de la Unión en terceros países.</p>
Perturbación del mercado/convocatoria de propuestas adicional	
MÚLTIPLES	Mercado interior
	<p>1. AGRIP-MULTI-2024-IM (Topic 1) Programas de suministro de información y promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión mencionados en el artículo 5, apartado 4, letras a) y c), del Reglamento (UE) nº 1144/2014</p> <p>2. AGRIP-MULTI-2024-IM-ORGANIC (Topic 2) Programas de información y promoción destinados a aumentar el conocimiento y el reconocimiento del régimen de calidad de la UE sobre el método 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-MULTI-2024-IM-SUSTAINABLE (Topic 3) Programas de sensibilización sobre la agricultura sostenible de la Unión y el papel del sector agroalimentario en la acción climática y el medio ambiente</p> <p>4. AGRIP-MULTI-2024-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 contexto de unas prácticas alimentarias equilibradas y adecuadas</p>
	Mercados de terceros países
	<p>5. AGRIP-MULTI-2024-TC-ALL (Topic 5) Programas de información y promoción dirigidos a terceros países</p> <p>6. AGRIP-MULTI-2024-TC-ORGANIC OR SUSTAINABLE (Topic 6) Programas de información y promoción de los productos ecológicos en el marco del régimen de calidad de la Unión definido 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 aumentar la concienciación sobre la agricultura sostenible y el bienestar animal de la Unión en terceros países.</p>
Perturbación del mercado/convocatoria de propuestas adicional	

Figura 1. Prioridades para las acciones de información y promoción para los programas simples y múltiples en el programa de trabajo 2024.

CONVOCATORIA DE PROPUESTAS 2024

ACTUALIZADO

[Consultar la presentación del Infoday sobre las convocatorias de propuestas 2024.](#)

El programa de trabajo se implementa a través de la publicación de convocatorias de propuestas para programas simples y múltiples, que detallan los tipos de fondos disponibles y los procedimientos a seguir.

Se prevé la publicación de una convocatoria de propuestas cada año para los programas simples y una para los múltiples. Convocatorias adicionales serán publicadas en caso de perturbaciones graves del mercado.

Las convocatorias de propuestas para el 2024 han sido publicadas el 18 de enero y la fecha límite para presentar las propuestas de proyectos es el 14 de mayo de 2023 a las 17:00 (CET).

[Pulse aquí para ver la lista de las 9 convocatorias de propuestas de programas simples.](#)

[Convocatoria para programas simples](#); [guía de programas](#) (ES) y [Guía para la presentación de propuestas en el portal de Financiación y licitaciones](#) (ES).

[Pulse aquí para ver la lista de las 9 convocatorias de propuestas de programas múltiples.](#)

[Convocatoria para programas múltiples](#) (EN) y [guía de programas](#) (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 monto total concedido para la cofinanciación de los programas de información y promoción asciende a € **185.9 millones**. Esta dotación se reparte entre programas simples (81,3 millones de euros) y multiprogramas (85,1 millones de euros) y se asigna de la siguiente manera según varias prioridades:

PROGRAMAS SIMPLES	€ 92 M
MERCADO INTERIOR	€ 41,1 M
AGRIP-SIMPLE-2024-IM-EU QS Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness and recognition of Union quality schemes	€ 7 M
AGRIP-SIMPLE-2024-IM-ORGANIC Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness and recognition of Union quality scheme on organic production	€ 14 M
AGRIP-SIMPLE-2024-IM- SUSTAINABLE Programmes increasing the awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare	€ 6 M
AGRIP-SIMPLE-2024-IM-FRESH FRUITS AND VEGETABLES Information provision and promotion programmes aiming at increasing the consumption of fresh fruit and vegetables in the internal market in the context of balanced and healthy dietary practices	€ 9,1 M
AGRIP-SIMPLE-2024-IM-CHARACTERISTICS Information provision and promotion programmes aiming at highlighting the specific features of agricultural methods in the Union and the characteristics of European agricultural and food products, and quality schemes	€ 5 M
MERCADOS DE TERCEROS PAÍSES	€ 45,9 M
AGRIP-SIMPLE-2024-TC-ASIA Information provision and promotion programmes targeting one or more of the following countries: China (including Hong-Kong and Macao), Japan, South Korea, Taiwan, South-eastern Asia or Southern Asia	€ 16,3 M
AGRIP-SIMPLE-2024-TC-AMERICAS Information provision and promotion programmes targeting one or more of the following countries: Canada, USA or Mexico	€ 9,3 M
AGRIP-SIMPLE-2024-TC-OTHERS Information provision and promotion programmes targeting other geographical areas (+3 M más que en 2023)	€ 15,3 M
AGRIP-SIMPLE-2024-TC-ORGANICS OR SUSTAINABLE Information provision and promotion programmes concerning organic products under Union quality scheme OR information provision and promotion programmes aiming at increasing awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare in any third country/ies	€ 5 M
PERTURBACIÓN DEL MERCADO/CONVOCATORIA DE PROPUESTAS ADICIONAL	€ 5 M
PROGRAMAS MULTIPLES	€ 84,4 M

MERCADO INTERIOR	€ 40,2 M
AGRIP-MULTI-2024-IM Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness and recognition of Union quality schemes OR information provision and promotion programmes highlighting the specific features of agricultural methods in the Union and the characteristics of EU agri-food products, and quality schemes	€ 4,2 M
AGRIP-MULTI-2024-IM-ORGANIC Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness and recognition of Union quality scheme on organic production (-1 M que en 2023)	€ 13 M
AGRIP-MULTI-2024-IM- SUSTAINABLE Programmes increasing the awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare	€ 14 M
AGRIP-MULTI-2024-IM-FRESH FRUITS AND VEGETABLES Information provision and promotion programmes aiming at increasing the consumption of fresh fruit and vegetables in the internal market in the context of balanced and healthy dietary practices (-1 M que en 2023)	€ 9 M
MERCADOS DE TERCEROS PAÍSES	€ 39,2 M
AGRIP-MULTI-2024-TC-ALL Information provision and promotion programmes targeting any third country(ies)	€ 29,2 M
AGRIP-MULTI-2024-TC-ORGANICS OR SUSTAINABLE Information provision and promotion programmes concerning organic products under Union quality scheme OR information provision and promotion programmes aiming at increasing awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare in any third country/ies (-1 M que en 2023)	€ 10 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 2024. Asignación indicativa del presupuesto y prioridades para la cofinanciación.

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 costos elegibles.

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 ADMISIBILIDAD DE LOS SOLICITANTES?

TIPOLOGÍA 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 más organizaciones profesionales o interprofesionales de la UE.

Figura 4. Listado de las organizaciones elegibles para postular para la cofinanciación para los programas simples y múltiples.

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

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

Criterios de selección: La organización solicitante debe tener los recursos técnicos, financieros y profesionales necesarios para llevar a cabo el programa de manera eficaz.

Países elegibles: Para recibir la ayuda financiera de la UE para un programa de promoción, como coordinador o beneficiario, la organización debe **tener su domicilio legal en un Estado miembro de la UE.**

¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS Y LOS REGÍMENES ADMISIBLES?

UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN PUEDE CUBRIR LOS SIGUIENTES PRODUCTOS:

1. Los productos agrícolas que se enumeran en el anexo I del TFUE, con exclusión del tabaco;
2. **Los siguientes productos procesados:** cerveza, chocolate y productos derivados, productos de pan, pastelería, confitería, bebidas a base de extractos de plantas, pastas, sal, gomas naturales y resinas, pasta de mostaza, maíz, algodón;
3. Las **bebidas espirituosas con indicación geográfica protegida;**
4. Los **vinos DOP o IGP** y los vinos con **indicación de variedad de uva de vinificación;** en el caso de los programas simples, el vino debe estar asociado con uno o más productos diferentes;
5. Los **productos de la pesca** si asociados con uno o más productos.

UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN PUEDE CUBRIR LOS SIGUIENTES REGÍMENES DE CALIDAD:

- Los **regímenes de calidad de la UE** (DOP, IGP, ETG);
- El **logo de la UE sobre la producción ecológica;**
- El **logo RUP de la UE** para las regiones ultra periféricas;
- Los **sistemas nacionales de calidad**, siempre y cuando las imágenes cumplan con las reglas de origen.

Un programa que abarca un régimen de calidad puede ser integrado por uno o más productos. En el mercado interior estos productos deben aparecer en un mensaje secundario respecto al mensaje principal de la Unión.

¿CUÁLES SON LAS ACTIVIDADES ADMISIBLES?

1. Gestión del proyecto;
2. Estrategia (estrategia de comunicación, definición de la identidad visual de la campaña);
3. Relaciones públicas (actividades de RP, eventos de prensa);
4. Sitio Web, social media (configuración del sitio web, actualización, mantenimiento, social media-creación de las cuentas, actualización regular-, otras actividades –elaboración de aplicaciones para los smartphones, plataforma de e-aprendizaje, seminarios web, etc.-);
5. La publicidad (prensa escrita, televisión, radio, Internet, al aire libre, al cine);
6. Herramientas de comunicación (publicaciones, paquetes de prensa, artículos y videos promocionales);
7. Eventos (stand en ferias, seminarios, talleres, encuentros B2B, cursos de formación para distribuidores / cocineros, actividades en las escuelas, el patrocinio de eventos, viajes de estudios en Europa);
8. Punto de Venta, promoción (degustación, otros: promoción en publicaciones dedicadas a los minoristas, publicidad en puntos de venta).

¿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

Cada propuesta se evaluará de acuerdo con los criterios y subcriterios establecidos en el Anexo I de la Guía del Programa. En los criterios de **Pertinencia**, se tendrá en cuenta de un específico subapartado en la evaluación de la calidad de las propuestas:

*b) Contribución del proyecto de suministro de información y promoción propuesto con respecto a los **objetivos de la ambición climática y medioambiental de la PAC, el Green Deal y la estrategia "de la granja a la mesa"**, en particular en lo que respecta a la **sostenibilidad de la producción y el consumo***.*

Para cada proyecto presentado en cada tema, habrá una evaluación de su contribución efectiva a la ambición climática y medioambiental de la PAC, en particular en lo que respecta a la sostenibilidad de la producción y el consumo (Green Deal y estrategia De la granja a la mesa). **Por lo que respecta a los proyectos aplicados en el mercado interior, se evaluará si están en consonancia con las directrices dietéticas del Estado miembro de destino.**

* tomando como referencia la definición de agricultura sostenible de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

¿COMO PREPARAR Y PRESENTAR UNA PROPUESTA?

ACTUALIZADO

Las propuestas sólo podrán presentarse electrónicamente a través del [Single Electronic Data Interchange Area \(SEDIA\) of the Funding and Tenders Portal](#). 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 2024 y anexos](#)
2. Convocatorias de propuestas para programas [simples](#) y [múltiples](#)
3. [Guía de programas para los programas simples y múltiples](#)
4. [Modelo de grant agreement para un sol beneficiario y beneficiarios múltiples \(simples\)](#)
5. [Modelo de grant agreement para un sol beneficiario y beneficiarios múltiples \(múltiples\)](#)
6. [Cómo presentar una candidatura - REA](#) (al final de la página encontrará otros enlaces útiles bajo el título "Further advice for applicants")
7. [FAQ](#) – Funding and Tenders Portal

[Consultar aquí la presentación del Infoday de 2024 sobre cómo preparar y presentar una propuesta](#)

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

RÉGIMEN LINGÜÍSTICO

En principio, las propuestas de proyectos pueden ser presentadas en cualquier idioma oficial de la UE. Sin embargo, la propuesta será evaluada por tres expertos independientes que deben poder leer la propuesta que, como requisito mínimo, debe al menos estar a disposición también en inglés.

- Especialmente para los **programas múltiples**, seleccionados y gestionados por REA, los solicitantes están invitados a presentar sus propuestas en inglés para facilitar el tratamiento de la solicitud de cofinanciación.
- Para los **programas simples**, seleccionados por REA pero gestionados por el Estado miembro, se invita a presentar la propuesta en el **idioma del Estado miembro de origen**, a menos que el Estado en cuestión no haya indicado su acuerdo para firmar el grant agreement en inglés.

CONTACTOS

ACTUALIZADO

IT HELPDESK Y REA

Para preguntas acerca de la herramienta de presentación online de las propuestas pueden contactar el [servicio de asistencia](#) en el [portal de Financiación y licitaciones](#)

E-mail: Rea-agri-calls@ec.europa.eu

[F&T PORTAL FAQ](#) – Submission of proposals

AUTORIDADES COMPETENTES EN LOS ESTADOS MIEMBROS

A pesar de no participar en el proceso de selección, los Estados miembros siguen siendo a cargo de la gestión de los programas simples.

En los sitios nacionales, los Estados miembros interesados publican las informaciones relativas a la política de promoción y, en particular, a los **programas simples**.

Consultar [a este enlace el listado de las autoridades competentes en los Estados miembros responsables de la implementación de la política de promoción](#) según el Reglamento (EU) No 1144/2014.

EL PORTAL DE LA REA SOBRE LA PROMOCIÓN

La 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, pueden encontrar [estadísticas de mercado](#), [informaciones](#) y [las herramientas y redes de búsqueda de socios](#) para encontrar socios para sus proyectos.

Consulte también el [sitio web de REA](#) para obtener más información sobre las herramientas de apoyo disponibles para los solicitantes.

OTROS ENLACES

ACTUALIZADO

[Sitio Comisión](#)

[FAQ](#) – Funding and Tenders Portal

[Sitio REA](#)

[Cómo presentar una candidatura - REA](#)

[Video y presentaciones del Infoday 2024](#)