

|                                   | <b>R (UE)1144/2014</b>   |
|-----------------------------------|--|
| Estrategia europea de promoción   | Creación de un grupo de trabajo anual que define las prioridades estratégicas  |
| Tipos de programa                 | -Simples: Propuestos por una o varias entidades de un mismo Estado Miembro<br>-Múltiples: Propuestos como mínimo por dos entidades de dos EEMM o por una o varias organizaciones de la Unión   |
| Convocatorias                     | 1/año<br>CE: Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación (CHAFEA)   |
| Selección                         | Fase única (CE-CHAFEA)   |
| Gestión                           | -Simples: EEMM<br>-Múltiples: CHAFEA   |
| Mercado de destino                | Se da prioridad a los programas en 3P  |
| Programas simples en MI           | Al menos en dos EEMM o en un solo EM si este es distinto del EM origen de la entidad proponente.<br>Excepciones:<br>Regímenes de calidad y programas de difusión de un mensaje sobre prácticas dietéticas adecuadas  |
| Productos                         | -Todos los del Anexo I de TFUE (excepto tabaco)<br>-Anexo I R 1144/2014 (Lista de productos alimenticios)<br>-Bebidas espirituosas con IGP   |
|                                   | -Simples: junto con otros productos ("en cesta")<br>-Múltiples: puede ir como único producto   |
|                                   | "En cesta"   |
| Temas                             | -DOP/IGP/ETG<br>-Ecológicos<br>-RUP<br>-Esquemas tradicionales de calidad según el art. 16.1 b) y c) del R1305/2013<br>-En Mercado interior: para vino, bebidas espirituosas y cerveza solo programas de información sobre el consumo responsable y los sistemas de calidad          |
| Duración máxima permitida         | Periodos de 1-3 años, con un máximo de 2 periodos  |
| Beneficiarios                     | -Organizaciones profesionales e interprofesionales<br>-Organizaciones de productores y asociaciones de organizaciones de productores<br>-Consejos reguladores<br>-Organismos del sector agroalimentario  |
| Cofinanciación                    | -UE:<br>Simples: 70% (MI), 80% (TP), 85% (en caso de perturbación de mercado).<br>Múltiples: 80% (MI y 3P), 85% (en caso de perturbación de mercado).<br>- EEMM: no financia<br>- Organización proponente: el porcentaje restante  |
| Visibilidad de origen             | Puede incluirse en material de información y promoción siempre que se respeten determinadas normas   |
| Visibilidad de marcas comerciales | Pueden ser visibles en demostraciones o degustaciones de productos y en material de información y promoción, siempre que no se oriente en función de marcas y se respeten el principio de no discriminación, así como determinadas normas en cuanto al número y tamaño de las mismas |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Evaluación y seguimiento | Definición de indicadores globales de seguimiento                       |
| Presupuesto              | Incremento progresivo hasta un gasto estimado de 200 M€ anuales en 2019 |