

## **DECRETO DIRETTORIALE DEL 30 SETTEMBRE 2020 N. 9193815, RECANTE “OCM VINO - MISURA PROMOZIONE SUI MERCATI DEI PAESI TERZI - AVVISO PER LA PRESENTAZIONE DEI PROGETTI CAMPAGNA 2020/2021”**

Risposte alle richieste di chiarimento e/o di informazioni pervenute, ai sensi dell'art. 17, comma 1, del decreto direttoriale del 30 settembre 2020 n. 9193815, al 9 ottobre 2020:

### **QUESITO N. 1**

In merito al decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020, non avendo stock di vino imbottigliato al 31/07/2019 si chiede se in base ai requisiti posseduti di seguito descritti è possibile presentare domanda di contributo:

- febbraio 2019 l'Azienda AAA (codice ATECO 11.02) srl ha acquistato presso un Tribunale con asta pubblica, l'azienda agricola BBB (codice Ateco 01),
- settembre 2019 la Società Agricola BBB ()ha fatto la prima vendemmia e vinificato presso terzi
- anno 2020 abbiamo affinato il vino prodotto in botte/acciaio
- settembre 2020 i vini ormai pronti sono stati imbottigliati ed etichettati dall' azienda agricola

### **Risposta**

Si precisa innanzitutto che il decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020, reca attuazione del decreto del ministro delle politiche agricole alimentari e forestali n. 3893 del 4 aprile 2019.

Il decreto del ministro n. 3893 prevede, tra le altre, le seguenti cause di esclusione per i soggetti proponenti:

- a) diversi da quelli elencati all'art. 3, comma 1;
- b) che non possiedono adeguata disponibilità dei prodotti oggetto di promozione di cui all'art. 3 comma 3;

Secondo l'art. 3, comma 1, del decreto del ministro 3893 possono accedere alla misura di promozione i produttori di vino solo se conformi alla seguente definizione, fornita all'art 2 del medesimo decreto:

*“L'impresa, singola o associata, in regola con la presentazione delle dichiarazioni vitivinicole nell'ultimo triennio, che abbia ottenuto i prodotti da promuovere dalla trasformazione dei prodotti a monte del vino, propri o acquistati e/o che commercializzano vino di propria produzione o di imprese ad esse associate o controllate”.*

Si precisa altresì che l'art. 3, comma 3, del medesimo decreto del ministro dispone che sono titolari a presentare domanda di contributo solo *“I soggetti proponenti [che – n.d.r.] hanno adeguata disponibilità dei prodotti oggetto di promozione in termini di quantità, al fine di rispondere alla domanda del mercato a lungo termine. Nell'avviso, predisposto dal Ministero, sono specificati parametri di riferimento”.*

L'avviso predisposto dal Ministero, ossia per la campagna 20/21 il decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020, definisce all'art. 5 l'adeguata disponibilità di prodotto come segue:

*“I soggetti proponenti di cui alle lett. f), h), i) e j) del comma 1, art. 3 del Decreto, per poter presentare domanda di contributo, devono avere nella voce “totale di scarico del vino imbottigliato/confezionato” estratto dalla giacenza alla chiusura del 31 luglio 2019 del registro*

*dematerializzato un quantitativo di vino imbottigliato/confezionato pari almeno a 750.000 litri. Nel caso di soggetti proponenti di cui alle lett. h), i) e j) del comma 1, art. 3 del decreto, ciascun soggetto partecipante produttore di vino deve avere nella voce “totale di scarico del vino imbottigliato/confezionato” estratto dalla giacenza alla chiusura del 31 luglio 2019 del registro dematerializzato un quantitativo di vino imbottigliato/confezionato pari almeno a 75.000 litri”.*

Regioni e Province autonome possono nei propri avvisi prevedere quantitativi di scarico di vino confezionato/imbottigliato alla data del 31 luglio 2019 diversi da quelli sopra indicati, ma non inferiori ai 50 ettolitri.

Pertanto, il soggetto proponente che sia un produttore di vino deve possedere, al momento della domanda di contributo, i requisiti soggettivi sopra riportati

~••~••~

## **QUESITO N. 2**

La dichiarazione di vendemmia 2018/2019 citata negli allegati F, N e P del decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020, fa riferimento alla vendemmia 2018 oppure alla vendemmia 2019?

### **Risposta**

Coerentemente a quanto indicato nella circolare AGEA 2018 75919 del 28 settembre 2018, riguardante “Istruzioni applicative generali per la presentazione e la compilazione delle dichiarazioni” di vendemmia e di produzione di vino e/o mosto della campagna vitivinicola 2018/2019, si precisa che le informazioni che i soggetti proponenti devono comunicare in applicazione a quanto indicato negli allegati F, N e P al decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020 sono quelle contenute nelle dichiarazioni di vendemmia presentate entro il 15 dicembre 2018.

~••~••~

## **QUESITO N. 3**

Si sottopongono per il bando annualità 2020/2021 promozione OCM vino nei paesi esteri i seguenti quesiti.

### **SUB AZIONE - A5 Media ADV**

1. In relazione alle azioni promozionali ricomprese alla sub azione **A5 Media Advertising**, relativamente alla produzione e diffusione di video c.d. “**pre roll**”: ossia brevissimi video promozionali della durata massima di pochi secondi (mediamente massimo 15 secondi), che sono visualizzati all’apertura di una pagina web (es: you tube, o un qualsiasi sito web) e obbligano l’utente alla visione per un determinato tempo minimo (di solito 5/6 secondi); si chiede:
  - a. se gli stessi siano da ricomprendersi alla voce della sub azione A5: “**Produzione video**” (per cui è previsto un costo di riferimento di euro 13.500) o alla voce “**Produzione e diffusione di banner pubblicitario su sito web**” (per cui è previsto un costo di riferimento di euro 9.000,00). A parere dello scrivente, atteso che i *pre roll* non sono nella sostanza molto differenti dai banner, considerata la loro limitata durata ed impegno esclusivo in piattaforme web (non sono utilizzati invece nella trasmissione con mezzi quali televisione tradizionale), gli stessi sarebbero correttamente da ricomprendersi nella voce **Produzione e diffusione di banner pubblicitario su sito web**;

- b. nel caso gli stessi si debbano invece considerare ricompresi nella voce “**Produzione video**”, si chiede conferma se il costo di riferimento previsto (euro 135.00) sia riferibile ai costi di produzione del pre roll ed anche a quelli di trasmissione / diffusone, i quali si ritiene siano ripetibili secondo il loro ciclo di diffusione, in aderenza a quanto già contenuto nella FAQ n. 39, ai sensi dell’art. 17 comma 1 del Decreto direttoriale 30.5.2019 n. 38791 n. 39, nel punto in cui si risponde riguardo la ripetibilità della voci di costo della (sub) azione A5, con lo specifico esempio di un banner.

### Risposta

Si precisa innanzitutto che i costi indicati nell’allegato M al decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020 non rappresentano costi massimi ma sono soltanto costi indicativi che le Amministrazioni competenti possono utilizzare nelle attività di propria competenza volte a verificare che il soggetto proponente intende realizzare attività di promozione praticando costi di mercato.

Con riferimento alla specifica attività pubblicitaria richiamata nel quesito, la quale non è esplicitamente prevista nell’elenco fornito all’allegato M, si rileva che ai sensi dell’art. 14 comma 2 del citato decreto n. 9193815 i soggetti proponenti possono proporre sub-azioni e relative voci di costo *“non contenute nell’allegato M, che possono riguardare esclusivamente attività di comunicazione e di promozione svolte attraverso la rete internet o di digital marketing”*.

Il soggetto proponente che intende programmare tali attività deve, ai sensi del comma 3 del medesimo art. 14, deve *“fornire per ciascuna di esse una descrizione particolareggiata dell’attività proposta, dei target di pubblico a cui si rivolge e del ruolo svolto all’interno della strategia complessiva del progetto, nonché un dettaglio dei costi praticati, comprensivo dei costi unitari che la compongono”*

2. In riferimento ad un banner promozionale creato per uno specifico prodotto (es: vino frizzante rosé) si chiede se il costo di produzione e diffusione (costo ripetibile) possa essere replicabile anche in riferimento a più piattaforme di diffusione web, considerando in tal modo il limite massimo di spesa di euro 9.000,00, un tetto di spesa per ogni singola piattaforma utilizzata. Ad esempio se per il banner in oggetto è prevista la diffusione per una settimana al mese per tre mesi su due piattaforme: You Tube e Facebook, con un costo unitario per settimana di diffusione pari a euro 9.000 a settimana per la piattaforma You Tube ed euro 9.000,00 a settimana per la piattaforma Facebook si possa spendere all’interno delle azioni promozionali complessivamente euro 54.000,00, ossia euro 9.000 a settimana per la diffusione su You Tube ( $9.000 \times 3 = 27.000$ ) per euro 9.000,00 a settimana per la diffusione su Facebook (euro 9.000 costo a settimana  $\times 3$  settimane = 27.000).

### Risposta

Si ribadisce che i costi contenuti nell’allegato M non rappresentano costi massimi e che le voci di costo riportate rappresentano dei moduli che possono essere replicati.

La valutazione circa il rispetto dei valori di mercato, la coerenza delle attività previste rispetto alla strategia progettuale proposta e il sufficiente livello di dettaglio nella descrizione delle azioni previste viene effettuato dalle amministrazioni competenti. Il citato allegato M rappresenta uno degli strumenti attraverso il quale effettuare tali valutazioni.

Sarà compito di tali amministrazioni valutare l'utilizzo di più piattaforme per la diffusione di messaggi pubblicitari e l'opportunità di effettuare inserzioni pubblicitarie specifiche per ciascuna tipologia di prodotto oggetto di promozione.

Ad ogni modo, si rappresenta che è fatto divieto di richiedere contributo per attività già finanziate come appare essere, nell'esempio citato nel quesito, la spesa per produzione di banner, la quale viene ripetuta, sempre con lo stesso importo, per ciascuno dei canali di diffusione dei messaggi pubblicitari selezionati.

3. Con riferimento alle voci di costo: "Realizzazione e diffusione di annunci pubblicitari a mezzo stampa su riviste e quotidiani (anche online) di euro 36.000,00; e Redazione e pubblicazione di editoriali / pubbliredazionali (anche su riviste online) euro 9.000; si chiede di confermare se detti costi unitari siano da considerarsi ad uscita del quotidiano / rivista o si debba far riferimento ad altre unità di misura, quali ad esempio un ciclo di uscite per un determinato periodo, ad esempio n. 7?

### Risposta

I riferimenti forniti sono relativi alla singola uscita. Tuttavia, il soggetto proponente deve nella descrizione del progetto indicare le testate presso le quali intende acquistare inserzioni, al fine di consentire alle autorità competenti la valutazione del costo proposto.

Si precisa, al riguardo, che è facoltà delle autorità competenti richiedere, al fine di giustificare un costo contenuto in domanda di contributo, un preventivo di spesa. Si precisa altresì, che è facoltà del soggetto proponente inserire in domanda di contributo i preventivi di spesa su cui si basano i costi proposti.

Ad ogni modo, ciascuna autorità competente, in base alle descrizioni delle attività presenti in domanda e agli eventuali ulteriori documenti giustificativi prodotti, può ritenere non coerenti con i costi di mercato anche costi inferiori quelli di riferimento contenuti nell'allegato M.

### **SUB AZIONE - C2 Campagne di informazione, in particolare sui sistemi delle denominazioni di origine, delle indicazioni geografiche e della produzione biologica vigenti nell'Unione**

1. In relazione alle attività di "TASTING" realizzare l'azione di "organizzazione di *degustazioni promozionali, gala dinner, wine tasting*" (sub azione C2), si chiede siano anche ricomprese le attività di tasting c.d. "virtuali" ossia non in presenza, atteso che tali modalità di degustazione sono quelle ora maggiormente utilizzate dopo l'arrivo della pandemia mondiale da virus Covid – 19. A parere dello scrivente per tali attività di degustazione da remoto (o in modalità online) si possono utilizzare i costi indicati nell'allegato M alla voce C2 ove compatibili.

### Risposta

Le attività a cui fa riferimento la voce di costo C2 riguarda attività di promozione svolta in presenza.

I soggetti proponenti che intendono realizzare attività di comunicazione tramite web, come ad esempio i *tasting virtuali*, possono farne domanda seguendo le indicazioni fornite all'art. 14, comma 2 e 3 del decreto direttoriale n. 9193815 del 30 settembre 2020.

~•~•~•~