



Ministério da
Agricultura,
do Desenvolvimento
Rural e das Pescas



IFAP

Instituto de Financiamento
da Agricultura e Pescas

CADERNO DE NORMAS PARA A APRESENTAÇÃO E
SELECÇÃO DO PROGRAMA “**ACÇÕES DE INFORMAÇÃO E
PROMOÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS NO MERCADO
INTERNO**”,

Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho de 17 de Dezembro de 2007, e Regulamento (CE) n.º 501/2008 da Comissão de 6 de Junho de 2008.

PROMOÇÃO DOS PRODUTOS AGRÍCOLAS

Caderno de normas para a apresentação e selecção do programa “Acções de informação e promoção de produtos agrícolas no mercado interno”, Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho de 17 de Dezembro de 2007, e Regulamento (CE) n.º 501/2008 da Comissão de 6 de Julho de 2008.

1 - OBJECTIVO

O objectivo do presente documento é o de fixar as condições que devem reunir as propostas de acções de informação e promoção dos produtos agrícolas no mercado interno de acordo com os Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho e Regulamento (CE) n.º 1071/2005 da Comissão

As acções previstas nos citados regulamentos, inscrevem-se no quadro da Política Agrícola Comum, a fim de promover, em particular, a imagem dos produtos comunitários junto dos consumidores, especialmente no que respeita à qualidade, segurança e aspectos nutricionais dos produtos agrícolas comunitários.

Através deste documento divulgam-se igualmente as condições de acesso à ajuda, tramitação processual, assim como as obrigações dos beneficiários perante o IFAP, I.P. e as condições de adjudicação e pagamento.

2 - BENEFICIÁRIOS

Poderão beneficiar deste apoio as Organizações profissionais ou interprofissionais representativas do sector ou sectores interessados, que estabeleçam programas de promoção e informação, com uma duração máxima de 3 anos e mínima de 1, constituídos por um conjunto de acções coerentes de dimensão suficiente para contribuir para um incremento da informação sobre os produtos em questão, bem como para o escoamento destes, sobre:

2.1 - Acções de relações públicas, promoção e publicidade, nomeadamente com o fim de salientar as vantagens dos produtos comunitários, sobretudo em termos de

qualidade, higiene, segurança alimentar, aspectos nutricionais, rotulagem, bem estar dos animais e respeito pelo ambiente;

2.2 - Participação em manifestações, feiras e exposições de importância internacional, nomeadamente através da realização de stands da Comunidade;

2.3 - Acções de informação nomeadamente sobre os regimes comunitários das denominações de origem protegidas (DOP), das indicações geográficas protegidas (IGP), das especialidades tradicionais garantidas (ETG), da produção biológica e da rotulagem, bem como os símbolos gráficos previstos na regulamentação, nomeadamente no que diz respeito às regiões ultraperiféricas;

2.4 - Acções de informação sobre o sistema comunitário de vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas (VQPRD), de vinhos de mesa e bebidas espirituosas com indicação geográfica;

Os programas devem ser suficientemente desenvolvidos, de modo a possibilitar a avaliação da sua conformidade com a regulamentação aplicável e da sua relação custo/eficácia.

3 – CONDIÇÕES DE ACESSO, FORMALIZAÇÃO E PRAZO DE APRESENTAÇÃO DAS CANDIDATURAS

3.1 - A mensagem da promoção e/ou informação, transmitida aos consumidores e outros destinatários, deve basear-se nas qualidades intrínsecas do produto em causa e/ou nas suas características, pelo que:

- Não deve incitar ao consumo de um produto por motivo da sua origem específica. Qualquer referência à origem deverá ser secundária relativamente à mensagem principal transmitida pela campanha;
- A indicação da origem de um produto só pode aparecer no âmbito de uma acção, quando se trate de uma designação efectuada nos termos da regulamentação comunitária ou de um elemento relacionado com os produtos-testemunho, necessários para ilustrar as acções de promoção ou de informação.
- Nas mensagens a difundir, qualquer referência a efeitos na saúde decorrentes do consumo dos produtos em causa deve basear-se em dados científicos

geralmente reconhecidos e aceites pela autoridade nacional competente em matéria de saúde.

3.2 - LISTA DOS TEMAS E PRODUTOS SOBRE OS QUAIS PODEM SER REALIZADAS ACÇÕES DE INFORMAÇÃO E/OU PROMOÇÃO

- a) Frutos e produtos hortícolas frescos,
- b) frutos e produtos hortícolas transformados,
- c) linho têxtil,
- d) plantas vivas e produtos das culturas ornamentais,
- e) azeite e azeitonas de mesa,
- f) óleos de sementes,
- g) leite e produtos lácteos,
- h) carne fresca, refrigerada ou congelada, produzida em conformidade com um regime de qualidade nacional ou comunitário,
- i) marcação dos ovos destinados ao consumo humano,
- j) mel e produtos da apicultura,
- k) vinhos de qualidade produzidos numa região determinada (vqprd), vinhos de mesa com indicação geográfica,
- l) símbolo gráfico das regiões ultraperiféricas, como definido na legislação agrícola,
- m) denominação de origem protegida (DOP), indicação geográfica protegida (IGP) ou especialidade tradicional garantida (ETG), em conformidade com os Regulamentos (CE) n.º 509/2006 do Conselho¹ e (CE) n.º 510/2006 do Conselho², e produtos registados ao abrigo desses regimes,
- n) modo de produção biológico, em conformidade com o Regulamento (CEE) n.º 2092/91 do Conselho³, e produtos registados ao abrigo desse regulamento,
- o) carne de aves de capoeira.

¹ JO L 93 de 31.3.2006, p. 1.

² JO L 93 de 31.3.2006, p. 12.

³ JO L 198 de 22.7.1991, p. 1.

3.3 - No anexo I deste caderno encontram-se discriminadas as rubricas orçamentais que devem vir expressas na proposta. A lista apresentada constitui um documento indicativo, podendo a elegibilidade das rubricas apresentadas sofrer alterações até à contratação final, devendo por este motivo constituir apenas orientação para a programação financeira da campanha.

3.4 – No anexo II deste caderno encontram-se as linhas directrizes para a apresentação de programas para os vários sectores.

3.5 Entidade executora

Para a execução dos programas respectivos, a organização proponente seleccionará um ou mais organismos executores, que disponham de meios financeiros e técnicos necessários para a execução mais eficaz das acções, mediante concurso organizado pelos meios adequados, no mínimo três propostas. Se essa selecção tiver sido efectuada antes da apresentação do programa, os organismos executores poderão participar na elaboração do mesmo.

A organização proponente pode executar certas partes de um programa, se forem respeitadas as seguintes condições:

- Programas que digam respeito a um só produto ou a um só Estado Membro;
- A organização proponente dispõe de pelo menos cinco anos de experiência na execução do mesmo tipo de acções. (devidamente comprovadas documentalmente);
- A parte do programa a executar pela organização proponente não apresenta mais de 50% do custo total do programa;
- A organização proponente certifica-se de que o custo das acções que pretende realizar não excede os preços habitualmente praticados no mercado.

3.6 - Os eventuais interessados deverão formalizar candidatura junto do Instituto de Financiamento à Agricultura e Pescas I.P.. Para tal deverão apresentar um processo contendo as seguintes peças:

Rosto - **Formulário de Candidatura**; (em anexo – última página do caderno de normas onde a data de entrega do projecto deverá constar)

1 TÍTULO DO PROGRAMA

2 ORGANIZAÇÃO(ÕES) PROPONENTE(S)

2.1 Apresentação

Nome, endereço, endereço electrónico, telefone, telecópia, contacto, representante autorizado

Tratando-se de uma proposta apresentada por várias organizações, indicar a coordenadora do programa.

(em anexo deverá ser apresentada cópia da resolução, lei, decreto ou decisão que estabeleça a entidade, ou qualquer outro documento oficial que prove o estabelecimento da entidade pelas autoridades nacionais.)

2.2 Representatividade da organização/das organizações proponente(s) para o(s) sector(es) em causa

Fornecer informações sobre a representatividade da(s) organização(ões) proponente(s) para o(s) sector(es) em causa, a nível nacional e/ou europeu (por exemplo: quota de mercado, produtos e/ou regiões abrangidas).

Quantificar o número de produtores, de associados, área de produção, quantidades produzidas.

2.3 Certificado de capacidade financeira

Relativamente a cada organização, confirmar a disponibilidade dos recursos técnicos e financeiros necessários para garantir a aplicação eficaz das medidas. Anexar cópia dos balanços financeiros e das demonstrações de resultados dos três exercícios precedentes. Descrever experiências precedentes no âmbito da realização de programas nacionais ou regionais idênticos.

3 ORGANISMO(S) DE EXECUÇÃO

(Se o organismo de execução ainda não tiver sido seleccionado, ver ponto 3.4).

3.1 Apresentação

Nome, endereço, endereço electrónico, telefone, telecópia, contacto e pessoa de contacto. .

Nos casos em que sejam seleccionados vários organismos, especificar as acções a cargo de cada um.

3.2 Descrição do processo de concurso e critérios de selecção do organismo proposto

Número de processos enviados e de propostas recebidas.

Descrever pormenorizadamente o desenrolar do processo de concurso e justificar a escolha do(s) organismo(s) proposto(s).

N.B. O(s) organismo(s) de execução deve(m) ser independente(s) da(s) organização(ões) proponente(s).

3.3 Certificado de competência técnica e de capacidade de execução do programa

Convém comprovar a capacidade técnica e financeira do(s) organismo(s) de execução que assumam as tarefas, incluindo os recursos financeiros, relativamente à importância do programa. Indicar a participação financeira e a natureza das parcerias em causa.

3.4 Se o organismo de execução ainda não tiver sido seleccionado: *Calendário e processo de concurso previstos.*

Convém indicar o calendário provisório e o processo de concurso previsto para selecção. Em qualquer caso, a selecção tem de ocorrer antes da assinatura do contrato. A partir do momento em que o organismo de execução seja seleccionado, as informações mencionadas nos pontos 3.2 e 3.3 do formulário de aplicação deverão ser imediatamente fornecidas.

3.5 Se a organização proponente decidir executar uma parte específica do programa:

Devem cumprir-se as condições previstas no Regulamento (CE) n.º 1071/2005 da Comissão.

4 INFORMAÇÕES SOBRE O PROGRAMA

4.1 Produto(s) e sector(es) em causa

A promoção de produtos de marca não é elegível para co-financiamento da UE. A referência à origem dos produtos é secundária relativamente à mensagem principal, embora se aceite a menção da origem dos produtos com denominação abrangida pela legislação comunitária (DOP, IGP, ETG, modo de produção biológico).

4.2 Tipo de programa: informação/promoção/misto

Indicar se o programa assenta essencialmente em elementos informativos, promocionais ou ambos.

4.3 Estado(s)-Membro(s) competente(s)

Se a proposta for apresentada por vários Estados-Membros, indicar o coordenador.

Quando um produto seja apresentado conjuntamente por diversas organizações em mais do que um Estado-Membro, é obrigatório obter o aval de cada Estado-Membro para a respectiva parte do programa.

4.4 Estado(s)-Membro(s) visado(s).

4.5 Duração

12-24-36 meses.

4.6 Trata-se da continuação de um programa precedente para a(s) mesma(s) organização(ões) proponente(s)?

Se a proposta for a continuação de um (ou vários) programa(s) anterior(es) ou se estiverem a decorrer ou tenham recentemente terminado programas idênticos,

- indicar o nome e a duração do(s) programa(s) anterior(es) e respectivos mercados visados

- *indicar os resultados obtidos, quando sejam conhecidos no momento da apresentação do programa.*

Neste caso, anexar relatórios.

5 DESCRIÇÃO DO PROGRAMA

5.1 Contexto geral - situação do mercado e da procura

Descrever as motivações para apresentação da proposta (por exemplo, em termos de situação do mercado ou da procura do(s) produto(s) em causa ou a necessidade de divulgação de informações através do programa).

5.2 Objectivo(s)

Precisar os objectivos do programa em termos concretos e quantificados. Sendo possível, incluir diferenciação por grupo-alvo e/ou mercado-alvo.

5.3 Estratégia do programa

5.4 Grupo(s)-alvo(s):

Os objectivos, a estratégia e os grupos visados por um programa devem constituir um todo coerente

5.5 Temas tratados

As referências aos efeitos para a saúde ou aos valores nutricionais dos produtos têm de ser acompanhadas da indicação da respectiva base científica. Todas as referências devem obedecer ao estipulado na legislação nacional e comunitária em matéria de saúde

5.6 Principais mensagens a comunicar

Se houver menção do país ou da região de origem do produto, tal indicação deve ser acessória relativamente à mensagem principal que informe sobre as características e qualidades do mesmo.

Nos programas para os países terceiros, o organismo proponente tem de confirmar que as mensagens informativas e/ou promocionais a transmitir ao consumidor e a outros grupos-alvo respeitam a legislação dos países a que se destinam.

5.7 Acções

Descrição de cada acção.

Justificação do orçamento proposto para cada acção.

Salienta-se que a denominação «programa» designa um conjunto de acções coerentes (ou seja, mais do que uma acção única). Fornecer informações pormenorizadas sobre as acções e os instrumentos utilizados na execução, incluindo número, volume e/ou dimensões e custos unitários previstos que justifiquem o orçamento proposto.

Todas as acções incluídas no programa deverão incluir uma descrição clara da composição dos diferentes custos. Por exemplo,

Acção X “Participação na exposição AAA”

<i>Aluguer do espaço</i>	<i>€/m²</i>	<i>Custo total</i>
<i>Construção do stand</i>	<i>€/m²</i>	<i>Custo total</i>
<i>Pessoal encarregado do stand</i>	<i>€/pessoa/dia</i>	<i>Custo total</i>
<i>Outros custos (especificar refeições, transportes, etc.)</i>	<i>€/participante</i>	<i>Custo total</i>
...

No entanto, quando se preveja um número elevado de acções semelhantes (por ex. pontos de venda), basta descrever o conteúdo e a estrutura dos custos de uma destas acções.

A proposta deve incluir um calendário provisório de execução das diferentes acções. Indicar os locais previstos para a realização das acções (cidade ou, em casos excepcionais, região; por exemplo, "Estados Unidos" é vago). Propondo-se acções nos meios de comunicação, deve anexar-se plano provisório.

A descrição das acções deve obedecer à estrutura (títulos/categorias) e ordem (numeração) do quadro orçamental (ver ponto 8).

6 IMPACTO PREVISÍVEL

Indicar e , quantificar o impacto previsível, em termos de resultados.

Indicar como serão quantificados os resultados/impactos.

Precisar o impacto previsível do programa no respeitante à evolução da procura, à notoriedade e imagem do produto, ou a qualquer outro aspecto ligado aos objectivos. Quantificar, na medida do possível, os resultados previstos com a execução do programa.

Descrever sucintamente o(s) método(s) a utilizar para avaliação do impacto. Na eventualidade de existirem informações básicas sobre o assunto antes do início do programa, deve incluir-se uma descrição das mesmas.

7 DIMENSÃO COMUNITÁRIA DO PROGRAMA

Indicar as vantagens de uma acção ao nível da UE.

Descrever os benefícios esperados com o programa ao nível da UE, justificando o co-financiamento comunitário.

8 ORÇAMENTO

Quadro recapitulativo por país visado, por acção e por ano

A apresentação do orçamento deve seguir a mesma estrutura e a mesma ordem utilizadas na descrição das acções (ponto 5.7). Ver modelo a seguir.

Se o programa implicar vários países e/ou organizações proponentes, apresentar apenas um único orçamento coordenado para todo o programa.

Quando se determine que algumas acções previstas são idênticas ou muito semelhantes, anexar um orçamento claro, pormenorizado e estruturado da composição da referida «acção-tipo».

O orçamento (em euros) deve ser apresentado observando estrutura (títulos/categorias) e ordem (numeração) idênticas à lista de acções descritas no ponto 5.7. Se o programa abranger mais do que um país, indicar os custos por país e por acção. Os honorários do(s) organismo(s) de execução devem ser apresentados separadamente.

Se os honorários do(s) organismo(s) de execução forem apresentados como montante fixo, o nível máximo é de 13% dos custos efectivos de realização das acções, quando se trate de programas propostos por um único Estado-Membro, e de 15% quando se trate de propostas de vários Estados-Membros. Quando se preveja a facturação dos honorários do(s) organismo(s) de execução com base em obras efectivamente realizadas, a proposta deve incluir uma estimativa do número de horas necessárias para a realização das mesmas, bem como do respectivo custo unitário.

O orçamento deve ser apresentado sob a forma de quadro recapitulativo de todas as acções previstas no programa, com indicação do custo anual e total. Há que ter especial atenção às despesas que não são elegíveis para co-financiamento pela Comunidade (ver anexo III do modelo de contrato).

Quadros recapitulativos do orçamento, em euros (€)

Os quadros podem ser adaptados consoante as necessidades em função do programa, natureza das diferentes acções e nível de repartição considerado necessário pelo(s) Estado(s)-Membro(s) em causa.

ACÇÕES (por país visado)	1º ANO	2º ANO	3º ANO	TOTAL
Acção 1*				
Acção 2*				
Acção N*				
Total das acções (1)				
Despesas relativas à garantia de execução				
Honorários do organismo de execução (máximo 13/15 % de (1), anexo III, ponto B.1.2 do contrato)				
Resultados das acções (máximo 3% de (1), anexo III, ponto C.5) do contrato				
Total dos custos directos do programa (2)				
Despesas gerais (máximo 4/6 % de (2), anexo III, ponto A.2 do contrato)				
TOTAL DO PROGRAMA				

* Incluindo os honorários facturados com base numa taxa horária (anexo III, ponto B.1.1 do contrato).

9 PLANO DE FINANCIAMENTO

A participação financeira da Comunidade não excede 50% do custo real anual dos programas. A organização proponente deve participar no financiamento do programa numa base de 30% do custo real do mesmo, cabendo o restante financiamento ao Estado-Membro em questão.

Tratando-se de um programa apresentado conjuntamente por várias organizações profissionais e Estados-Membros, as participações financeiras respectivas devem ser inequivocamente definidas antes de o programa ser apresentado à Comissão.

PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA	1º ANO		2º ANO		3º ANO		TOTAL	
	€	%	€	%	€	%	€	%
<i>C. Europeia (50%)</i>								
<i>Estado-Membro (20%)</i>								
<i>Organização proponente (30%)</i>								
TOTAL		100		100		100		100

10 OUTRAS INFORMAÇÕES PERTINENTES

Anexos obrigatórios

Proposta da Entidade Executora (no caso de ter sido previamente seleccionada)

Confirmação escrita e assinada do comprometimento financeiro, contendo os valores, do proponente em relação a toda a duração do programa

Confirmação escrita e assinada do proponente de que o programa não beneficia de qualquer outro apoio financeiro europeu e nacional

Escritura de constituição e poder representativo (Organização Proponente e Organismo Executor)

Comprovativo de situação regularizada para com a Segurança Social e para com as Finanças (IRC/IVA) (Organização Proponente e Organismo Executor)

Evidências do convite feito às Entidades Executoras e Cópias dos projectos recebidos. (no caso de ter sido efectuado o convite)

Ficha de identificação do programa (anexo I do caderno de normas) – a apresentar como anexo ao programa numa língua à escolha entre as três línguas de trabalho da Comissão Europeia (DE, EN, FR)

3.7 – Prazos de apresentação

Serão consideradas para efeito de análise de adjudicação todas as propostas **completas** das Organizações Profissionais e/ou Interprofissionais representativas do sector, apresentadas em **triplicado**, paginadas, e acompanhadas de suporte informático (CD-ROM), de acordo com o presente caderno de normas, cuja entrada no **IFAP, I.P. NUCLEO DE EXPEDIENTE E ARQUIVO**, registada no formulário de candidatura, sito na Rua Castilho N.45 R/C em Lisboa, ocorra até às **16 horas do dia 28 de Novembro de 2008**.

4 - PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA

O programa aprovado será co-financiado pela Comunidade Europeia e pelo Estado Membro, os quais participam respectivamente até 50% e até 20% do montante aprovado, devendo a restante verba provir da Organização Profissional, de acordo com o estabelecido Art.º 13º do Reg.º (CE) N.º 3/2008.

A percentagem do co-financiamento pela Comunidade Europeia poderá ser de 60% para:

- as acções de promoção de frutos e produtos hortícolas especificamente destinadas às crianças em estabelecimentos escolares da Comunidade;
- as acções de informação realizadas na Comunidade sobre padrões de consumo responsável e os danos ligados ao consumo perigoso de álcool.

Quando intervenham vários Estados Membros o financiamento será proporcional à participação financeira da organização proponente no seu território.

5 - CRITÉRIOS DE SELECÇÃO

Os programas serão analisados pelo Estado membro segundo os seguintes critérios (art.º 3º do Reg.º 3/2008):

- Oportunidade de valorização da qualidade, do carácter típico, dos métodos de produção específica, dos aspectos nutricionais e sanitários, da segurança alimentar, o bem estar dos animais e respeito pelo ambiente dos produtos em causa, através de campanhas temáticas ou dirigidas a públicos específicos;
- Prática de um sistema de rotulagem que informe os consumidores bem como sistemas de rastreabilidade e controlo dos produtos;
- Necessidade de fazer face a problemas específicos ou conjunturais num determinado sector;
- Oportunidade de informar o significado dos regimes comunitários DOP/IGP/ETG e de produção biológica;
- Oportunidade de informar acerca do significado do regime comunitário dos VQPRD, dos vinhos com indicação geográfica e das bebidas espirituosas com indicação geográfica ou indicação tradicional reservada.
- Linhas directrizes para a promoção no Mercado Interno constantes do Anexo II do Reg. (CE) n.501/2008.

As propostas apresentadas, condicionadas às disponibilidades orçamentais, serão seleccionadas segundo os critérios acima referidos e classificadas de acordo com a seguinte grelha.

	Ponderação
1. Interesse geral do programa	
1.1 Pertinência do programa para a situação do mercado/ as necessidades do sector	20
1.2 Pertinência do programa para os grupos-alvo	10
2. 2. Qualidade e eficácia do programa	
2.1 Coerência entre objectivos, mensagens, acções e canais de informação	10
2.2 Âmbito e cobertura das acções do programa em termos de	10

duração e grupos-alvo (por exemplo, europeu/nacional/regional, número de contactos previstos)	
2.3 Qualidade das mensagens (criatividade, poder cativante)	10
2.4 Método de medição do impacto	5
2.5 Qualidade da apresentação	5
3. Dimensão comunitária (número de Estados-Membros envolvidos como operadores ou mercados-alvo e interesse do programa para as políticas comunitárias)	10
4. Relação custo/eficácia do programa (apreciação em termos de custo/grupo-alvo, custo/contacto antecipado, custo/quantidade ou valor da produção em questão ou outros indicadores apropriados)	20
TOTAL	100

Em caso de empate no total geral, entre dois ou mais proponentes, prevalecerá o que tenha mais pontuação no sub total 1.

6 - CRITÉRIOS DE EXCLUSÃO DOS PROGRAMAS

Os programas apresentados pelas organizações serão automaticamente excluídos se ocorrer pelo menos uma das seguintes circunstâncias com as pessoas ou entidades propostas :

- Se encontrarem em estado de falência, de liquidação, de cessação de actividade, sujeitos a qualquer meio preventivo de liquidação de patrimónios ou em qualquer situação análoga resultante de um processo da mesma natureza nos termos da legislação e regulamentação nacionais;
- Tenham pendente processo de declaração de falência, para aplicação de qualquer meio preventivo da liquidação de património ou qualquer outro processo da mesma natureza nos termos da legislação e regulamentação nacionais;
- Tenham sido condenados por sentença transitada em julgado por qualquer delito que afecte a sua honorabilidade profissional;
- Tenham cometido uma falta grave em matéria profissional, comprovada por qualquer meio que as entidades adjudicantes possam apresentar;
- Não tenham cumprido as suas obrigações relativamente ao pagamento de quotizações para a segurança social, de acordo com as disposições legais do país onde se encontram estabelecidos ou as do país da entidade adjudicante;

- Não tenham cumprido as suas obrigações relativamente ao pagamento de impostos, de acordo com as disposições legais do país da entidade adjudicante;
- **Sejam culpados por falsas declarações graves ao prestar, ou abster-se de prestar, as informações que possam ser exigidas nos termos do presente capítulo.**

7 - ADJUDICAÇÃO

Uma vez aprovados os programas pela Comissão, serão elaborados com as Organizações proponentes o(s) correspondente(s) contrato(s) de execução das acções aprovadas, cuja duração será de um a três anos desde a data de assinatura do contrato.

O contrato (minuta no anexo III do Caderno de Normas) só poderá ser celebrado pelas duas partes após constituição de uma garantia correspondente a 15 % do montante máximo anual do financiamento pela Comunidade e pelo ou pelos Estados membros em causa, destinada a garantir a execução do contrato de acordo com o estabelecido no artigo 17º do Reg.º (CE) n.º 501/2008. Esta garantia constituir-se-á a favor do IFAP, I.P. que celebrará o contrato.

No caso de alguma Organização profissional ou interprofissional ter estabelecido alguma proposta com outras organizações de outros Estados membros, deverá comunicá-lo aos Organismos competentes.

8 - PAGAMENTO

No prazo de 30 dias a contar da assinatura do contrato, poderá ser apresentado um pedido de adiantamento, no máximo, de 30% do montante anual da contribuição, mediante a apresentação de uma garantia bancária no montante de 110% do valor do adiantamento,

Deverão ser apresentados pedidos de pagamento intermédios, acompanhados de relatórios de execução intercalares, antes do fim do mês seguinte ao termo de cada período de noventa dias, contado a partir da data de assinatura do contrato. Na ausência de despesas realizadas nesses períodos deverá ser comunicada essa informação nos mesmos prazos.

Estes pagamentos e o pagamento do adiantamento não poderão exceder 80% da totalidade da contribuição financeira da Comunidade e dos Estados Membros.

No prazo de quatro meses a contar da data da conclusão das acções previstas no programa, deverá ser apresentado o pedido de pagamento de saldo, acompanhado:

- De um mapa recapitulativo financeiro, que destaque as despesas planificadas e realizadas, e de todos os documentos comprovativos dessas despesas;
- De um mapa recapitulativo das realizações (relatório de actividades);
- De um relatório de avaliação interna, elaborado pelo contratante, dos resultados obtidos, verificáveis na data do relatório, assim como da exploração que deles pode ser feita.
- De documentos comprovativos dos pagamentos efectuados.

A apresentação tardia de qualquer um dos pedidos de pagamento determina uma redução do pagamento de 3% por cada mês de atraso.

O IFAP, I.P. realiza os pagamentos no prazo de 60 dias, a contar da recepção do pedido. Todavia este prazo será suspenso se o pedido não se apresentar correctamente formalizado ou se for necessário proceder a verificações. Nesta situação, esse facto será comunicado, por escrito, ao requerente, dispondo este de 30 dias para responder ao solicitado. O prazo recomeça a correr a partir da data de recepção das informações solicitadas

9 - LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

Para tudo o que não esteja previsto neste caderno de encargos, prevalecerá o disposto no Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho de 17 de Dezembro de 2007, e Regulamento (CE) nº 501/2008 da Comissão de 6 de Julho.

Lisboa, 13 de Outubro 2008

O Vogal do Conselho Directivo

ANEXO I (do caderno de Normas)

Elegibilidade das despesas: regras específicas

As despesas elegíveis correspondem apenas aos custos, relativos às acções realizadas, suportados pelo contratante e pelo organismo executor após a data de entrada em vigor do contrato e antes do seu termo. As despesas podem incluir a totalidade ou parte das seguintes categorias:

A. Despesas do contratante (despesas gerais e despesas financeiras)

1. As despesas gerais do contratante cobrem as despesas administrativas, de coordenação (incluindo as despesas de deslocação e estada) e de gestão (incluindo o custo de utilização informática), assim como de secretariado, contabilidade, correspondência, arrendamento, comunicações e consumos correntes, como água, gás e electricidade, e despesas de manutenção. Estes custos indirectos devem ser calculados com base nos princípios, regras e métodos contabilísticos vigentes no país do contratante.
 2. As despesas gerais não podem exceder as percentagens a seguir indicadas dos custos efectivos da realização das acções:
 - A) para o mercado interno:
 - 3%, para os programas propostos por um único Estado-Membro,
 - 5%, para os programas propostos por vários Estados-Membros;
 - B) para os países terceiros:
 - 4%, para os programas propostos por um único Estado-Membro,
 - 6%, para os programas propostos por vários Estados-Membros.
- Todavia, os custos efectivos da realização das acções executadas directamente pelo contratante não são tidos em conta no cálculo das despesas gerais.
3. São elegíveis as despesas respeitantes à garantia de execução prevista no n.º 3 do artigo 16.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008.
 4. As despesas gerais e as respeitantes à garantia de execução só são admissíveis na medida em que:
 - possam ser verificadas;
 - não incluam qualquer custo já imputado ao presente contrato a título de outra categoria de despesas;
 - não sejam tomadas a cargo no âmbito de outro programa.

B. Despesas do organismo executor

1. Honorários

Os honorários cobrem todas as despesas de pessoal, concepção, realização e gestão das acções a realizar. As despesas de deslocação e de estada estão sujeitas às regras enunciadas no ponto 2. Todos os honorários devem ser apresentados de uma das duas formas seguintes:

1.1. Honorários facturados com base nos trabalhos realmente executados

Estes honorários devem ser apresentados com base no custo horário (e não diário), por acção, por mês, por categoria de pessoal e por pessoa. Devem ser indicados a duração da prestação, o custo unitário e o custo total.

Contudo, os mapas de serviço elaborados pelo pessoal em causa devem conter informações complementares, tais como o local da prestação, o número de horas por dia e o objecto da prestação relacionada com a acção prevista no contrato.

A conformidade dos mapas de serviço deve ser certificada pelo chefe de projecto, ou por qualquer outro responsável pelo pessoal, pelo menos uma vez por mês.

Os mapas de serviço pormenorizados devem estar disponíveis e ser verificáveis junto do contratante.

Relativamente aos honorários dos peritos consultados, o organismo executor deve assegurar-se da veracidade do tempo de trabalho declarado.

1.2. Honorários com base num montante fixo

Estes honorários não podem exceder as percentagens a seguir indicadas dos custos efectivos da realização das acções [excluindo as despesas do contratante (pontos A.1 e A.3) e os honorários referidos no ponto 1.1 *supra*]:

- 13%, para os programas propostos por um único Estado-Membro;
- 15%, para os programas propostos por vários Estados-Membros.

1.3. Quando o contratante execute directamente acções em conformidade com o n.º 1 do artigo 13.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008, os honorários facturados com base nos trabalhos realmente efectuados devem ser apresentados de acordo com o disposto no ponto 1.1.

2. Despesas de deslocação e de estada

Estas despesas, geradas pela realização das acções, são elegíveis, mediante apresentação dos documentos comprovativos, nas seguintes condições:

2.1. Despesas de deslocação

- bilhete de avião em classe económica e cartão de embarque;
- bilhete de caminho-de-ferro em primeira classe;
- para as viagens de automóvel, um subsídio máximo, por quilómetro, de 0,25 euros; devem ser indicados os lugares de partida e de chegada, as datas e a distância.

2.2. Despesas de alojamento e de restauração

- subsídio de alojamento de, no máximo, 120 euros/dia, para o mercado interno, e 180 euros/dia, para os países terceiros, pago contra apresentação dos recibos respeitantes às facturas pagas;
- subsídio de estada fixo de 80 euros/dia, para o mercado interno, e 90 euros/dia, para os países terceiros, para cobertura das restantes despesas (alimentação, deslocações locais, telefone, etc.).

Estes subsídios são concedidos para actividades fora do lugar de trabalho e cobrem o número de dias necessário para a realização da acção.

C. Outras despesas relacionadas com a realização das acções

1. Despesas de reuniões e viagens em grupo

Se o organismo executor tiver de organizar deslocações ou reuniões para os grupos-alvo dos programas, os documentos comprovativos devem ser acompanhados de uma lista de presenças. Por exemplo, os recibos dos hotéis devem ser personalizados ou, sendo globais, indicar os nomes das pessoas alojadas. Se se tratar de despesas de alimentação de grupo, devem ser mencionados os nomes dos participantes, respectivas funções e objecto da actividade.

2. Material e equipamento

O material e o equipamento necessários para a realização das actividades relativas ao presente contrato devem ser utilizados em regime de locação, salvo se a compra for mais vantajosa ou a locação impossível.

2.1. Despesas com material não duradouro

As despesas com material não duradouro referem-se à aquisição, fabrico ou utilização de materiais, bens ou equipamentos que:

- a) Tenham uma duração inferior à dos trabalhos definidos no contrato; e
- b) Não sejam considerados imobilizações, de acordo com os princípios, regras e métodos de contabilidade vigentes no organismo executor.

As despesas com material não duradouro não são consideradas custos directos se forem contabilizadas pelo organismo executor sob a forma de amortização ou a qualquer outro título.

2.2. Despesas com material duradouro

São consideradas elegíveis as despesas relativas à compra ou ao fabrico, após a data do início da produção de efeitos do contrato, dos materiais indispensáveis à execução da acção que tenham duração igual ou superior à dos trabalhos definidos no contrato.

Estas despesas devem respeitar as disposições nacionais em matéria de amortização, entendendo-se que o período considerado para o cálculo do montante em causa é o que medeia entre a data do início de produção dos efeitos do contrato ou a data de compra do material, se esta for posterior à primeira, e a do termo do contrato. Será igualmente tida em conta a taxa de utilização desse material durante o período considerado.

3. Custos de utilização informática

Os custos de utilização informática podem incluir o conjunto das despesas relativas a tempo de conexão, tempo de unidade central, linhas impressas e prestações de empresas de serviços. Estas despesas podem ser imputadas ao contrato de acordo com as regras internas do organismo executor e com base no tempo de cálculo efectivamente consagrado aos trabalhos definidos no contrato. (A lista dos preços de cálculo figura na proposta referida no anexo I.)

4. Despesas de publicação e divulgação

As despesas de publicação e divulgação são as resultantes de trabalhos de edição, tradução e divulgação das publicações e do material audiovisual previstos no quadro das acções a realizar por força do contrato.

5. Medição dos resultados das acções

O orçamento do programa pode incluir os custos das medições dos resultados atingidos pelas acções do programa.

Os custos dessas medições não podem exceder 3% do custo efectivo de execução das acções (excluindo as despesas gerais e os honorários previstos nos pontos A.2 e B.1.2).

D. Apresentação das facturas e dos documentos comprovativos

Os pedidos de pagamento enviados à autoridade nacional competente devem ser acompanhadas de cópias das facturas e dos documentos comprovativos, classificados e catalogados de acordo com as diferentes rubricas orçamentais, conforme indicadas na proposta. Todos esses documentos, bem como os montantes expressos em euros e, para os Estados-Membros que não façam parte da zona euro, na respectiva moeda nacional e em euros, devem constar de um mapa recapitulativo.

Para os programas aprovados ao abrigo do artigo 6.º do Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho e para todos os outros montantes e pagamentos relativos a tais programas, a taxa de câmbio aplicável é a penúltima taxa de câmbio fixada pelo Banco Central Europeu antes do mês a título do qual a despesa ou a receita afectada é declarada à Comissão, em conformidade com o n.º 2 do artigo 7.º do Regulamento (CE) n.º 883/2006 da Comissão.

Para os programas aprovados ao abrigo do n.º 1 do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho, a taxa de câmbio aplicável é a taxa de conversão prevista no artigo 8.º do Regulamento (CE) n.º 1913/2006 da Comissão. Nos termos desse artigo, as despesas efectuadas para acções de promoção expressas em euros no âmbito de um processo de concurso devem ser calculadas em função da taxa de câmbio do euro fixada pelo Banco Central Europeu do seguinte modo:

«Para os preços e montantes não referidos nos artigos 1.º a 7.º, ou os montantes relacionados com esses preços, expressos em euros na legislação comunitária ou no âmbito de um processo de concurso, o facto gerador da taxa de câmbio é o primeiro dia do mês em que ocorre um dos seguintes actos jurídicos:

(...)

d)...para montantes atribuídos para estudos ou medidas de promoção no âmbito de um processo de concurso, a data-limite para a apresentação de propostas;».

Em relação a tais programas, a taxa de câmbio aplicável aos pagamentos é devidamente descrita no artigo 11.º do Regulamento (CE) n.º 1913/2006 da Comissão:

«Quando o facto gerador esteja fixado na legislação comunitária, a taxa de câmbio a aplicar é a última taxa fixada pelo Banco Central Europeu (BCE) antes do primeiro dia do mês em que ocorra o facto gerador.»

Todos os documentos comprovativos devem conter os seguintes elementos: subcontratante ou fornecedor, objecto da prestação e relação com a acção prevista, data, montante discriminado (sem IVA) e número do registo. Devem ainda ser acompanhados da prova do seu efectivo pagamento.

Em caso de controlo no local, a autoridade nacional competente e os serviços da Comissão ou do Tribunal de Contas devem poder dispor dos documentos originais arquivados e registados de acordo com estas indicações.

E. Despesas não elegíveis

Não são consideradas despesas elegíveis, nomeadamente:

- as provisões a título de eventuais perdas ou dívidas futuras,
- as despesas de deslocação em táxi ou transportes colectivos, abrangidas por um subsídio diário;
- as despesas bancárias, os juros bancários ou os prémios de seguros, exceptuadas as despesas relativas à garantia de execução prevista no ponto A.3 do presente anexo;
- as perdas resultantes do câmbio de moedas,
- as despesas efectuadas fora do âmbito de aplicação do contrato.

ANEXO II (linhas directrizes) (do Caderno de normas)

As presentes directrizes destinam-se a dar orientações sobre as mensagens, grupos-alvo e instrumentos que devem ocupar uma posição central nos programas de informação ou promoção relativos às diferentes categorias de produtos.

Sem prejuízo das prioridades definidas no n.º 1 do artigo 8º do Regulamento (CE) n.º 3/2008, as propostas de programa devem, em termos gerais, ser elaboradas tomando em consideração os seguintes princípios:

sempre que os programas sejam propostos por mais de um Estado-Membro, devem apresentar estratégias, acções e mensagens coordenadas;

os programas devem, de preferência, ser plurianuais e de aplicação suficientemente alargada para terem efeitos significativos sobre os mercados-alvo; quando possível, devem ser executados nos mercados de mais de um Estado-Membro;

as mensagens dos programas devem dar informação objectiva sobre as características intrínsecas e/ou o valor nutricional dos produtos no quadro de uma alimentação equilibrada, sobre o seu modo de produção ou sobre o seu respeito pelo ambiente;

os programas devem incluir mensagens fundamentais que sejam de interesse para os consumidores, profissionais e/ou o comércio em diversos Estados-Membros.

FRUTOS E PRODUTOS HORTÍCOLAS FRESCOS

1. **Análise global da situação**

Embora a produção comunitária de frutos e produtos hortícolas esteja a aumentar, o consumo está, em termos gerais, estagnado.

Constata-se um desinteresse dos consumidores, ainda mais marcado nas populações jovens, nomeadamente nas crianças e nos adolescentes nos estabelecimentos escolares. Este desinteresse constitui um obstáculo a uma alimentação equilibrada.

2. **Objectivos**

Melhorar a imagem de "frescura" e de "natureza" dos produtos, incentivar o seu consumo regular e baixar a idade da população consumidora. Este último objectivo pode ser atingido encorajando este consumo nos jovens, em especial junto das crianças e dos adolescentes nos estabelecimentos escolares.

3. **Grupos-alvo**

- Agregados familiares,
- crianças nos estabelecimentos escolares,
- restauração colectiva,
- médicos e nutricionistas.

4. Principais mensagens

- Promover uma abordagem do tipo "cinco por dia" (recomendação de comer pelo menos cinco porções de fruta e produtos hortícolas por dia); convém privilegiar esta abordagem no caso de acções de promoção de frutos e produtos hortícolas especificamente destinadas às crianças e adolescentes nos estabelecimentos escolares,
- produtos naturais e frescos,
- qualidade (segurança, valor nutricional e organoléptico, métodos de produção, protecção do ambiente, ligação com a origem),
- prazer,
- alimentação equilibrada,
- variedade e natureza sazonal do abastecimento de produtos frescos, informação sobre o seu sabor e possibilidades de utilização,
- rastreabilidade,
- acessibilidade e facilidade de preparação: muitos frutos e produtos hortícolas não precisam de ser cozinhados.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos (sítios internet que apresentem os produtos disponíveis, com jogos em linha para os jovens),
- linha telefónica de informação,
- contactos com os meios de informação e com o sector publicitário (imprensa especializada, imprensa feminina, revistas e publicações juvenis, etc.),
- contactos com os médicos e os nutricionistas,
- acções pedagógicas junto das crianças e adolescentes nos estabelecimentos escolares, com mobilização dos professores e dos responsáveis pelas cantinas escolares,
- acções de informação dos consumidores nos locais de venda,
- outros instrumentos (prospectos e brochuras com informações sobre os produtos e receitas, jogos para crianças, etc.),
- meios de informação audiovisuais (cinema, cadeias de televisão especializadas),
- *spots* na rádio,
- participação em feiras.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos para cada etapa.

FRUTOS E PRODUTOS HORTÍCOLAS TRANSFORMADOS

1. Análise global da situação

O sector enfrenta uma concorrência cada vez maior por parte de diversos países terceiros.

Dado o progressivo aumento da procura, em especial devido à facilidade de consumo destes produtos, é importante que a indústria comunitária dele possa beneficiar, pelo que se justifica que seja dado apoio a acções de informação e promoção.

2. Objectivos

Modernizar e rejuvenescer a imagem dos produtos, bem como fornecer informações necessárias sobre os mesmos, a fim de estimular o seu consumo.

3. Grupos-alvo

- Agregados familiares,
- restauração colectiva e cantinas escolares,
- médicos e nutricionistas.

4. Principais mensagens

- Qualidade (segurança, valor nutricional e organoléptico, métodos de preparação),
- facilidade de utilização,
- prazer,
- variedade da oferta e disponibilidade durante todo o ano,
- alimentação equilibrada,
- rastreabilidade.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos (sítio internet),
- linha telefónica de informação,
- contactos com os meios de informação e com o sector publicitário (imprensa especializada, feminina, culinária, etc.),
- demonstrações nos locais de venda,

- contactos com os médicos e os nutricionistas,
- outros instrumentos (prospectos e brochuras com informações sobre os produtos e receitas),
- meios de informação audiovisuais,
- participação em feiras.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos para cada etapa.

LINHO TÊXTIL

1. Análise global da situação

A liberalização do comércio internacional de têxteis e vestuário colocou o linho comunitário em intensa concorrência com linho proveniente de fora da Comunidade e que é oferecido a preços muito atractivos. Por outro lado, o linho também tem de competir com outras fibras. Ao mesmo tempo, observa-se uma tendência para a estagnação do consumo de produtos têxteis.

2. Objectivos

- Desenvolver a imagem e a reputação do linho comunitário e destacar as suas qualidades únicas,
- aumentar o consumo deste produto,
- informar os consumidores sobre as características dos novos produtos colocados no mercado.

3. Grupos-alvo

- Principais profissionais do sector (estilistas, criadores, fabricantes, editores),
- distribuidores,
- estabelecimentos de ensino profissional dos têxteis, moda e decoração (professores e estudantes),
- formadores de opinião,
- consumidores.

4. Principais mensagens

- Qualidade associada às condições de produção da matéria-prima, às variedades adaptadas e à proficiência dos diversos protagonistas do sector,
- grande diversidade e riqueza da oferta comunitária, tanto em termos de produtos (vestuário, decoração, roupa de casa) como de criatividade e inovação.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos (sítios internet),
- feiras e outros eventos comerciais,
- acções de informação destinadas aos operadores a jusante (criadores, produtores, distribuidores e editores),
- informação nos locais de venda,
- relações com a imprensa especializada,
- acções de informação didácticas nas escolas de engenharia têxtil, de moda, etc..

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos para cada etapa.

PLANTAS VIVAS E PRODUTOS DAS CULTURAS ORNAMENTAIS

1. Análise global da situação

O sector caracteriza-se por uma oferta que, cada vez mais, põe a produção comunitária em concorrência com os produtos provenientes de países terceiros.

Com base nos estudos de avaliação das campanhas de promoção realizadas de 1997 a 2000, afigura-se oportuno, para facilitar o escoamento da produção comunitária dentro da Comunidade, por um lado, organizar melhor e racionalizar o conjunto do sector, do produtor ao distribuidor, e, por outro lado, assegurar uma informação mais completa ao consumidor sobre as qualidades intrínsecas e sobre a variedade dos produtos comunitários.

2. Objectivos

- Aumento do consumo de flores e plantas de origem comunitária,
- encorajamento de práticas que beneficiem o ambiente e aumento dos conhecimentos relativos a métodos respeitadores do ambiente,
- reforço da parceria entre profissionais de vários Estados-Membros, permitindo nomeadamente partilhar os conhecimentos de maior interesse para o sector e informar melhor todos os agentes da cadeia de produção.

3. Grupos-alvo

- Produtores, viveiros, distribuidores e outros operadores do sector,
- estudantes e crianças em idade escolar,
- difusores de informação: jornalistas, professores;
- consumidores.

4. Principais mensagens

- Informação sobre a qualidade e a variedade dos produtos comunitários,
- métodos de produção respeitadores do ambiente,
- técnicas destinadas a assegurar uma maior durabilidade dos produtos,
- optimização das combinações varietais das plantas e flores,
- papel das plantas e flores no bem-estar e na qualidade de vida.

5. Principais instrumentos

- Contactos com os meios de informação,
- feiras e exposições: *stands* que agrupem a oferta de vários Estados-Membros,
- acções de formação destinadas aos profissionais, aos consumidores e aos estudantes,
- acções de partilha de conhecimentos sobre uma maior durabilidade dos produtos,
- acções de informação ao consumidor através da imprensa e por iniciativas como a edição de catálogos, calendários do jardineiro ou, eventualmente, de campanhas do tipo “planta do mês”,
- utilização reforçada de meios electrónicos de comunicação (internet, CD-ROM, etc.).

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas que definam, para cada etapa, uma estratégia e objectivos devidamente justificados.

AZEITE E AZEITONAS DE MESA

1. Análise global da situação

Com o aumento da oferta de azeite e de azeitonas de mesa, o escoamento nos mercados nacionais e internacionais é importante para salvaguardar o equilíbrio dos mercados comunitários. A procura interna destes produtos varia muito entre os mercados tradicionalmente consumidores e os mercados em que esses produtos ainda são um fenómeno relativamente recente.

Nos Estados-Membros «tradicionalmente consumidores» (Espanha, Itália, Grécia e Portugal), os produtos em causa são geralmente bem conhecidos e o seu consumo atinge níveis elevados. Trata-se de mercados maduros, onde as perspectivas de progressão da procura global são limitadas, mas que, pelo seu nível de consumo de azeite, continuam a apresentar enorme interesse para o sector.

Nos Estados-Membros que são “novos consumidores”, o consumo *per capita* tem vindo a progredir, mas continua a ser substancialmente inferior (nos Estados-

Membros que compunham a Comunidade até 30 de Abril de 2004) ou mesmo marginal (na maior parte dos Estados-Membros que aderiram em 1 de Maio de 2004). Muitos consumidores não conhecem as qualidades ou as possibilidades de utilização tanto do azeite como das azeitonas de mesa. Assim, trata-se de um mercado com grandes potencialidades de expansão da procura.

2. Objectivos

- Prioridade: aumentar o consumo nos Estados-Membros “novos consumidores”, através do aumento da penetração no mercado e de uma maior utilização destes produtos, diversificando e fornecendo a necessária informação,
- consolidar e, se possível, aumentar o consumo nos Estados-Membros “tradicionalmente consumidores”, melhorando a informação dos consumidores sobre os aspectos menos conhecidos e fidelizando as camadas jovens da população.

3. Grupos-alvo

- Responsáveis pelas compras: nos Estados-Membros «tradicionalmente consumidores», fundamentalmente a faixa etária dos 20 aos 40 anos,
- formadores de opinião (gastrónomos, cozinheiros, restaurantes, jornalistas) e imprensa generalista e especializada (gastronómica, feminina e de sociedade),
- imprensa médica e paramédica,
- distribuidores (nos Estados-Membros «novos consumidores»).

4. Principais mensagens

- As qualidades gastronómicas e as características organolépticas do azeite virgem (aroma, cor, paladar) diferem segundo as variedades, as regiões de origem, as colheitas, as DOP/IGP, etc.; esta diversidade proporciona uma vasta gama de sensações e possibilidades gastronómicas;
- as diferentes categorias de azeite,
- o azeite, devido às suas qualidades nutricionais, é muito importante para uma alimentação sadia e equilibrada, conseguindo combinar essa exigência com o prazer culinário,
- informação sobre as regras relativas ao controlo, à certificação da qualidade e à rotulagem dos azeites,
- informação sobre o conjunto dos azeites e/ou azeitonas de mesa registados como DOP/IGP na Comunidade,
- as azeitonas de mesa são um produto saudável e natural, que se presta tanto ao consumo imediato como à preparação de pratos requintados,
- características varietais das azeitonas de mesa;

Mais especificamente nos Estados-Membros «novos consumidores»:

- o azeite, e em especial a categoria do azeite extra-virgem, é um produto natural, que resulta de uma tradição e costumes antigos e que se presta a uma culinária moderna, plena de sabores; para lá da cozinha mediterrânica, pode ser facilmente associado a qualquer cozinha contemporânea,
- conselhos de utilização.

Mais especificamente nos Estados-Membros “tradicionalmente consumidores”:

- vantagens da aquisição de azeite já acondicionado (com rotulagem que inclui informação útil para o consumidor),
- modernização da imagem do produto, que tem um longo historial e assume uma dimensão cultural de grande importância.

Sem prejuízo do n.º 3 do artigo 4.º, a informação relativa às qualidades nutricionais do azeite e das azeitonas de mesa deve ser baseada em dados científicos geralmente aceites e cumprir os critérios da Directiva 2000/13/CE do Parlamento Europeu e do Conselho⁴.

5. Principais instrumentos

- Internet e outros meios electrónicos (CD-ROM, DVD, etc.),
- promoção nos locais de venda (provas, receitas, difusão de informação),
- relações com a imprensa e relações públicas (eventos, participação em feiras, etc.),
- publicidade (ou publi-reportagem) na imprensa (generalista, gastronómica, feminina e de sociedade),
- acções conjuntas com a profissão médica e paramédica (relações públicas no sector da medicina),
- meios de informação audiovisuais (televisão e rádio),
- participação em feiras.

6. Duração e âmbito dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam, para cada etapa, uma estratégia e objectivos devidamente justificados.

É dada prioridade aos programas a executar em, pelo menos, dois Estados-Membros «novos consumidores».

ÓLEOS DE SEMENTES

Neste sector, é dada prioridade aos programas centrados no óleo de colza ou na apresentação das características dos diferentes óleos de sementes.

A. ÓLEO DE COLZA

⁴ JO L 109 de 6.5.2000, p. 29.

1. Análise global da situação

Devido à reforma da política agrícola comum, a produção de óleo de colza deixou de receber qualquer apoio específico, pelo que se deve orientar para o mercado. Dadas as possibilidades acrescidas de produção e a possibilidade de servir como alternativa à produção de cereais, caracterizada por uma sobreprodução estrutural, a promoção de óleo de colza contribuirá para o equilíbrio dos mercados de culturas arvenses e do consumo dos diferentes óleos vegetais na Comunidade. Actualmente, a Comunidade é um exportador líquido de óleo de colza.

Ao longo das últimas décadas, têm vindo a ser desenvolvidas variedades de colza com características nutricionais assinaláveis, com uma melhoria da qualidade. Foram desenvolvidos novos produtos, como por exemplo óleos de colza obtidos por pressão a frio, que apresentam um sabor particular a avelã.

O valor nutricional do óleo de colza foi objecto de investigação em todo o mundo, tendo os resultados confirmado os seus benefícios dietéticos e fisiológicos. Os médicos de família, nutricionistas e consumidores devem ser informados dos últimos desenvolvimentos e resultados da investigação.

2. Objectivos

- Aumentar a divulgação das características do óleo de colza e da sua evolução recente,
- aumentar o consumo através de informação aos consumidores e aos profissionais médicos e paramédicos sobre as utilizações e o valor nutricional do óleo de colza.

3. Grupos-alvo

- Agregados familiares, em especial as pessoas responsáveis pelas compras,
- formadores de opinião (jornalistas, cozinheiros, médicos e nutricionistas),
- distribuidores,
- imprensa médica e paramédica,
- indústria agro-alimentar.

4. Principais mensagens

- Pelo seu valor nutricional, o óleo de colza constitui um elemento importante de uma alimentação sã e equilibrada,
- o óleo de colza contém ácidos gordos benéficos para a saúde,
- conselhos de utilização,
- informação sobre a qualidade do produto e as respectivas variedades.
- Sem prejuízo do n.º 3 do artigo 4.º, a informação relativa às qualidades nutricionais do óleo de colza deve ser baseada em dados científicos geralmente aceites e cumprir os critérios da Directiva 2000/13/CE.

5. Principais instrumentos

- Promoção nos locais de venda (provas, receitas, difusão de informação),
- publicidade (ou publi-reportagem) na imprensa (generalista, gastronómica, feminina e de sociedade),
- relações públicas (eventos, participação em feiras do sector alimentar),
- acções em parceria com médicos e paramédicos,
- acções em parceria com restaurantes, serviços fornecedores de refeições e cozinheiros,
- internet.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses.

B. ÓLEO DE GIRASSOL

Os programas relacionados com o girassol podem ser prioritários, mas apenas se e quando tal se justifique pelas condições do mercado.

1. Análise global da situação

Na Comunidade, mais de 2 milhões de hectares estão cultivados com girassol, sendo a produção de sementes de girassol superior a 3,5 milhões de toneladas por ano. A maior parte do óleo de girassol consumido na Comunidade tem vindo a ser produzido a partir de sementes de origem comunitária. No entanto, o declínio da moagem irá reduzir a produção de óleo de girassol da União Europeia durante a campanha de comercialização 2004/2005. Tendo em conta que os preços no mercado mundial estão a aumentar e que não se pode excluir a possibilidade de problemas de abastecimento, não é dada prioridade a qualquer programa exclusivamente dedicado ao óleo de girassol. No entanto, o óleo de girassol pode ser incluído em programas relacionados com diferentes óleos de sementes de origem comunitária.

O óleo de girassol apresenta vantagens particulares para determinadas utilizações, por exemplo como óleo de fritar. Por outro lado, apresenta um elevado teor de ácidos gordos insaturados e é rico em vitamina E. O objectivo das campanhas é informar o consumidor e os distribuidores/comerciantes sobre as diferentes utilizações, tipos e características do óleo de girassol, bem como sobre a legislação comunitária relativa à sua qualidade. As campanhas devem ser concebidas de modo a fornecer uma informação objectiva.

2. Objectivos

Informar os consumidores e os operadores económicos sobre:

- as diferentes utilizações do óleo de girassol, suas características e valor nutricional,
- a legislação e normas relacionadas com a qualidade, as regras de rotulagem.

3. Grupos-alvo

- Agregados familiares, em especial as pessoas responsáveis pelas compras,
- formadores de opinião (jornalistas, cozinheiros, médicos e nutricionistas),
- distribuidores,
- indústria agro-alimentar.

4. Principais mensagens

As principais mensagens dos programas devem apresentar informação sobre:

- as vantagens de uma utilização correcta do óleo de girassol: assim, por exemplo, o óleo produzido a partir de sementes de girassol apresenta um elevado teor de vitamina E quando comparado com outros óleos vegetais; o óleo de girassol é conhecido pelo seu sabor delicado e por ser ideal para fritar,
- a legislação e as normas aplicáveis à qualidade do óleo de girassol,
- a composição em ácidos gordos e o valor nutricional do óleo de girassol,
- os resultados da investigação científica e do desenvolvimento tecnológico relacionados com o óleo de girassol e com outros óleos vegetais.
- Sem prejuízo do n.º 3 do artigo 4.º, a informação relativa às qualidades nutricionais do óleo de colza deve ser baseada em dados científicos geralmente aceites e cumprir os critérios da Directiva 2000/13/CE.

5. Principais instrumentos

- Distribuição de material informativo nos locais de venda (ao público e aos comerciantes),
- publicidade (ou publi-reportagem) na imprensa generalista, gastronómica, feminina e de sociedade,
- relações públicas (eventos, participação em feiras do sector alimentar),
- internet.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses.

LEITE E PRODUTOS LÁCTEOS

1. Análise global da situação

Tem-se verificado uma diminuição do consumo de leite líquido, especialmente acentuada nos países grandes consumidores, devida essencialmente à concorrência dos refrigerantes junto dos jovens. Diversos produtos que substituem o leite têm vindo a ocupar gradualmente o lugar do leite líquido. Em contrapartida,

constata-se uma progressão global do consumo dos produtos lácteos expressos em quantidade de leite.

2. Objectivos

- Aumentar o consumo de leite líquido nos mercados em que exista potencial de crescimento e manter os níveis de consumo nos mercados saturados,
- aumentar o consumo de produtos lácteos em termos gerais,
- encorajar o consumo de leite e produtos lácteos pelos jovens, que serão os futuros consumidores adultos.

3. Grupos-alvo

Consumidores em geral, com atenção especial para:

- crianças e adolescentes, sobretudo raparigas entre os 8 e os 13 anos,
- mulheres de diferentes faixas etárias,
- idosos.

4. Principais mensagens

- O leite e os produtos lácteos são produtos sãos e naturais, adaptados à vida moderna e que se consomem com prazer,
- o leite e os produtos lácteos apresentam um valor nutricional específico, particularmente benéfico para determinados grupos etários,
- o teor das mensagens deve ser positivo e ter em conta a especificidade do consumo nos diferentes mercados,
- existe uma grande variedade de produtos lácteos que convêm a diferentes consumidores em diferentes situações de consumo,
- há leite e produtos lácteos com baixo teor de gorduras, que podem ser mais indicados para certos consumidores,
- é essencial assegurar a continuidade das principais mensagens durante todo o programa, a fim de convencer os consumidores dos benefícios que advêm do consumo regular de leite e de produtos lácteos.
- Sem prejuízo do n.º 3 do artigo 4.º, a informação relativa às qualidades nutricionais do leite e produtos lácteos deve ser baseada em dados científicos geralmente aceites e cumprir os critérios da Directiva 2000/13/CE.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos,
- linha telefónica de informação,
- contactos com os meios de informação e com o sector publicitário (imprensa especializada, imprensa feminina e juvenil, etc.),

- contactos com os médicos e os nutricionistas,
- contactos com os professores e os estabelecimentos de ensino,
- outros instrumentos (prospectos e brochuras, jogos para crianças, etc.),
- demonstrações nos locais de venda,
- meios de informação audiovisuais (cinema, cadeias de televisão especializadas),
- *spots* na rádio,
- participação em exposições e feiras.

6. Duração e âmbito dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos para cada etapa.

CARNE FRESCA, REFRIGERADA OU CONGELADA, PRODUZIDA EM CONFORMIDADE COM UM REGIME DE QUALIDADE NACIONAL OU COMUNITÁRIO

1. Análise global da situação

Os problemas sanitários que afectaram muitos dos principais produtos de origem animal tornaram ainda mais necessário reforçar a confiança dos consumidores nos produtos comunitários à base de carne.

Para tal, é necessário fornecer informação objectiva sobre os sistemas de qualidade a nível nacional e comunitário e sobre os controlos que os mesmos implicam, em acréscimo da legislação geral relativa aos controlos e à segurança alimentar. Essas regras e controlos representam uma garantia adicional, na medida em que certificam as características dos diferentes produtos e implicam a existência de estruturas adicionais de controlo.

2. Objectivos

- As campanhas de informação são limitadas a produtos produzidos ao abrigo dos sistemas europeus de garantia da qualidade (DOP/IGP/ETG e modo de produção biológico) ou de regimes de garantia da qualidade reconhecidos pelos Estados-Membros e que cumpram os critérios definidos no artigo 24º-B do Regulamento (CE) n.º 1257/1999; sem prejuízo do n.º 4 do artigo 10.º do presente regulamento, as campanhas de informação que sejam financiadas ao abrigo do presente regulamento não podem receber financiamentos ao abrigo do Regulamento (CE) n.º 1257/1999,
- o seu objectivo é garantir o fornecimento de informação objectiva e exaustiva sobre as regras aplicáveis aos regimes de qualidade comunitários e nacionais para a segurança dos produtos à base de carne; as campanhas devem informar os consumidores, formadores de opinião e distribuidores sobre as características dos produtos e os controlos efectivos inerentes a esses sistemas de qualidade.

3. Grupos-alvo

- Consumidores e respectivas associações,
- pessoas responsáveis pelas compras nos agregados familiares,
- instituições (restaurantes, hospitais, escolas, etc.),
- distribuidores e respectivas associações,
- jornalistas e formadores de opinião.

4. Principais mensagens

- Os regimes de qualidade garantem a utilização de um método específico de produção e a aplicação de controlos mais estritos do que os legalmente exigíveis,
- os produtos de qualidade à base de carne apresentam características específicas ou uma qualidade superior aos produtos comerciais habituais,
- os regimes de qualidade comunitários e nacionais são transparentes e garantem a total rastreabilidade dos produtos,
- a rotulagem da carne permite ao consumidor identificar os produtos de qualidade, bem como a respectiva origem e características.

5. Principais instrumentos

- Internet,
- relações públicas com os meios de informação e o sector publicitário (imprensa científica e especializada, imprensa feminina, imprensa culinária),
- contactos com as associações de consumidores,
- meios de informação audiovisuais,
- documentação escrita (prospectos, brochuras, etc.),
- informação nos locais de venda.

6. Duração e âmbito dos programas

Os programas devem ter uma cobertura, pelo menos, nacional ou abranger diversos Estados-Membros.

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos justificados para cada etapa.

MARCAÇÃO DOS OVOS DESTINADOS AO CONSUMO HUMANO

1. **Análise global da situação**

Em conformidade com o n.º 1 do artigo 4.º do Regulamento (CE) n.º 1028/2006 do Conselho⁵, todos os ovos destinados ao consumo humano são marcados na casca com um código de identificação do produtor e do sistema de criação das galinhas poedeiras. Esse código é constituído por um número de identificação do modo de criação (0 = modo de produção biológico, 1 = ar livre, 2 = solo, 3 = gaiolas), pelo código ISO de identificação do Estado-Membro do centro de produção e por um número atribuído pela autoridade competente ao centro de produção.

2. **Objectivos**

- Informar os consumidores sobre as novas normas de marcação dos ovos e explicar de modo exaustivo o significado do código impresso nos ovos,
- informar os consumidores sobre a relação entre o código impresso no ovo e os sistemas de produção de ovos,
- informar os consumidores sobre os sistemas de rastreabilidade existentes.

3. **Grupos-alvo**

- Consumidores e distribuidores,
- formadores de opinião.

4. **Principais mensagens**

- Dar a conhecer e explicar o novo código impresso nos ovos em conformidade com a Directiva 2002/4/CE da Comissão⁶ e as características das diferentes categorias de ovos associadas a esse código,
- as mensagens não devem exprimir preferência por qualquer método de produção em relação aos outros, nem incluir afirmações relativas ao valor nutricional e ao efeito do consumo de ovos sobre a saúde; não deve ser feita qualquer discriminação entre os ovos provenientes dos diferentes Estados-Membros.

5. **Principais instrumentos**

- Instrumentos electrónicos (sítio internet, etc.),
- material impresso (brochuras, prospectos, etc.),
- informação nos locais de venda,
- publicidade na imprensa em geral e na imprensa especializada (gastronómica, feminina, etc.),
- relações com os meios de comunicação social.

⁵ JO L 186 de 7.7.2006, p. 1.

⁶ JO L 30 de 31.1.2002, p. 44.

6. Duração dos programas

De 12 a 24 meses.

MEL E PRODUTOS DA APICULTURA

1. Análise global da situação

O sector comunitário do mel e dos produtos da apicultura de qualidade, que recebe muito pouco apoio comunitário, enfrenta uma concorrência crescente a nível global. A situação é ainda mais difícil devido aos custos de produção na Comunidade, que são elevados.

O sector está sujeito, desde 2001, à Directiva 2001/110/CE do Conselho⁷, que torna obrigatória na rotulagem a indicação de um vínculo entre a qualidade e a origem dos produtos. Os programas a apoiar devem concentrar-se no mel e produtos da apicultura produzidos na Comunidade que ostentem indicações complementares sobre a origem regional, territorial ou topográfica ou um rótulo de qualidade certificado pela Comunidade (DOP/IGP/ETG ou modo de produção biológico) ou por um Estado-Membro.

2. Objectivos

- Informar os consumidores sobre a diversidade, as qualidades organolépticas e as condições de produção dos produtos da apicultura comunitária,
- informar os consumidores sobre as qualidades do mel comunitário não filtrado e não pasteurizado,
- ajudar os consumidores a compreenderem a rotulagem do mel comunitário e encorajar os produtores a utilizarem rótulos cujo significado seja mais claro,
- orientar o consumo de mel para os produtos de qualidade, chamando a atenção para a sua rastreabilidade.

3. Grupos-alvo

- Consumidores, com particular relevo para a faixa etária dos 20 aos 40 anos,
- idosos e crianças,
- formadores de opinião.

4. Principais mensagens

- Informação sobre a legislação comunitária nos domínios da segurança, higiene na produção, certificação da qualidade e rotulagem,
- o mel é um produto natural baseado numa experiência tradicional e bem estabelecida, que tem diversas possibilidades de utilização na cozinha moderna,

⁷ JO L 10 de 12.1.2002, p. 47.

- a grande diversidade de tipos de mel de distinta origem geográfica e botânica e/ou produzidos em diferentes estações do ano,
- conselhos sobre a utilização e o valor nutricional do mel,
- a salvaguarda do processo de polinização é essencial para conservação da biodiversidade.

5. Principais instrumentos

- Anúncios na imprensa geral e especializada (gastronómica, imprensa de sociedade),
- internet, cinema e outros meios de informação audiovisuais (televisão, rádio),
- locais de venda,
- participação em exposições e feiras,
- relações públicas dirigidas ao público em geral, organização de eventos com acções em restaurantes e em serviços fornecedores de refeições,
- informação nas escolas (instruções aos professores e aos estudantes do ramo hoteleiro e da restauração).

6. Duração e âmbito dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas que definam, para cada etapa, uma estratégia e objectivos devidamente justificados.

VQPRD, VINHOS DE MESA COM INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

1. Análise global da situação

O sector caracteriza-se por uma produção abundante, confrontada com um consumo em estagnação e mesmo em declínio para certas categorias, concomitante com uma oferta em progressão proveniente de países terceiros.

2. Objectivos

- Aumentar o consumo dos vinhos comunitários,
- informar os consumidores sobre a variedade, a qualidade e as condições de produção dos vinhos europeus, bem como sobre os resultados de estudos científicos.

3. Grupos-alvo

- Distribuidores,
- consumidores, com excepção dos jovens e adolescentes referidos na Recomendação 2001/458/CE do Conselho⁸,
- formadores de opinião: jornalistas, peritos em gastronomia,

⁸ JO L 161 de 16.6.2001, p. 38.

- estabelecimentos de ensino no sector da hotelaria e restauração.

4. Principais mensagens

- A legislação comunitária prevê uma disciplina estrita em matéria de condições de produção, de indicações de qualidade, de rotulagem e de comercialização, que garantem aos consumidores a qualidade e a rastreabilidade do produto,
- o factor de atracção que representa poder escolher entre uma variada selecção de vinhos comunitários de diferentes origens,
- informação sobre o cultivo da vinha na Comunidade e sobre as suas ligações às condições, culturas e preferências regionais e locais.

5. Principais instrumentos

- Acções de informação e relações públicas,
- acções de formação ao nível da distribuição e da restauração,
- contactos com a imprensa especializada,
- outros instrumentos (sítio internet, prospectos e brochuras) para orientar a escolha dos consumidores e para criar ocasiões de consumo nas reuniões familiares e ocasiões festivas,
- feiras e exposições: *stands* que agrupem a oferta de vários Estados-Membros.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos para cada etapa.

PRODUTOS COM DENOMINAÇÃO DE ORIGEM PROTEGIDA (DOP) OU INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP) E ESPECIALIDADES TRADICIONAIS GARANTIDAS (ETG)

1. Análise global da situação

O sistema comunitário de protecção da denominação dos produtos, definido pelos Regulamentos (CE) n.º 509/2006 e (CE) n.º 510/2006, representa uma prioridade na execução do capítulo da política agrícola comum relacionado com a qualidade. Logo, é necessário prosseguir os esforços de realização de campanhas através das quais os produtos que beneficiam de denominações protegidas sejam divulgados junto de todos os potenciais envolvidos na cadeia de produção, preparação, comercialização e consumo.

2. Objectivos

As campanhas de informação e promoção não devem centrar-se numa única denominação ou num grupo limitado de denominações de produtos, mas sim em grupos de denominações ou em determinadas categorias de produtos, ou ainda em produtos elaborados numa ou em várias regiões ou num ou em vários Estados-Membros.

Essas campanhas devem:

- fornecer informação completa sobre o conteúdo, funcionamento e natureza comunitária dos regimes e, em especial, sobre o seu efeito em termos de valor comercial dos produtos cuja denominação, após registo, beneficia da protecção prevista nesses regimes,
- aumentar a informação dos consumidores, distribuidores e profissionais do sector alimentar sobre os logótipos comunitários dos produtos DOP/IGP e ETG,
- encorajar os agrupamentos de produtores/transformadores que ainda não participam nesses regimes a utilizarem o sistema, mediante registo das denominações dos produtos que satisfaçam as exigências básicas,
- encorajar os agrupamentos de produtores/transformadores das regiões em causa que ainda não participam nesses regimes a produzirem produtos que possam ostentar as denominações registadas, conformando-se às especificações aprovadas e às exigências de controlo definidas para as diferentes denominações protegidas,
- estimular a procura dos produtos em causa, informando os consumidores e distribuidores da existência, do significado e das vantagens dos regimes, bem como dos seus logótipos, das condições de atribuição das denominações, do respectivo controlo e do sistema de rastreabilidade.

3. Grupos-alvo

- Produtores e transformadores,
- distribuidores (grande distribuição, grossistas, comércio retalhista, fornecedores de refeições, cantinas, restaurantes),
- consumidores e suas associações,
- difusores de informação.

4. Principais mensagens

- Os produtos que beneficiam de denominações protegidas apresentam características específicas relacionadas com a sua origem geográfica; no caso das DOP, a qualidade ou características dos produtos estão fundamental ou exclusivamente ligadas ao ambiente geográfico específico (com os respectivos factores naturais e humanos); os produtos com IGP possuem qualidades ou uma reputação que podem ser atribuídas à origem geográfica, devendo pelo menos uma das fases da produção, transformação ou preparação ocorrer na respectiva região,
- os produtos ETG apresentam características específicas associadas aos métodos tradicionais de produção ou à utilização de matérias-primas tradicionais,
- os logótipos comunitários para as DOP, IGP e ETG são símbolos entendidos em toda a Comunidade como estando ligados a produtos que cumprem determinadas condições de produção, associadas à sua origem geográfica ou à sua produção tradicional, e que estão sujeitos a controlo,

- outros aspectos relacionados com a qualidade (segurança, valor nutricional, sabor, rastreabilidade) dos produtos em causa,
- apresentação de alguns produtos DOP, IGP e ETG como exemplo do potencial aumento do sucesso comercial dos produtos cuja denominação está registada ao abrigo dos regimes de protecção,
- os regimes de protecção contribuem para a conservação da tradição cultural europeia e para a diversidade da produção agrícola, bem como para a conservação do meio rural.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos (sítio internet),
- relações públicas com os meios de informação (imprensa especializada, imprensa feminina, imprensa culinária),
- contactos com as associações de consumidores,
- informação e demonstração nos locais de venda,
- meios de informação audiovisuais (nomeadamente, *spots* televisivos),
- documentação escrita (prospectos, brochuras, etc.),
- participação em feiras e exposições,
- acções/seminários de informação e formação sobre o funcionamento dos regimes comunitários DOP, IGP e ETG.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam claramente uma estratégia e os objectivos para cada etapa.

INFORMAÇÃO SOBRE O SÍMBOLO GRÁFICO DAS REGIÕES ULTRAPERIFÉRICAS

1. Análise global da situação

A presente directriz refere-se às regiões ultraperiféricas da Comunidade, definidas no n.º 2 do artigo 299.º do Tratado. O estudo de avaliação externo revelou que a campanha comunitária de informação sobre o símbolo gráfico (logótipo) das regiões ultraperiféricas, realizada em 1998/1999, suscitou um verdadeiro interesse por parte dos diferentes operadores do sector.

Assim, diversos produtores e transformadores requereram a aprovação dos seus produtos de qualidade com vista à utilização desse logótipo.

Atendendo à duração limitada da primeira campanha, parece oportuno continuar a reforçar a notoriedade do logótipo junto dos diferentes alvos, prosseguindo a actividade de informação sobre o seu significado e as suas vantagens.

2. Objectivos

- Dar a conhecer a existência, o significado e as vantagens do logótipo,
- incitar os produtores e os transformadores das regiões em questão a utilizar o logótipo,
- melhorar o conhecimento do logótipo por parte dos distribuidores e dos consumidores.

3. Grupos-alvo

- Produtores e transformadores locais,
- distribuidores e consumidores,
- difusores de informação.

4. Principais mensagens

- Carácter típico, carácter natural,
- proveniência de uma região comunitária,
- qualidade (segurança, valor nutricional e organoléptico, método de produção, ligação com a origem),
- exotismo,
- variedade da oferta, incluindo o desfasamento da época de produção,
- rastreabilidade.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos (sítio internet, etc.),
- linha telefónica de informação,
- relações públicas com os meios de informação (imprensa especializada, imprensa feminina, imprensa culinária),
- demonstrações nos locais de venda, salões, feiras, etc.,
- contactos com os médicos e os nutricionistas,
- outros instrumentos (prospectos, brochuras, receitas, etc.),
- meios de informação audiovisuais,
- publicidade na imprensa especializada e local.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses,

MODO DE PRODUÇÃO BIOLÓGICO

1. **Análise global da situação**

O consumo de produtos agrícolas obtidos pelo modo de produção biológico é particularmente acentuado nos meios urbanos, embora a sua parte de mercado seja ainda bastante limitada.

O nível de reconhecimento das características destes produtos entre os consumidores e outros grupos interessados está a aumentar, mas continua a ser bastante limitado.

No âmbito do Plano de acção europeu para os alimentos e a agricultura biológicos⁹, as acções de informação e promoção são consideradas um instrumento-chave para o aumento da procura dos alimentos obtidos pelo modo de produção biológico.

2. **Objectivos**

As campanhas de informação e promoção não se devem concentrar num único produto ou num número limitado de produtos, mas sim em grupos de produtos ou nos métodos de produção biológicos aplicados numa ou em diversas regiões de um ou mais Estados-Membros.

Essas campanhas devem:

- encorajar o consumo de produtos obtidos pelo modo de produção biológico,
- aumentar a sensibilização dos consumidores para a rotulagem, nomeadamente para o logótipo comunitário dos produtos obtidos pelo modo de produção biológico,
- apresentar informação completa e aumentar a sensibilização para os benefícios do modo de produção biológico, em especial no que respeita à protecção do ambiente, do bem-estar dos animais, da conservação do meio rural e do desenvolvimento das zonas rurais,
- fornecer informação completa sobre o teor e o funcionamento do regime comunitário relativo ao modo de produção biológico,
- encorajar os produtores e transformadores individuais, bem como os agrupamentos de produtores/transformadores/retalhistas que ainda não praticam uma agricultura biológica a que se reconvertam a este modo de produção; encorajar os retalhistas, agrupamentos de retalhistas e restaurantes a venderem produtos da agricultura biológica.

3. **Grupos-alvo**

- Consumidores em geral, associações de consumidores e subgrupos específicos de consumidores,
- difusores de informação,
- distribuidores (grande distribuição, grossistas, comércio retalhista especializado, fornecedores de refeições, cantinas, restaurantes),

⁹ COM(2004) 415 final.

- professores e estabelecimentos de ensino.

4. Principais mensagens

- Os produtos obtidos pelo modo de produção biológico são naturais, adaptados às condições da vida moderna e de consumo agradável, resultando de métodos de produção que são particularmente respeitadores do ambiente e do bem-estar dos animais; a agricultura biológica beneficia a diversidade da produção agrícola e também a conservação do meio rural,
- os produtos estão sujeitos a regras estritas de produção e controlo, que incluem a total rastreabilidade do produto, por forma a garantir que provêm de explorações sujeitas a um sistema de controlo,
- a utilização dos termos “orgânico”, “ecológico”, “biológico” e dos seus equivalentes noutras línguas para produtos alimentares é protegida legalmente; o logótipo comunitário para os produtos biológicos é compreendido em toda a UE e indica que a produção dos mesmos teve lugar em função de critérios rigorosos e mediante um controlo estrito; a informação relativa ao logótipo comunitário pode ser complementada por informação sobre outros logótipos adoptados nos Estados-Membros,
- podem ser salientados outros aspectos relacionados com a qualidade (segurança, valor nutricional, sabor) dos produtos em causa.

5. Principais instrumentos

- Instrumentos electrónicos (sítio internet),
- linha telefónica de informação,
- relações públicas com os meios de informação (imprensa especializada, imprensa feminina, imprensa culinária, imprensa da indústria alimentar),
- contactos com as associações de consumidores,
- informação nos locais de venda,
- acções nos estabelecimentos de ensino,
- meios de informação audiovisuais (nomeadamente, *spots* televisivos),
- documentação escrita (prospectos, brochuras, etc.),
- participação em feiras e exposições,
- acções/seminários de informação e formação sobre o funcionamento do regime comunitário aplicável à agricultura biológica e aos respectivos produtos.

6. Duração dos programas

De 12 a 36 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam claramente uma estratégia e os objectivos para cada etapa.

CARNE DE AVES DE CAPOEIRA

1. **Análise global da situação**

A crise de confiança dos consumidores em relação à carne de aves de capoeira, ligada à mediatização da gripe aviária, traduziu-se numa baixa substancial do consumo. É, portanto, conveniente reforçar a confiança dos consumidores na carne de aves de capoeira de origem comunitária.

Para isso, há que fornecer informações objectivas sobre os sistemas de produção comunitários (normas de comercialização) e o controlo que são exigidos para além da legislação geral relativa ao controlo e à segurança dos alimentos.

2. **Objectivos**

- As campanhas de informação e promoção são limitadas a produtos elaborados na União Europeia,
- os seus objectivos são:
 - garantir informações objectivas e exaustivas sobre a regulamentação dos sistemas de produção comunitários e nacionais para a segurança dos produtos à base de carne de aves de capoeira; deve, nomeadamente, ser facultada ao consumidor informação completa e precisa sobre as normas de comercialização,
 - informar o consumidor sobre a diversidade e as qualidades organolépticas e nutricionais da carne de aves de capoeira,
 - chamar a atenção do consumidor para a rastreabilidade.

3. **Grupos-alvo**

- Consumidores e respectivas associações,
- pessoas responsáveis pelas compras nos agregados familiares,
- instituições (restaurantes, hospitais, escolas, etc.),
- distribuidores e respectivas associações,
- jornalistas e formadores de opinião.

4. **Principais mensagens**

- A carne de aves de capoeira comercializada no território da União Europeia está sujeita a regulamentação comunitária que cobre toda a cadeia de produção, o abate e o consumo,
- foram instauradas diversas medidas de segurança, inclusive ao nível do controlo,
- conselhos gerais de higiene relativos à manipulação de produtos alimentares de origem animal.

5. Principais instrumentos

- Internet,
- relações públicas com os meios de informação e o sector publicitário (imprensa científica e especializada, imprensa feminina, imprensa culinária),
- contactos com as associações de consumidores,
- meios de informação audiovisuais,
- documentação escrita (prospectos, brochuras, etc.),
- informação nos locais de venda.

6. Duração e âmbito dos programas

Os programas devem ter uma cobertura, pelo menos, nacional ou abranger diversos Estados-Membros.

De 12 a 24 meses, com preferência pelos programas plurianuais que definam objectivos justificados para cada etapa.

ANEXO III (do caderno de Normas)

MODELO DE CONTRATO

(Referência: FEAGA: 05 08 04 01 – 38.....)

Entre:

..... (nome e endereço),
que age em nome e por conta de (Estado-Membro), a seguir
denominado(a) "autoridade nacional competente", representado(a), para efeitos da assinatura do
presente contrato, por (nome e endereço),
por um lado,

e

..... (nome e endereço da sede social),
a seguir denominado "contratante", representado por (nome e funções),
por outro lado,

Tendo em conta o Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho, de 17 de Dezembro de 2007, relativo a acções de
informação e promoção a favor dos produtos agrícolas no mercado interno e nos países terceiros¹⁰,

Tendo em conta o Regulamento (CE) n.º 501/2008 da Comissão, de 5 de Junho de 2008, que
estabelece as regras de execução do Regulamento (CE) n.º 3/2008¹¹,

Foi acordado o seguinte:

Artigo 1.º - Objecto

1. O contratante compromete-se a executar as seguintes acções:

.....,
definidas na sua proposta de, alterada pelas cartas de ...
..., que são parte integrante do presente contrato (cf. anexo I).

Ao presente contrato corresponde a seguinte referência: (n.º do
Estado-Membro).

O contratante é, perante a autoridade nacional competente, o único responsável pela
execução das acções e o único interlocutor.

A autoridade nacional competente não suportará, em caso algum, as consequências de
eventuais litígios entre o contratante e o organismo executor e os seus eventuais
subcontratantes.

¹⁰ JO L 3 de 5.1.2008, p. 1.

¹¹ JO L 147 de 6.6.2008, p. 3.

2. O presente contrato só pode ser alterado por acordo escrito entre as partes contratantes, mediante pedido fundamentado de uma delas. As eventuais alterações, aprovadas pelo ou pelos Estados-Membros, devem assumir a forma de um aditamento assinado por cada uma das partes contratantes. Deve ser transmitida à Comissão, no mais curto prazo, uma cópia desse aditamento.

O presente contrato não pode ser alterado durante os três meses anteriores ao termo da última fase referida no n.º 3 do artigo 2.º. Todavia, em circunstâncias excepcionais devidamente fundamentadas, a autoridade nacional competente pode autorizar uma derrogação a esta disposição.

Artigo 2.º - Duração

1. O presente contrato entra em vigor na data da última assinatura das partes contratantes.
2. A duração da realização das acções do contrato é dividida em (uma/duas/três) fases de doze meses cada uma). O contratante só é autorizado a prosseguir o cumprimento do presente contrato nas segunda e terceira fases após autorização escrita do ou dos Estados-Membros em causa. Essa autorização será condicionada pela disponibilidade das dotações necessárias no orçamento da Comunidade Europeia. Nenhuma despesa efectuada para a preparação ou a realização de uma acção da fase seguinte será elegível antes da data daquela autorização.

O ou os Estados-Membros em causa podem – sem que haja lugar a indemnização – suspender o contrato, temporária ou definitivamente, se as dotações necessárias para o seu cumprimento se não encontrarem disponíveis no orçamento dos Estados-Membros em causa.

3. As acções previstas nos documentos referidos no artigo 1.º devem ser executadas durante as diversas fases do programa, a partir da data de entrada em vigor do contrato, e estar concluídas no termo da primeira/segunda/terceira fase.
4. O contrato expira após o pagamento do saldo da última fase.

Artigo 3.º

Participações financeiras da Comunidade Europeia e do Estado-Membro

1. A participação financeira da Comunidade Europeia não excede 50% das despesas totais do programa reconhecidas elegíveis, previstas no anexo II e efectivamente suportadas pelo contratante para execução das acções referidas no artigo 1.º, até ao limite máximo de:
 - euros, na primeira fase;
 - euros, na segunda fase;
 - euros, na terceira fase (preencher em função da duração do contrato e das percentagens máximas autorizadas).

Em relação ao mercado interno, a percentagem referida no primeiro parágrafo é de 60% para:

- as acções de promoção de frutos e produtos hortícolas especificamente destinadas às crianças em estabelecimentos escolares da Comunidade;
- as acções de informação realizadas na Comunidade sobre padrões de consumo responsável e os danos ligados ao consumo perigoso de álcool.

Os montantes correspondentes ao imposto sobre o valor acrescentado ou a outros direitos e imposições dos Estados-Membros não são tidos em conta no cálculo da participação financeira da Comunidade.

2. A participação financeira do Estado-Membro ou dos Estados-Membros em causa corresponde a ...% (1) das despesas de cada fase de execução do programa, reconhecidas elegíveis, previstas no anexo II e efectivamente suportadas pelo contratante para execução das acções referidas no artigo 1.º, até ao limite máximo de:
 - euros, na primeira fase;
 - euros, na segunda fase;
 - euros, na terceira fase.(1) (a preencher ou a adaptar pelo Estado-Membro)
3. A participação financeira da Comunidade Europeia e, se for caso disso, do ou dos Estados-Membros em causa relativa a cada fase do contrato não pode, em caso algum, ser aumentada, ainda que o custo real das acções em causa exceda o custo indicado pelo contratante na sua proposta. Os riscos relativos a essa superação são exclusivamente suportados pelo contratante.
4. Se o custo total das acções referidas no artigo 1.º vier a ser inferior aos montantes indicados no n.ºs 1 e 2, as participações financeiras da Comunidade Europeia e, se for caso disso, do ou dos Estados-Membros em causa são reduzidas proporcionalmente.

Artigo 4.º - Execução das acções

1. O contratante assume inteiramente a responsabilidade técnica e financeira pelas acções referidas no artigo 1.º, incluindo a da sua compatibilidade com a regulamentação comunitária e as normas de concorrência aplicáveis na matéria. O contratante deve afectar o pessoal necessário ao acompanhamento e vigilância da execução das acções previstas no programa.
2. O contratante comunica à autoridade nacional competente os contratos com os organismos executores, os nomes e as firmas dos terceiros a quem pretenda confiar a execução de uma acção, bem como os nomes de eventuais conselheiros ou consultores. [Os contratos celebrados com subcontratantes, se for caso disso, devem ser aprovados por escrito pela autoridade nacional competente antes da sua celebração]¹².
3. O contratante inclui nos contratos que celebre com os organismos executores as disposições que permitam à autoridade nacional competente e à Comissão exercer, em

¹²

Os textos entre parênteses rectos são facultativos.

relação aos organismos executores, os mesmos direitos e controlos e beneficiar das mesmas garantias de que dispõem relativamente ao próprio contratante.

4. São aceites automaticamente, até ao limite de 10%, variações na repartição das despesas relativas a cada rubrica orçamental referente às acções do programa, conforme indicadas na proposta do contratante aceite e anexa ao contrato, desde que não sejam superados os montantes máximos indicados no artigo 3.º.
5. O contratante compromete-se, tanto no que lhe diz respeito como em relação ao organismo executor e eventuais subcontratantes, a:
 - não orientar acções em função de marcas nem promover empresas ou, sob reserva do n.º 2 do artigo 4.º e do n.º 2 do artigo 5.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008, origens no quadro das acções objecto do presente contrato;
 - que as mensagens sejam conformes com a legislação aplicável nos países terceiros a que se destinam;
 - não solicitar outros auxílios comunitários ou nacionais com vista à execução das acções referidas no artigo 1.º;
 - indicar de modo claro e legível, em conformidade com o anexo IV, em todos os materiais (incluindo os suportes audiovisuais) que produza a participação da União Europeia no financiamento das acções objecto do presente contrato, sob pena de não-elegibilidade das despesas correspondentes;
 - [disposição do Estado-Membro relativa à sua própria participação].
6. O contratante informa a autoridade nacional competente transmitindo-lhe, com uma antecedência de trinta dias relativamente ao início de cada trimestre, o calendário provisório das acções previstas, segundo o modelo do anexo VII. Sempre que o calendário provisório sofra alterações, o contratante informa, com uma antecedência mínima de quinze dias úteis, das datas ou dos períodos de realização das acções previstas no programa.

A ausência de comunicação desta informação implica a não-elegibilidade dos custos da acção ou das acções em causa.

A autoridade nacional competente transmite imediatamente essa informação à Comissão.
7. O contratante informa por escrito e sem demora a autoridade nacional competente, prestando-lhe todas as informações úteis, de qualquer facto susceptível de prejudicar o cumprimento do presente contrato nos prazos previstos.
8. O contratante compromete-se a transmitir à autoridade nacional competente todos os projectos dos materiais informativos e promocionais produzidos no âmbito do programa antes da realização das acções. O ou os Estados-Membros velam por que o projecto de material seja conforme com a regulamentação comunitária em vigor, nomeadamente, no que se refere aos programas destinados ao mercado interno, o artigo 4.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008 e, no que se refere aos programas para os países terceiros, o artigo 5.º do mesmo regulamento.

Artigo 5.º - Condições de pagamento

1. O contratante compromete-se a abrir uma conta bancária que será utilizada exclusivamente para as operações financeiras (receitas e despesas) a realizar no âmbito da gestão do presente contrato.
2. As participações financeiras da Comunidade Europeia e, se for caso disso, do ou dos Estados-Membros em causa são pagas pela autoridade nacional competente, nos prazos fixados no artigo 20.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008, na conta bancária a seguir indicada, aberta no nome do contratante:
Denominação do banco:
Endereço completo da agência bancária:
Identificação exacta do titular da conta:
Número da conta, incluindo os códigos bancários (*código IBAN*):
3. O contratante compromete-se a:
 - pagar as despesas apresentadas pelos organismos executores nos prazos legais, antes de pedir o seu reembolso à autoridade nacional competente;
 - prover a conta indicada no n.º 1 para cumprir as obrigações enunciadas no primeiro travessão do presente número.
4. Os pedidos de pagamento referidos nos artigos 18.º e 19.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008 são apresentados em conformidade com o disposto no ponto D do anexo III do presente contrato e acompanhados de um mapa que indique os pagamentos realmente efectuados, além dos relatórios previstos nos mesmos artigos. Devem ser anexadas aos pedidos de pagamento as cópias das facturas e dos documentos comprovativos desses pagamentos, nomeadamente o extracto bancário da conta referida no n.º 1, emitido pelo banco.
Os relatórios referidos nos artigos 18.º e 19.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008 devem ser apresentados de acordo com os modelos constantes do anexo VIII.
5. Se as verificações revelarem o pagamento indevido de certos montantes, o beneficiário reembolsa os montantes em causa, a pedido da autoridade nacional competente, nos termos do n.º 1 do artigo 26.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008. Em caso de fraude ou de negligência grave, aplica-se o disposto no artigo 27.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008.
6. Em caso de resolução do contrato, o pagamento das participações financeiras da Comunidade Europeia e, se for caso disso, do ou dos Estados-Membros fica suspenso até à fixação dos efeitos dessa resolução, nos termos do n.º 4 do artigo 10.º.

Artigo 6.º - Controlos

1. O contratante e os organismos executores mantêm uma contabilidade analítica que permita a identificação das receitas e despesas relativas à execução das acções que se regem pelo presente contrato. Devem manter à disposição da autoridade nacional competente e da Comissão todos os documentos e informações necessários à verificação do respeito das suas obrigações.

2. A autoridade nacional competente e a Comissão podem, em qualquer momento, mandar realizar controlos técnicos e contabilísticos que lhes permitam acompanhar a evolução e a realização das acções em causa. Os agentes mandatados do organismo competente, da Comissão e do Tribunal de Contas têm igualmente acesso aos livros e a todos os outros documentos relativos aos pagamentos efectuados no âmbito do contrato, desde a assinatura deste e até ao termo dos cinco anos seguintes à data do pagamento do saldo.
3. A Comissão pode, em qualquer momento, participar nos controlos organizados pelos Estados-Membros. Pode, igualmente, efectuar quaisquer controlos suplementares que considere necessários.

Artigo 7.º - Descontos e rendimentos eventuais

1. O contratante deve aproveitar todas as possibilidades de obter descontos, reduções ou comissões.

O contratante compromete-se a creditar na conta referida no n.º 2 do artigo 5.º todos os descontos, reduções ou comissões que obtenha e que ainda não estejam indicados na facturação.

2. O contratante credita na conta referida no n.º 2 do artigo 5.º todos os rendimentos decorrentes da execução das acções objecto do presente contrato, nomeadamente os eventuais juros resultantes da aplicação de qualquer montante proveniente da participação financeira da Comunidade Europeia e, se for caso disso, do ou dos Estados-Membros em causa.

Todos esses rendimentos são deduzidos da participação financeira da Comunidade Europeia e, se for caso disso, do ou dos Estados-Membros em causa.

Artigo 8.º - Divulgação e exploração dos resultados

1. O contratante compromete-se a proteger ou a garantir a protecção dos resultados susceptíveis de constituir objecto de direitos de propriedade adquiridos no cumprimento do presente contrato.
2. Além disso, o contratante compromete-se, tanto no que lhe diz respeito como em relação aos organismos executores e seus eventuais subcontratantes, a reservar para a Comissão e, se for caso disso, para o ou os Estados-Membros todos os direitos de utilização dos resultados das acções objecto do presente contrato.

Esta obrigação não prejudica o dever do contratante de divulgar esses resultados quando tal divulgação seja objecto do contrato.

3. O contratante aceita que a Comissão e os Estados-Membros comuniquem ou publiquem informações respeitantes, nomeadamente, às acções previstas no presente contrato e à avaliação final das mesmas, bem como aos organismos que tenham participado na sua execução.

4. O material produzido e financiado no âmbito de um programa referido no n.º 1, incluindo as criações gráficas, visuais e audiovisuais, bem como os sítios Internet, pode ser utilizado posteriormente, mediante autorização prévia, por escrito, da Comissão, das organizações proponentes em causa e dos Estados-Membros que contribuam para o financiamento do programa, atentos os direitos dos contratantes decorrentes do direito nacional por que se rege o contrato.

Artigo 9.º - Compensação de créditos

Os créditos respectivos das partes resultantes do presente contrato não podem ser compensados por outros créditos entre as mesmas partes.

Artigo 10.º - Cláusula resolutiva

1. O presente contrato será resolvido de pleno direito pela autoridade nacional competente, sem que haja lugar a indemnização, em caso de incumprimento pelo contratante de uma das obrigações que lhe incumbem por força do presente contrato, após notificação para cumprir, enviada por carta registada com aviso de recepção e não seguida de cumprimento no prazo de um mês.
2. O contrato será resolvido pela autoridade nacional competente, sem pré-aviso, nos seguintes casos:
 - a) Impossibilidade de obtenção pelo contratante, por motivos que lhe sejam imputáveis, de uma das licenças ou autorizações necessárias ao cumprimento do contrato;
 - b) Falta grave do contratante às suas obrigações contratuais, devidamente verificada pela autoridade nacional competente;
 - c) Falsas declarações do contratante destinadas a obter o financiamento comunitário ou outros financiamentos públicos.
3. Nos casos referidos nos n.ºs 1 e 2, o contratante perde a totalidade da garantia de execução (referida no n.º 3 do artigo 16.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008 da Comissão) e, proporcionalmente aos montantes da participação financeira da Comunidade e dos Estados-Membros indevidamente pagos, as outras garantias que tenha constituído a título do presente contrato.
4. Em caso de resolução, o montante devido ao contratante é calculado com base no custo real das acções executadas em conformidade com o contrato antes da resolução, incluindo as despesas resultantes dos trabalhos preparatórios das acções por executar, sem prejuízo da indemnização por perdas e danos devida pelo contratante em virtude da resolução.

Artigo 11.º - Cláusula fiscal

1. Em aplicação do disposto nos artigos 3.º e 4.º do Protocolo relativo aos Privilégios e Imunidades das Comunidades Europeias, a participação financeira da Comunidade

Europeia está isenta de todos os direitos e impostos, nomeadamente o imposto sobre o valor acrescentado. Relativamente à aplicação dos artigos 3.º e 4.º do Protocolo, o contratante deve respeitar as instruções da autoridade nacional competente e da Comissão.

2. Se o contratante estiver sujeito ao pagamento do imposto sobre o valor acrescentado num Estado-Membro, o montante correspondente não será elegível para efeitos da participação financeira da Comunidade Europeia.
3. Se o contratante estiver sujeito ao pagamento de direitos e imposições nos países terceiros a que o programa se destina, tais direitos e imposições são elegíveis para reembolso, no âmbito do orçamento do programa aprovado, salvo se forem recuperáveis nos países terceiros em que o programa é executado.
- (4. cláusula fiscal do Estado-Membro)

Artigo 12.º - Litígios entre o contratante e terceiros

1. Sempre que a autoridade nacional competente solicite ao contratante que intente um processo administrativo ou judicial no âmbito de uma acção contra terceiros resultante do cumprimento do presente contrato, o contratante deve respeitar as instruções da autoridade nacional competente.
2. O contratante informa, por escrito, a autoridade nacional competente de qualquer processo administrativo ou judicial contra ele intentado relacionado com o cumprimento do presente contrato. As partes contratantes decidem, de comum acordo, das medidas a tomar.
3. A autoridade nacional competente informa a Comissão, sem demora, dos procedimentos referidos nos n.ºs 1 e 2.

Artigo 13.º - Disposições aplicáveis em caso de litígio

Em caso de litígio entre o presente contrato e a proposta do contratante, prevalecem as cláusulas do presente contrato.

Artigo 14.º - Jurisdição

1. O presente contrato é regulado pela lei do país da autoridade nacional competente.
2. Os tribunais do país referido no n.º 1 são competentes para conhecer de qualquer litígio entre a autoridade nacional competente e o contratante ou de qualquer acção de uma parte contra a outra, emergentes do presente contrato, que não tenham podido ser dirimidos por transacção entre as partes contratantes.

Artigo 15.º - Anexos

São parte integrante do presente contrato os seguintes anexos:

- Anexo I: Proposta do contratante (e cartas que a alteram), referida no artigo 1.º;
- Anexo II: Orçamento recapitulativo;
- Anexo III: Elegibilidade das despesas: regras específicas.
- Anexo IV: Regras sobre a menção da participação financeira da União Europeia;
- Anexo V: Modelo de garantia de execução do contrato;
- Anexo VI: Modelo de garantia do adiantamento;
- Anexo VII: Modelo de calendário provisório das acções;
- Anexo VIII: Modelos de relatórios.

ASSINATURAS

Pela autoridade nacional competente,

Pelo contratante,

Feito em..., aos...

Feito em..., aos...

Em dois exemplares

ANEXO I (do contrato)

1. Proposta do contratante (e cartas que a alteram), aprovada pela Comissão.

ANEXO II (do contrato)

Orçamento recapitulativo¹

ACÇÕES	1.º ANO	2.º ANO	3.º ANO	TOTAL
<i>Acção 1*</i> <i>Acção 2*</i> <i>Acção 3*</i>				
<i>Total das acções (1)</i> <i>Despesas relativas à</i> <i>garantia de execução</i> <i>Honorários do organismo</i> <i>executor (máximo 13%-15%</i> <i>de (1), anexo III,</i> <i>ponto B.1.2)</i> <i>Medição dos resultados das</i> <i>acções (máximo 3% de (1),</i> <i>anexo III, ponto C.5)</i>				
<i>Total dos custos directos do</i> <i>programa (2)</i> <i>Despesas gerais (máximo</i> <i>3%-5% ou 4%-6% de (2),</i> <i>anexo III, ponto A.2)</i>				
TOTAL PROGRAMA				

PARTICIPAÇÃO FINANCEIRA¹
(valor e %)

	1.º ANO	2.º ANO	3.º ANO	TOTAL
C. EUROPEIA				
ESTADO-MEMBRO				
CONTRATANTE				
TOTAL				

* Incluindo os honorários facturados com base numa taxa horária (anexo III, ponto B.1.1)

¹ Estes quadros podem ser adaptados em função do programa.

Elegibilidade das despesas: regras específicas

As despesas elegíveis correspondem apenas aos custos, relativos às acções realizadas, suportados pelo contratante e pelo organismo executor após a data de entrada em vigor do contrato e antes do seu termo. As despesas podem incluir a totalidade ou parte das seguintes categorias:

B. Despesas do contratante (despesas gerais e despesas financeiras)

3. As despesas gerais do contratante cobrem as despesas administrativas, de coordenação (incluindo as despesas de deslocação e estada) e de gestão (incluindo o custo de utilização informática), assim como de secretariado, contabilidade, correspondência, arrendamento, comunicações e consumos correntes, como água, gás e electricidade, e despesas de manutenção. Estes custos indirectos devem ser calculados com base nos princípios, regras e métodos contabilísticos vigentes no país do contratante.
4. As despesas gerais não podem exceder as percentagens a seguir indicadas dos custos efectivos da realização das acções:
 - A) para o mercado interno:
 - 3%, para os programas propostos por um único Estado-Membro,
 - 5%, para os programas propostos por vários Estados-Membros;
 - B) para os países terceiros:
 - 4%, para os programas propostos por um único Estado-Membro,
 - 6%, para os programas propostos por vários Estados-Membros.

Todavia, os custos efectivos da realização das acções executadas directamente pelo contratante não são tidos em conta no cálculo das despesas gerais.

3. São elegíveis as despesas respeitantes à garantia de execução prevista no n.º 3 do artigo 16.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008.
4. As despesas gerais e as respeitantes à garantia de execução só são admissíveis na medida em que:
 - possam ser verificadas;
 - não incluam qualquer custo já imputado ao presente contrato a título de outra categoria de despesas;
 - não sejam tomadas a cargo no âmbito de outro programa.

C. Despesas do organismo executor

2. Honorários

Os honorários cobrem todas as despesas de pessoal, concepção, realização e gestão das acções a realizar. As despesas de deslocação e de estada estão sujeitas às regras enunciadas no ponto 2. Todos os honorários devem ser apresentados de uma das duas formas seguintes:

1.1. Honorários facturados com base nos trabalhos realmente executados

Estes honorários devem ser apresentados com base no custo horário (e não diário), por acção, por mês, por categoria de pessoal e por pessoa. Devem ser indicados a duração da prestação, o custo unitário e o custo total.

Contudo, os mapas de serviço elaborados pelo pessoal em causa devem conter informações complementares, tais como o local da prestação, o número de horas por dia e o objecto da prestação relacionada com a acção prevista no contrato.

A conformidade dos mapas de serviço deve ser certificada pelo chefe de projecto, ou por qualquer outro responsável pelo pessoal, pelo menos uma vez por mês.

Os mapas de serviço pormenorizados devem estar disponíveis e ser verificáveis junto do contratante.

Relativamente aos honorários dos peritos consultados, o organismo executor deve assegurar-se da veracidade do tempo de trabalho declarado.

1.2. Honorários com base num montante fixo

Estes honorários não podem exceder as percentagens a seguir indicadas dos custos efectivos da realização das acções [excluindo as despesas do contratante (pontos A.1 e A.3) e os honorários referidos no ponto 1.1 *supra*]:

- 13%, para os programas propostos por um único Estado-Membro;
- 15%, para os programas propostos por vários Estados-Membros.

1.3. Quando o contratante execute directamente acções em conformidade com o n.º 1 do artigo 13.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008, os honorários facturados com base nos trabalhos realmente efectuados devem ser apresentados de acordo com o disposto no ponto 1.1.

2. Despesas de deslocação e de estada

Estas despesas, geradas pela realização das acções, são elegíveis, mediante apresentação dos documentos comprovativos, nas seguintes condições:

2.1. Despesas de deslocação

- bilhete de avião em classe económica e cartão de embarque;
- bilhete de caminho-de-ferro em primeira classe;
- para as viagens de automóvel, um subsídio máximo, por quilómetro, de 0,25 euros; devem ser indicados os lugares de partida e de chegada, as datas e a distância.

2.2. Despesas de alojamento e de restauração

- subsídio de alojamento de, no máximo, 120 euros/dia, para o mercado interno, e 180 euros/dia, para os países terceiros, pago contra apresentação dos recibos respeitantes às facturas pagas;
- subsídio de estada fixo de 80 euros/dia, para o mercado interno, e 90 euros/dia, para os países terceiros, para cobertura das restantes despesas (alimentação, deslocações locais, telefone, etc.).

Estes subsídios são concedidos para actividades fora do lugar de trabalho e cobrem o número de dias necessário para a realização da acção.

C. Outras despesas relacionadas com a realização das acções

1. Despesas de reuniões e viagens em grupo

Se o organismo executor tiver de organizar deslocações ou reuniões para os grupos-alvo dos programas, os documentos comprovativos devem ser acompanhados de uma lista de presenças. Por exemplo, os recibos dos hotéis devem ser personalizados ou, sendo globais, indicar os nomes das pessoas alojadas. Se se tratar de despesas de alimentação de grupo, devem ser mencionados os nomes dos participantes, respectivas funções e objecto da actividade.

2. Material e equipamento

O material e o equipamento necessários para a realização das actividades relativas ao presente contrato devem ser utilizados em regime de locação, salvo se a compra for mais vantajosa ou a locação impossível.

2.1. Despesas com material não duradouro

As despesas com material não duradouro referem-se à aquisição, fabrico ou utilização de materiais, bens ou equipamentos que:

- a) Tenham uma duração inferior à dos trabalhos definidos no contrato; e
- b) Não sejam considerados imobilizações, de acordo com os princípios, regras e métodos de contabilidade vigentes no organismo executor.

As despesas com material não duradouro não são consideradas custos directos se forem contabilizadas pelo organismo executor sob a forma de amortização ou a qualquer outro título.

2.2. Despesas com material duradouro

São consideradas elegíveis as despesas relativas à compra ou ao fabrico, após a data do início da produção de efeitos do contrato, dos materiais indispensáveis à execução da acção que tenham duração igual ou superior à dos trabalhos definidos no contrato.

Estas despesas devem respeitar as disposições nacionais em matéria de amortização, entendendo-se que o período considerado para o cálculo do montante em causa é o que medeia entre a data do início de produção dos efeitos do contrato ou a data de compra do material, se esta for posterior à primeira, e a do termo do contrato. Será igualmente tida em conta a taxa de utilização desse material durante o período considerado.

3. Custos de utilização informática

Os custos de utilização informática podem incluir o conjunto das despesas relativas a tempo de conexão, tempo de unidade central, linhas impressas e prestações de empresas de serviços. Estas despesas podem ser imputadas ao contrato de acordo com as regras internas do organismo executor e com base no tempo de cálculo efectivamente consagrado aos trabalhos definidos no contrato. (A lista dos preços de cálculo figura na proposta referida no anexo I.)

4. Despesas de publicação e divulgação

As despesas de publicação e divulgação são as resultantes de trabalhos de edição, tradução e divulgação das publicações e do material audiovisual previstos no quadro das acções a realizar por força do contrato.

5. Medição dos resultados das acções

O orçamento do programa pode incluir os custos das medições dos resultados atingidos pelas acções do programa.

Os custos dessas medições não podem exceder 3% do custo efectivo de execução das acções (excluindo as despesas gerais e os honorários previstos nos pontos A.2 e B.1.2).

D. Apresentação das facturas e dos documentos comprovativos

Os pedidos de pagamento enviados à autoridade nacional competente devem ser acompanhadas de cópias das facturas e dos documentos comprovativos, classificados e catalogados de acordo com as diferentes rubricas orçamentais, conforme indicadas na proposta. Todos esses documentos, bem como os montantes expressos em euros e, para os Estados-Membros que não façam parte da zona euro, na respectiva moeda nacional e em euros, devem constar de um mapa recapitulativo.

Para os programas aprovados ao abrigo do artigo 6.º do Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho e para todos os outros montantes e pagamentos relativos a tais programas, a taxa de câmbio aplicável é a penúltima taxa de câmbio fixada pelo Banco Central Europeu antes do mês a título do qual a despesa ou a receita afectada é declarada à Comissão, em conformidade com o n.º 2 do artigo 7.º do Regulamento (CE) n.º 883/2006 da Comissão.

Para os programas aprovados ao abrigo do n.º 1 do artigo 9.º do Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho, a taxa de câmbio aplicável é a taxa de conversão prevista no artigo 8.º do Regulamento (CE) n.º 1913/2006 da Comissão. Nos termos desse artigo, as despesas efectuadas para acções de promoção expressas em euros no âmbito de um processo de concurso devem ser calculadas em função da taxa de câmbio do euro fixada pelo Banco Central Europeu do seguinte modo:

«Para os preços e montantes não referidos nos artigos 1.º a 7.º, ou os montantes relacionados com esses preços, expressos em euros na legislação comunitária ou no âmbito de um processo de concurso, o facto gerador da taxa de câmbio é o primeiro dia do mês em que ocorre um dos seguintes actos jurídicos:

(...)

d)...para montantes atribuídos para estudos ou medidas de promoção no âmbito de um processo de concurso, a data-limite para a apresentação de propostas;».

Em relação a tais programas, a taxa de câmbio aplicável aos pagamentos é devidamente descrita no artigo 11.º do Regulamento (CE) n.º 1913/2006 da Comissão:

«Quando o facto gerador esteja fixado na legislação comunitária, a taxa de câmbio a aplicar é a última taxa fixada pelo Banco Central Europeu (BCE) antes do primeiro dia do mês em que ocorra o facto gerador.»

Todos os documentos comprovativos devem conter os seguintes elementos: subcontratante ou fornecedor, objecto da prestação e relação com a acção prevista, data, montante discriminado (sem IVA) e número do registo. Devem ainda ser acompanhados da prova do seu efectivo pagamento.

Em caso de controlo no local, a autoridade nacional competente e os serviços da Comissão ou do Tribunal de Contas devem poder dispor dos documentos originais arquivados e registados de acordo com estas indicações.

E. Despesas não elegíveis

Não são consideradas despesas elegíveis, nomeadamente:

- as provisões a título de eventuais perdas ou dívidas futuras,
- as despesas de deslocação em táxi ou transportes colectivos, abrangidas por um subsídio diário;
- as despesas bancárias, os juros bancários ou os prémios de seguros, exceptuadas as despesas relativas à garantia de execução prevista no ponto A.3 do presente anexo;
- as perdas resultantes do câmbio de moedas,
- as despesas efectuadas fora do âmbito de aplicação do contrato.

Regras sobre a menção da participação financeira da União Europeia

1. O material e todos os documentos destinados ao público, incluindo os audiovisuais realizados ou adquiridos no âmbito do contrato, devem ostentar o emblema europeu e a menção seguinte, na(s) língua(s) do(s) Estado(s)-Membro(s) visado(s):



CAMPANHA FINANCIADA COM A CONTRIBUIÇÃO DA UNIÃO EUROPEIA E DE... (nome do Estado-Membro em causa)¹

2. O emblema europeu deve ser claramente legível e ter as mesmas dimensões e o mesmo nível de visibilidade que os emblemas do ou dos Estados-Membros em causa e do contratante. No caso dos suportes visuais, o emblema e a menção indicados *supra* devem constar, de forma clara, no início, durante ou no fim da mensagem. No caso dos suportes áudio, deve ser incluída de forma clara, no fim da mensagem, uma menção relativa ao financiamento da U. E.

As regras de base para a reprodução do emblema são seguidamente indicadas.

http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/index_fr.htm (ou en.htm)

3. A ausência da menção, no material e nos documentos referidos no n.º 1, da participação financeira da União Europeia pode determinar a não-elegibilidade dos custos referentes ao material em causa.

¹ Ou do organismo estatal/parafiscal que assegura a contribuição financeira nacional. O emblema do Estado-Membro ou desse organismo pode figurar à direita.

Modelo de garantia de execução do contrato n.º ...

Banco (cabeçalho)

AUTORIDADE NACIONAL COMPETENTE...

[Objecto/breve descrição do contrato]

Pela presente, confirmamos que nos constituímos solidariamente garantes em relação à autoridade nacional competente, de modo incondicional, por período indeterminado e irrevogavelmente, do cumprimento do contrato assinado entre a autoridade nacional competente

e

(empresa/firma/endereço) - a seguir denominado(a) «contratante», até ao montante de [.....] euros (por extenso:..... euros),

igual a 15% do montante máximo anual do financiamento da Comunidade Europeia e dos Estados-Membros em causa, referido nos n.ºs 1 e 2, respectivamente, do artigo 3.º do contrato.

Se a autoridade nacional competente o informar de que o contratante, por qualquer razão, não cumpriu plenamente as suas obrigações contratuais, o banco compromete-se a pagar em nome do contratante o montante supramencionado na conta indicada pela autoridade nacional competente, imediatamente após a recepção do primeiro pedido escrito que lhe seja dirigido pela autoridade nacional competente (por carta registada com aviso de recepção).

O banco renuncia ao benefício da excussão prévia e a qualquer direito de recusa da prestação, de retenção, de contestação ou de compensação e renuncia igualmente a invocar eventuais direitos que o contratante possa deter em relação à autoridade nacional competente, por força do contrato ou a qualquer outro título.

O banco apenas pode ser libertado da presente garantia mediante consentimento escrito da autoridade nacional competente, não podendo efectuar qualquer depósito sem o acordo deste.

As obrigações que incumbem ao banco por força da presente garantia não são afectadas pelas medidas ou eventuais acordos que a autoridade nacional competente tenha concluído com o contratante relativamente às obrigações deste último decorrentes do contrato.

A presente garantia entra em vigor no dia da assinatura do contrato. Expira com a restituição do presente documento, que deve ser efectuada no prazo de [30] dias a contar da execução do pagamento final devido por força do contrato.

[Localidade/Data]

[Assinatura/Funções]

[Assinatura/Funções]

A anexar: Lista das pessoas habilitadas a assinar as garantias com espécimes das assinaturas.

ANEXO VI (do contrato)

MODELO DE GARANTIA DO ADIANTAMENTO

O..... (instituição bancária), representado por, devidamente habilitado para esse efeito,
declara constituir-se fiador solidário da empresa..... (contratante), com sede social em....., até ao montante de

..... euros (por extenso: euros),

correspondente a 110% do adiantamento de 30% do montante máximo relativo à ... fase do contrato, a que se referem os n.ºs 1 e 2 do artigo 3.º do contrato [...] celebrado entre a autoridade nacional competente e a empresa (contratante), respeitante a acções de... a favor de..., conforme definidas no contrato n.º ..., assinado em... (data).

O... (instituição bancária) compromete-se a efectuar o pagamento à autoridade nacional competente, mediante pedido desta, do montante garantido acima referido, sem possibilidade de diferimento da execução, qualquer que seja o motivo, e sem que a empresa(contratante) possa opor qualquer objecção a este respeito.

A presente garantia de adiantamento produz efeitos a partir do momento do recebimento do adiantamento pago pela autoridade nacional competente na conta bancária n.º ..., registado na contabilidade do... (instituição bancária), e será liberada por carta de quitação emitida pela autoridade nacional competente no momento da recuperação do adiantamento.

O original da garantia deve ser devolvido ao... (instituição bancária).

Feito em ...,

aos

[Assinatura/Funções]

[Assinatura/Funções]

A anexar: Lista das pessoas habilitadas a assinar as garantias com espécimes das assinaturas.

A. Modelo de relatório trimestral

A preencher pela organização proponente
[Artigo 18.º e n.º 3 do artigo 22.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008]

Relatório n.º

(O relatório não deve exceder 3 páginas, sem contar os mapas financeiros)

Organização proponente :.....
Denominação do programa :.....
Data do relatório :.....
Período do relatório :.....
Data de início do programa :.....
Contrato (FEAGA) n.º :

1. Execução das acções

Lista das acções empreendidas, conforme indicadas no programa (anexo ao contrato):

1. Acção 1
.....
2. Acção 2
.....
3. Acção 3
.....

n. Acção n
.....

Prestar, relativamente a cada acção, as seguintes informações:

Tempo, lugar, dimensão: número de participantes, número de pontos de venda, quantidade de material impresso, duração e número de anúncios na rádio/TV. Para os sítios Internet, indicar o endereço. Precisar os restantes parâmetros importantes de cada acção.

Indicar qualquer alteração ou cancelamento de acções previstas, assim como o motivo.

2. Desenrolar do programa

Formular as observações pertinentes e mencionar quaisquer dificuldades experimentadas na execução do programa. Fornecer indicações sobre as acções a executar durante o período seguinte, assinalando quaisquer variações relativamente à planificação.

3. Despesas realizadas e incluídas no pedido de pagamento trimestral

A/A	Acções ¹	Pagamentos efectuados ²				
		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total €
1	Acção 1					
2	Acção 2					
3					
4					
5					

¹ Acções descritas no anexo do contrato.

² Pagamentos efectuados e declarados pela organização proponente relativamente a cada período.

B. Modelo de relatório anual

A preencher pela organização proponente

O relatório anual compreende duas secções [artigo 19.º e n.ºs 1 e 2 do artigo 22.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008]:

- a) breve descrição das acções,
- b) mapa financeiro.

Relatório n.º

Organização proponente :.....
Denominação do programa :.....
Data do relatório :.....
Período do relatório :.....
Data de início do programa :.....
Contrato (FEAGA) n.º :.....

A. Breve descrição das acções

Execução das acções

Lista das acções empreendidas, conforme indicadas no programa (anexo ao contrato):

1. Acção 1
.....
2. Acção 2
.....
3. Acção 3
.....

- n. Acção n
.....

Prestar, relativamente a cada acção, as seguintes informações (se aplicável):

Tempo, lugar, dimensão: número de participantes, número de pontos de venda, quantidade de material impresso, duração e número de anúncios na rádio/TV. Para os sítios Internet, indicar o endereço. Precisar os restantes parâmetros importantes de cada acção.

Execução do programa

- Formular as observações pertinentes e mencionar quaisquer dificuldades experimentadas na execução do programa.
- Indicar qualquer alteração ou cancelamento de acções previstas, assim como o motivo.

B. Mapa financeiro

A preencher pela organização proponente

A/A	Acções ¹	Orçamento previsto ² €	Despesas declaradas ³	Orçamento previsto – despesas declaradas	% Dif.
	a	b	c	d=b-c	e=100 x (d / b)
1					
2					
3					
	TOTAL				

¹ Acções descritas no contrato para a fase em causa.

² Orçamento estipulado no contrato para a fase em causa.

³ Despesas declaradas relativamente às acções empreendidas durante a fase.

C. Balanço financeiro das despesas

A preencher pela autoridade competente e a enviar à Comissão nos 30 dias seguintes ao pagamento do saldo.
[N.º 4 do artigo 22.º do Regulamento (CE) n.º 501/2008]

Data :
 Autoridade competente :
 Denominação do programa :
 Contrato (FEAGA) n.º :

1. Balanço financeiro

A autoridade competente designada *supra* controlou o cumprimento do contrato com base na lista das cláusulas e condições, no relatório anual e nos documentos pertinentes.

Concluiu-se (ou outra formulação correspondente ao resultado dos controlos efectuados) que as obrigações estipuladas no contrato foram cumpridas. O montante correspondente ao total das despesas respeitantes a este programa consta do quadro *infra*.

A/A	Despesas – Orçamento	Montante €
1	Orçamento do programa ¹⁸	
2	Orçamento para a fase ¹⁹	
3	Despesas totais declaradas para a fase	
4	Despesas elegíveis para as acções ²⁰	
5	Contribuição da Comunidade	
6	Sanções ou outras reduções	
7	Diferença entre o orçamento previsto e as despesas elegíveis para a fase ²¹	
8	Taxa de execução (%) ²²	

2. Garantia de execução

Os dados do relatório anual foram verificados e controlados relativamente aos termos do contrato. A garantia de execução foi liberada em

3. Parecer fundamentado do Estado-Membro

Parecer da autoridade nacional competente sobre a execução das tarefas da fase em questão.

Assinatura

¹⁸ Orçamento total aprovado pela decisão da Comissão que adoptou o programa em causa.

¹⁹ Orçamento estipulado no contrato para a fase em causa.

²⁰ Total das despesas consideradas elegíveis para as acções concluídas durante a fase.

²¹ Diferença entre o orçamento previsto (ponto 2) e as despesas elegíveis (ponto 4).

²² Percentagem da diferença entre o orçamento previsto (ponto 2) e as despesas elegíveis (ponto 4).



Ministério da
Agricultura,
do Desenvolvimento
Rural e das Pescas



ACÇÕES DE INFORMAÇÃO E PROMOÇÃO

-MERCADO INTERNO -

Reg. (CE) n.º 2826/00 do Conselho de 19/12

1 – Identificação do Proponente

NIF:

Nome ou Designação Social: _____

Sede Social: _____

Localidade: _____

Telf: _____ Fax: _____

Cód. Postal: - _____

2 – Pedido de Ajuda

Resumo das acções a realizar:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Custo total do programa: (EUR)

3 – Reservado ao INGA

Data recepção: ____/____/____

Conferi: _____
(Assinatura legível)

(carimbo)