

PRILOGA 4: Merila za upravičenost programov

A) Merila za upravičenost programov za promocijo vina na trgih tretjih držav:

a) dejavnosti so jasno opredeljene in vključujejo opis dejavnosti, vključno s predvidenimi stroški:

- posamezne dejavnosti so jasno vsebinsko in časovno opredeljene, vključno s podrobnim opisom dejavnosti,
- za posamezno dejavnost so navedeni predvideni stroški,
- ciljna skupina je jasno opredeljena;

b) predlagani stroški dejavnosti ne presegajo običajnih tržnih cen:

- primerjava ocene stroškov, razpoložljivih cenikov ...;

c) upravičenec ima dostop do zadostnih tehničnih in finančnih virov za učinkovito izvajanje dejavnosti:

- število pridelovalcev, ki jih predstavlja vlagatelj,
- preteklo izvajanje dejavnosti promocije,
- poslovanje podjetja (upravičenec ni podjetje v težavah);

d) upravičenec ima na voljo dovolj proizvodov primerne kakovosti, ki bodo po izvedenem ukrepu dolgoročno zadovoljili povpraševanje na trgu:

- povprečna letna pridelava vina primerne kakovosti;

e) skladnost s predlaganimi strategijami in zastavljenimi cilji ter verjetnim vplivom in uspešnostjo pri povečanju povpraševanja po zadevnih proizvodih:

- kraj informiranja potrošnika,
- število dejavnosti promocije, ki jih vsebuje program,
- promocija se nanaša na vina z zaščiteno označbo porekla (ZOP) oziroma vina z zaščiteno geografsko označbo (ZGO),
- kdo je ciljna skupina obveščanja,
- pričakovani učinek na količino in ceno prodanega vina po končanem programu.

B) Merila za upravičenost programov za obveščanje v državah članicah:

a) dejavnosti so jasno opredeljene in vključujejo opis dejavnosti, vključno s predvidenimi stroški:

- posamezne dejavnosti so jasno vsebinsko in časovno opredeljene, vključno s podrobnim opisom dejavnosti,
- za posamezno dejavnost so navedeni predvideni stroški,
- ciljna skupina je jasno opredeljena;

b) predlagani stroški dejavnosti ne presegajo običajnih tržnih cen:

- primerjava ocene stroškov, razpoložljivih cenikov ...;

c) upravičenec ima dostop do zadostnih tehničnih in finančnih virov za učinkovito izvajanje dejavnosti:

- število pridelovalcev, ki jih predstavlja vlagatelj,
- število dejavnosti obveščanja potrošnikov, ki jih na leto izvede vlagatelj,
- poslovanje podjetja (upravičenec ni podjetje v težavah);

d) skladnost s predlaganimi strategijami in zastavljenimi cilji ter verjetnim vplivom in uspešnostjo pri ozaveščanju potrošnikov:

- kraj informiranja potrošnika,

- število dejavnosti obveščanja, ki jih vsebuje program,
- obveščanje se nanaša na vina z zaščiteno označbo porekla (ZOP) in/ali vina z zaščiteno geografsko označbo (ZGO),
- kdo je ciljna skupina obveščanja.