

**Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale**



**Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură**

## *Măsura de promovare a vinurilor*



*eligibilă pentru finanțare în cadrul  
Programului Național de Sprijin în Sectorul Vitivinicol  
2014 - 2018*

**Octombrie 2014  
București**



*În noul context al comerțului internațional, ținând seama de experiența acumulată de statele Uniunii Europene, de perspectivele de evoluție a piețelor atât din interiorul, cât și din exteriorul Uniunii, activitatea de informare și promovare a vinurilor, propusă de organizațiile profesionale și interprofesionale sau de către societățile comerciale se integrează treptat, ca parte necesară a politicii globale și coerente de informare și de promovare a produselor agricole pe piața internă și pe piețele din țări terțe.*

*În acest mod se completează și se consolidează acțiunile desfășurate de statele membre, prin promovarea în special a imaginii acestor produse față de consumatorii Uniunea Europeană și din țările terțe, în ceea ce privește calitatea și siguranța alimentelor, metodele de producție, aspecte sanitare, de etichetare și de protejare a mediului.*

*Contribuind la deschiderea unor noi piețe de desfacere în țări terțe, acțiunile realizate în cadrul programelor de informare și promovare produc, de asemenea, un efect de multiplicare a efectelor benefice ale inițiativelor naționale sau private, mai ales pentru produsele pentru care există stocuri.*

*Statele membre au fost invitate de către Comisia Europeană să elaboreze și să prezinte spre aprobare programe naționale de sprijin destinate să susțină sectorul vitivinicol, în cadrul măsurilor de sprijin specifice, prevăzute de Regulamentul (UE) nr. 1308/2013 de instituire a unei organizări comune a piețelor produselor agricole și de abrogare a Regulamentelor (CEE) nr. 922/72, (CEE) nr. 234/79, (CE) nr. 1037/2001 și (CE) nr. 1234/2007 ale Consiliului, cu modificările ulterioare, programe care stabilesc pentru o perioadă financiară de 5 ani, defalcate pe fiecare an FEAGA: măsurile propuse, alocările financiare, obiectivele și impactul previzibil al programelor de sprijin, din perspectiva dimensiunii comunitare a acestora.*

*Începând cu exercițiul financiar 2015, Programul Național de Sprijin al României în Sectorul Vitivinicol va asigura continuarea măsurii de informare și promovare a vinurilor pe piețele țărilor terțe și dezvoltarea acesteia cu o componentă de informare pe piața internă.*

## **Măsura de promovare a vinurilor comunitare, în vederea îmbunătățirii competitivității acestora**

- *Regulamentul (UE) nr. 1308/2013 de instituire a unei organizări comune a piețelor produselor agricole și de abrogare a regulamentelor (CEE) nr. 922/72, (CEE) nr. 234/79, (CE) nr. 1037/2001 și (CE) nr. 1234/2007 ale Consiliului, cu completările ulterioare;*

- *Regulamentul (CE) nr. 555/2008 al Comisiei din 27 iunie 2008, de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (CE) nr.479/2008 al Consiliului privind organizarea comună a pieței vitivinicole în ceea ce privește programele de sprijin, comerțul cu țările terțe, potențialul de producție și privind controalele în sectorul vitivinicol cu modificările și completările ulterioare;*



- *Regulamentului (UE) nr. 1306/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește agențiile de plăți și alte organisme, gestiunea financiară, verificarea și închiderea conturilor, garanțiile și utilizarea monedei euro, cu modificările și completările ulterioare;*

- *Regulamentul de punere în aplicare (UE) nr. 908/2014 al Comisiei, din 6 august 2014, de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1306/2013 al Parlamentului European și al Consiliului în ceea ce privește agențiile de plăți și alte organisme, gestiunea financiară, verificarea conturilor, normele referitoare la controale, valorile mobiliare și transparență;*

- *Orientările Uniunii Europene privind ajutoarele de stat în sectoarele agricol și forestier și în zonele rurale pentru perioada 2014-2020, publicate în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, seria C, nr. 204 din 01.07.2014.*

**Legislația UE  
aplicabilă**

**Legislația  
națională  
aplicabilă**

- *Hotărârea Guvernului nr.578/2014 privind stabilirea modului de acordare a sprijinului financiar din partea Uniunii Europene pentru producătorii din sectorul vitivinicol în perioada 2014 – 2018, cu completările ulterioare;*
- *Ordinul M.A.D.R pentru aprobarea Normelor metodologice privind condițiile de punere în aplicare a măsurii de promovare a vinurilor, eligibilă pentru finanțare în cadrul Programului național de sprijin în sectorul vitivinicol 2014 - 2018 și pentru aprobarea modelului de contract privind punerea în aplicare a programelor de promovare a vinurilor, care va abroga Ordinul M.A.D.R. nr. 1337/2013 aplicabil în prezent.*

*La acest moment, poate fi consultat Programul Național de Sprijin (PNS) în sectorul Vitivinicol, 2014-2018, aprobat de Comisia Europeană în Comitetul de Management pentru OCP în sectorul vitivinicol din 09.07.2013, publicat pe site-ul MADR*

*<http://www.madr.ro/docs/agricultura/vinuri/pns-viticultura-2014-2018-update.pdf>*

*Un **Program** reprezintă un ansamblu coerent de acțiuni de o amploare suficientă pentru a contribui în statele membre ale Uniunii Europene la informarea consumatorilor cu privire la consumul moderat de vin și la schema de Denumiri de Origine Controlată și Indicații Geografice, iar în țări terțe la îmbunătățirea competitivității și a exportului vinurilor cu Denumire de Origine Controlată, Indicație Geografică sau a vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie.*

***Scopul programelor** constă în creșterea volumului informațiilor cu privire la produsele promovate, în vederea îmbunătățirii fluxurilor comerciale cu aceste produse.*

*Elementele de bază ale unui program sunt:*

### **Contextul general**

*Situația pieței și a cererii reprezintă o analiză strategică și de marketing pentru fiecare dintre țările-țintă și produsele vizate, menită să permită evaluarea caracterului adecvat al programelor; se vor face referiri la volumul producției medii anuale, evoluția cererii/consumului pentru produsele respective, oportunitățile de export sau dezvoltarea de noi canale de distribuție etc.;*

***Obiectivele:** absorbția în totalitate a fondurilor europene destinate măsurii; îmbunătățirea competitivității vinurilor cu DOC/IG românești pe piețele țintă vizate de programe; pătrunderea pe noi piețe terțe; consolidarea prezenței vinurilor românești cu DOC și IG pe piețele tradiționale; creșterea cantitativă și valorică a livrărilor intracomunitare, respectiv a exportului de vinuri cu DOC și IG sau a vinurilor pentru care se indică soiul viței-de-vie;*

***Strategia** reprezintă activitatea care pornește de la selectarea țărilor, a produselor și a grupurilor țintă, a mesajelor, temelor și a celor mai adecvate canale de comunicare și care, prin folosirea resurselor alocate, trebuie să asigure atingerea obiectivelor stabilite în cursul perioadei planificate și ulterior acesteia;*

***Grupurile țintă vizate:** distribuitori, formatori de opinie: jurnaliști, experți în gastronomie, consumatori (cu excepția tinerilor și adolescenților menționați în Recomandarea 2001/458/CE a*



**Ce este  
un Program?**

Consiliului) instituții de învățământ din sectorul hotelier și al alimentației, HORECA;

**Temele abordate:** calitate, siguranța alimentară etc.;

**Principalele mesaje** care urmează să fie comunicate: faptul că legislația Uniunii Europene conține norme stricte privind producția, indicațiile de calitate, etichetarea și comercializarea, garantând consumatorilor calitatea și trasabilitatea vinurilor oferite, precum și plăcerea și posibilitatea de a efectua o selecție, prin consumul responsabil de vin, dintr-o gamă variată de vinuri europene de diferite origini; informații cu privire la viticultura comunitară și legăturile acestora cu condițiile, obiceiurile și gusturile regionale și locale;



**Descrierea fiecărei acțiuni și justificarea bugetului propus pentru fiecare dintre acestea;**

**Impactul previzibil** - precizarea indicatorilor de măsurare a impactului.

Se pot folosi, de exemplu, următoarele categorii de indicatori:

**a) Indicatori pentru monitorizare:**

- evoluția numărului de degustări organizate;
- evoluția numărului de specialiști cărora li s-au trimis materiale publicitare prin poștă.

**b) Indicatori pentru rezultate:**

- evoluția numărului de specialiști care au participat la degustări;
- evoluția numărului de specialiști care au participat la degustări și care au luat legătura cu organizațiile de producători/cu producătorii;
- evoluția numărului de articole din presă apărute în luna imediat următoare unei campanii de relații publice;
- evoluția vânzărilor în lunile de după campanie.

**c) Indicatori pentru impact:**

- evoluția vânzărilor pe o perioadă de un an, după ce au avut loc acțiunile de promovare în regiune;
- evoluția consumului produsului respectiv în țara terță;
- evoluția costului mediu pe unitate al produsului exportat, în țara

*unde au avut loc acțiunile;*

*· evoluția imaginii produselor europene de calitate superioară.*

**Bugetul** – trebuie prezentat sub forma unui tabel recapitulativ în Euro al tuturor acțiunilor din program, cu indicarea costului anual și total al acestora. Costurile trebuie defalcate pe acțiune, pe an și pe țara țintă. În afara acestor costuri, bugetul mai cuprinde costuri de personal, transport, cazare, masă, cheltuieli generale, evaluarea rezultatelor acțiunilor, rezultând costurile totale pe care punerea în aplicare a unui program le implică;

**Planul de finanțare** - prezintă recapitulativ pe fiecare an și total contribuțiile financiare ale Uniunii Europene, cea de la bugetul de stat, după caz și contribuția proprie a beneficiarului, necesare pentru punerea în aplicare a programului;



**Evaluarea raportului cost/eficacitate** pentru fiecare program aprobat este deosebit de importantă atât pentru Uniunea Europeană, pentru România, cât și pentru beneficiar, întrucât ea dă măsura valorii fondurilor cheltuite în raport cu atingerea obiectivelor stabilite prin programe și orientează activitățile de producție și export viitoare.

**Pentru submăsura de promovare prin informare a vinurilor produse în Uniunea Europeană:** organizații profesionale, organizații de producători, asociații ale organizațiilor de producători, organizații interprofesionale, care propun programe de promovare a acestor vinuri, iar **pentru submăsura de promovare a vinurilor în țări terțe** societăți românești producătoare de vinuri cu D.O.C. și/sau I.G. și sau de vinuri pentru care se indică soiul viței-de-vie, organizații de producători, organizații profesionale și organizații interprofesionale ai căror membrii produc și exportă vinuri cu DOC/IGP sau de vinuri pentru care se indică soiul viței-de-vie, ale căror propuneri de programe de promovare a acestor vinuri au fost aprobate de MADR și care au încheiat cu APIA contractul de finanțare.

## Beneficiari

**Autorități  
implicate în  
selecția și  
monitorizarea  
programelor**



***MADR** – asigură elaborarea și publicarea documentației tehnice necesară pentru punerea în aplicare a măsurii, aprobă la nivel național programele depuse; transmite APIA programele aprobate în vederea încheierii contractelor cu beneficiarii, transmite la C.E. notificările privind această măsură;*

***APIA** – asigură încheierea contractelor cu beneficiarii; aprobă materialele de informare și promovare; efectuează controalele anterioare plăților; autorizează plățile, monitorizează (împreună cu MADR) derularea contractelor, aplică sancțiuni, după caz, eliberează/reține garanțiile de avans, aferente acestei măsuri.*



**Organismele  
de punere  
în aplicare:**

*Sunt prestatori de servicii selectati de beneficiari printr-o procedura concurențială, prevăzută, în funcție de pragurile valorice ale achiziției de servicii, de Ordonanța de Urgență nr. 34/2006, cu modificările și completările ulterioare, cărora li se încredințează execuția tuturor acțiunilor de informare și promovare sau a unei părți a acestora (societați și agenții de comunicare, media & advertising sau de relații publice). Aceștia trebuie, în cadrul procedurii de selecție, să facă dovada capacității lor tehnice, financiare, de personal calificat și să respecte condițiile și criteriile de selecție stabilite de organizațiile care propun programe.*

*Beneficiarii pot să pună direct în aplicare programul sau o parte din acesta.*

**Cui se adresează  
programele:**

*Grupurilor țintă stabilite în cadrul programelor.*

**Durata  
programelor**

*- perioada este de cel puțin un an și de cel mult trei ani de la data intrării în vigoare a contractului de punere în aplicare a programului și poate fi reînnoită o singură dată, pentru o perioadă de maximum doi ani.*



## Termene de depunere la MADR

*In prezent, în perioada 01-30 septembrie 2014, iar după aprobarea Ordinului pentru aprobarea Normelor metodologice privind condițiile de punere în aplicare a măsurii de promovare a vinurilor, eligibilă pentru finanțare în cadrul Programului național de sprijin al României în sectorul vitivinicol 2014 - 2018 și pentru aprobarea modelului de contract privind punerea în aplicare a programelor de promovare a vinurilor sesiune deschisă, programele urmînd a fi depuse la MADR pe tot parcursul anului.*

*(1) Acțiunile eligibile pentru promovarea prin informare în statele membre constau în informații pentru consumatori în ceea ce privește:*

- a) consumul de vin moderat și riscul asociat consumului de alcool;*
- b) schema de Denumiri de Origine Controlate și Indicații Geografice, protejate în UE, în special condițiile și efectele, în legătură cu calitatea specifică, reputația sau alte caracteristici ale vinului datorate mediului geografic sau originii sale particulare.*

*Acțiunile eligibile includ, în măsura în care este necesar, cheltuieli de personal, transport, cazare, diurnă. Cheltuielile generale vor fi evidențiate separat.*

## Acțiuni eligibile

*Acțiunile de informare pot fi efectuate prin campanii de informare și prin participarea la evenimente, târguri și expoziții importante la nivel național sau la nivelul Uniunii Europene.*

*(2) Acțiunile eligibile pentru acordarea sprijinului financiar în cadrul programului de promovare a vinurilor pe piețele țărilor terțe sunt detaliate pe subacțiuni (detalierea nefiind exhaustivă, urmînd a fi completată, pe parcursul implementării măsurii cu alte tipuri de subacțiuni ce vor fi identificate):*

- a) acțiuni de relații publice, acțiuni de promovare sau de publicitate, inclusiv la locul de desfacere către consumatorul final, care subliniază în mod special avantajele vinurilor comunitare, în principal în ceea ce privește calitatea, siguranța alimentară ori respectarea mediului;*

## *Subacțiuni:*

*a1) Relații publice, relații cu presa (dineuri/prânzuri tematice, cu presa-grupuri țintă-jurnaliști, lideri de opinie; comunicate de presă; producerea și distribuirea de plachete; consultanță, animare de către un prestator, agenții de comunicare sau relații publice; seminarii cu somelieri sau oenologi; sponsorizarea acțiunilor specific viticole (concurs cu somelieri, oenologi, etc), sponsorizarea acțiunilor pentru publicul important: operațiuni festive, sportive, căsătorii ale vedetelor, etc.;*

*a2) Publicitate și anunțuri în mijloacele mass-media: publicitate în presă (zilnică, săptămânală, profesională, specializată; articole, publicații, editorial; introducerea publicității în catalogul unui distribuitor sau al unui importator; publicitate la radio, TV, publicitate prin afișare; plasarea produsului: produsul apare într-un spot, talk show, achiziționarea /crearea de bannere internet, publicitate prin internet, publicitate pe rețelele de socializare, publicitate pe rețele sociale, bloguri;*

*a3) operațiuni de degustare: campanie de informare, anunț degustare, invitații, listă vinuri, chestionare de evaluare, listă participanți, eșantionare (mostre, transport, taxe), suporturi de informare: plachete, cataloage, fișe, pliante, rețete; material pentru degustare: pahare, fețe de masă, frapiere, tirbușoane, alimente folosite în cadrul degustării: pâine, brânză, preparate; personal suport, animatori, invitați de prestigiu din domeniu sau vedete, închiriere sală, bannere, postere; degustare la masă sau la cină; degustare în magazine, saloane, focus-grupuri, degustări în restaurante; formarea pentru degustare a vânzătorilor, importatorilor; degustarea în cadrul unei vizite la locul de producție; expedierea eșantioanelor și a materialului necesar degustării;*

*a4) realizarea de plachete, broșuri tehnice, web-site-uri dedicate exportului: plachete comerciale (prezentarea gamei), broșuri în limba țării țintă, materiale publicitare (realizare, traduceri, fabricare, expediere), site web /realizare, actualizare traducere, optimizare pe motoare de căutare;*

*a5) promovare: publicitate și anunțuri, asigurarea prin promovare a vizibilității și evidențierii produselor (punerea în față a produselor pe raft, în catalog), în cadrul publicității și degustărilor în magazine, colerete sau stickere referitoare la o distincție atribuită vinului (concurs, medalie), participări la*

*concursuri, operațiuni care asociază vinul cu: mâncarea, cultura, gastronomie, tradiția, oferirea de mici obiecte promoționale (pixuri, șepci, mouse-pad-uri, stick-uri, dvd-uri cu spoturi filmate pentru promovarea vinurilor, sacoșe, tirbușoane, inscripționate cu logo-ul UE și al României, după caz, emblema beneficiarului;*

*a6) călătorii/vizite la locul de producție: prezentarea podgoriei, instalațiilor, echipamentelor, a modului de producție, a vinurilor, calităților și proprietăților specifice, elemente de formare la fața locului (transport, cazare, viză, masă, degustări), operațiuni discuții de afaceri între importatori/beneficiari, în vederea încheierii de contracte; operațiuni cu presa, concurs clienți cu călătorie la locul de producție;*

*b) participarea la evenimente, târguri sau expoziții de importanță internațională;*

*Subacțiuni:*

*b1) creare stand, închiriere spațiu, construcție stand, instalarea standului și cheltuieli de funcționare în cadrul evenimentului/apă, electricitate, transportare stand, personal suport la stand, mostre, materiale de informare, promovare, echipament personal: tricouri, șepci, șorț, halat, înscrierea beneficiarului în catalogul expoziției, crearea unei baze de date, evenimente pe parcursul evenimentului: întâlniri cu potențiali importatori, asociate cu dineuri tematice, prezentări/degustări de vinuri; misiuni de afaceri; seminarii de mică și mare anvergură;*

*c) campanii de informare, în special privind regimurile comunitare referitoare la denumirile de origine, indicațiile geografice și producția ecologică, inclusiv degustări:*

*Subacțiuni:*

*c1) campanii de informare, având ca documente suport articol, broșură, folosind diferite mijloace de organizare/ difuzare.*

*d) studii ale noilor piețe, necesare pentru extinderea piețelor de desfacere;*

*Subacțiuni:*

*d1) studii de piață, bazate pe date culese, achiziționate, interpretate, cu formularea de concluzii clare, care să orienteze activitatea beneficiarului în cadrul programului, finalizate cu un*

*raport de studiu.*

*e) studii de evaluare a rezultatelor acțiunilor de promovare și informare.*

*Subacțiuni:*

*e1) studii, expertiză, pre-teste de validare a noilor produse, focus-grupuri, paneluri, finalizate cu un raport de evaluare.*

*Acțiunile eligibile includ, în măsura în care este necesar, cheltuieli de personal, transport, cazare, diurnă. Cheltuielile generale vor fi evidențiate separat.*

*(3) Acțiunile prevăzute la alin. (1) nu sunt orientate în funcție de anumite mărci comerciale, iar acțiunile prevăzute la alin (2) nu sunt orientate în funcție de anumite mărci comerciale în condițiile acordării ajutorului de stat.*

*(1) Pentru măsura de promovare a vinurilor, din valoarea cheltuielilor eligibile, contribuția U.E. este de maximum 50%, iar contribuția beneficiarilor este de minimum 50%.*

*(2) Din valoarea cheltuielilor eligibile, beneficiarul poate opta pentru accesarea contribuției de la bugetul de stat, în cuantum de 30%. În acest caz, contribuția U.E. este de maximum 50%, iar contribuția beneficiarului este de minimum 20%.*

*În prezent, contractele de punere în aplicare a programelor se încheie între APIA și beneficiari în cel mai scurt timp, dar cel mai târziu la data de 15 aprilie, acest termen putând fi modificat în situații excepționale, justificate corespunzător cu acordul MADR.*

*În prezent:*

*- plata în avans, în termen de 30 de zile de la data cererii depuse în primele 60 de zile ale fiecărei etape contractuale, în condițiile constituirii la dispoziția APIA a unei garanții de 110% din valoarea avansului solicitat. Plata în avans acoperă maximum 30% din valoarea sprijinului financiar anual;*

*- plata intermediară, în termen de 60 de zile de la data cererii depuse în 30 de zile de la încheierea primului semestru al*

**Finanțare**

**Încheierea contractelor**

**Regimul plăților**

*fiecărei etape contractuale, însoțită de documentele justificative depuse de beneficiari, care dovedesc realizarea acțiunilor și cheltuielile efectuate în cadrul semestrului pentru realizarea acțiunilor prevăzute în program;*

*-plata soldului, în termen de 60 de zile de la data cererii depuse în termen de două luni de la finalizarea acțiunilor anuale însoțită de documentele justificative depuse de beneficiar;*

*Plata sprijinului financiar din FEAGA și, după caz, din bugetul de stat, se realizează cu utilizarea exclusivă a contului deschis în mod expres pentru derularea operațiunilor financiare privind punerea în aplicare a programului de promovare a vinurilor pe piețele țărilor terțe.*

*Conform modificărilor PNS 2014 – 2018 comunicate Comisiei Europene, în Ordinul MADR privind promovarea vinurilor, regimul plăților va fi următorul:*

*Plata sprijinului financiar comunitar și național se poate efectua după cum urmează: plată în avans, plată intermediară și a soldului, pe baza cererii de plată depuse la APIA, cu sediul în municipiul București, bd. Carol I nr. 17, sectorul 2, însoțită de documentele justificative.*

*(2) Plata sprijinului financiar comunitar și național se poate efectua în avans pe baza cererii de plată și numai după constituirea la dispoziția APIA a garanției corespunzătoare, în valoare de 110% din suma a cărei plată se cere în avans.*

*Dovada constituirii garanției trebuie depusă la APIA împreună cu cererea de plată în avans, sub sancțiunea respingerii cererii.*

*(3) În cursul anului contractual beneficiarul poate depune una sau mai multe cereri de plată în avans, iar fiecare cerere de plată în avans poate fi depusă înainte de realizarea oricărei acțiuni. Valoarea maximă totală anuală a avansului este de 30% din valoarea sprijinului financiar anual și se acordă pentru fiecare etapă contractuală.*

*(4) Justificarea avansului se poate face de beneficiar pe parcursul întregului an contractual, și cel mai târziu, la data depunerii cererii de plată a soldului anual. Împreună cu cererea de justificare a avansului și a documentelor justificative aferente, beneficiarul depune un raport în care precizează facturile și documentele de plată care justifică modul de utilizare al avansului, pentru acțiunile realizate.*

*(5) Anual, până la data de 15 noiembrie, fiecare beneficiar care a primit avans este obligat să depună la APIA, următoarele informații pentru fiecare program:*

*- declarațiile de cheltuieli care justifică, pentru fiecare măsură, utilizarea avansurilor până la 15 octombrie, împreună cu documentele justificative aferente;*

*- o confirmare, pentru fiecare măsură, a soldului corespunzător avansurilor rămase neutilizate la 15 octombrie.*

*(6) Garanția aferentă sumelor acordate în avans se restituie beneficiarului, la cererea acestuia, după stabilirea dreptului definitiv la sprijinul financiar comunitar și după caz național primit în avans.*

*(7) În cadrul fiecărei etape contractuale beneficiarul poate depune la APIA cereri de plată intermediară a contribuției U.E. și, după caz, de la bugetul de stat, până la sfârșitul lunii calendaristice care urmează după fiecare trimestru al anului contractual, însoțită de documente justificative. Dosarul cererii de plată este însoțit de documente justificative și de dovada efectuării plății de către beneficiar către organismul de punere în aplicare și/sau către furnizorii de servicii până la data depunerii cererii de plată. Depunerea cererii de plată intermediară este opțională.*

*Cererea de plată intermediară vizează acțiunile realizate de către beneficiar, inclusiv de organismul de implementare și subcontractanți (dacă există), în trimestrul de referință și/sau în trimestrele anterioare, pentru care APIA nu a rambursat cheltuieli.*

*Cererea de plată intermediară reprezintă solicitarea la rambursare a sprijinului financiar aferent acțiunilor realizate și plătite de beneficiar, evidențiate prin extrasul de cont, către toți subcontractanții/angajații, inclusiv cheltuielile generale, de personal, transport, cazare, diurnă până la data depunerii cererii de plată intermediară.*

*Dacă acțiunile sunt realizate de un organism de punere în aplicare, beneficiarul prezintă în susținerea cererii de plată intermediară și toate documentele justificative care confirmă realizarea acțiunilor și efectuarea plăților evidențiate ca plătite în extrasul de cont, de către organismul de punere în aplicare către toți subcontractanții/angajații.*

*Dacă cererea de plată intermediară însoțită de documente justificative nu respectă în totalitate condițiile precizate, APIA va rambursa numai sprijinul financiar aferent cheltuielilor eligibile justificate corespunzător, cheltuielile nejustificate putând fi solicitate la următoarea cerere de plată sau cel târziu la sold.*

*Împreună cu cererea de plată intermediară, beneficiarul depune în cadrul documentelor justificative și un raport în care precizează facturile și documentele de plată care justifică plățile pentru acțiunile realizate.*

*(8) În cadrul fiecărei etape contractuale beneficiarul depune la APIA o cerere de plată a soldului, însoțită de documente justificative, în termen de maximum patru luni de la data finalizării acțiunilor anuale.*

*Aceasta vizează acțiunile realizate în cadrul anului contractual și plătite de beneficiar, respectiv de către organismul de punere în aplicare către subcontractanți/angajați, până la data depunerii cererii de plată a soldului, evidențiate în extrasul de cont, pentru care APIA nu a rambursat sprijin financiar.*

*Cu toate acestea, evaluarea anuală poate fi finalizată și plătită până la data depunerii cererii de plată a soldului anual.*

*Depunerea cererii de plată a soldului anual însoțită de documente justificative este obligatorie, cu excepția unei situații de forță majoră sau circumstanțe excepționale, dovedite cu documente justificative, sub sancțiunea considerării ca plăți necuvenite a plăților efectuate în cadrul contractului, care se recuperează de APIA de la beneficiar conform legislației naționale.*

*(9) Termenele de plată pentru plățile intermediare, avansuri și solduri anuale sunt de 45 de zile lucrătoare, de la data depunerii unei cereri corecte și complete, însoțită de documentele justificative corespunzătoare.*

*Cu toate acestea, termenul de plată al soldului poate fi suspendat, în orice moment al perioadei de 45 de zile lucrătoare pentru efectuarea plății, prin notificare adresată de APIA beneficiarului de program, privind faptul că cererea acestuia nu este admisibilă, fie pentru că cererea nu este susținută de documentele justificative solicitate, fie pentru că statul membru estimează ca fiind necesar să primească informații suplimentare sau să procedeze la efectuarea de verificări. Termenul începe să curgă din nou de la data primirii informațiilor solicitate sau de la data verificărilor efectuate de statul membru, care trebuie trimise sau, respectiv efectuate, în termen de 30 de zile de la data notificării.*

*Pentru informații suplimentare vă puteți adresa APIA, Direcția Comerț Exterior și Promovare Produse Agricole, cu sediul în București, Piața Rosetti, nr.4, etj. 3, tel.: 021.2005.012, 021.2005.032/017 sau puteți vizita pagina oficială web: [www.apia.org.ro](http://www.apia.org.ro).*

*De asemenea, puteți consulta site-ul Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale: <http://www.madr.ro>, secțiunea Agricultură, subsecțiunea Horticultură, de unde se poate descărca documentația necesară.*



