

## Działania informacyjne i promocyjne

09.10.2006.

### Cel działania

Celem działania jest zwiększenie popytu na produkty rolne i środki spożywcze objęte mechanizmami jakości żywności włączonymi do PROW przez pogłębianie wiedzy konsumentów o zaletach tych produktów oraz mechanizmach.

### Podstawa prawna

Art. 33 rozporządzenia Rady (WE) nr 1698/2005 z dnia 20 września 2005 r. w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFFROW) (Dz. Urz. UE L 277, str. 1 z 21.10.2005).

### Uzasadnienie

Obecnie zarówno wśród konsumentów, jak i producentów obserwuje się niski poziom wiedzy na temat istnienia systemów wytwarzania i kontroli produktów rolnych o wysokiej jakości. W rezultacie utrzymuje się niska podaż tych produktów oraz niski

popyt na nie. Działania informacyjne i promocyjne umożliwią zwrócenie uwagi na specyficzne cechy produktów o wysokiej jakości, co wpłynie stymulująco na popyt i podaż, oraz ułatwi ich zbyt. Ponadto, zachęci kolejnych producentów do rozpoczęcia

produkcji zgodnej z tymi systemami i korzystania z mechanizmu finansowego wsparcia działań informacyjnych i promocyjnych.

### Opis działania

Cel działania będzie realizowany przez refundację części kosztów kwalifikowalnych grupom producentów realizującym działania informacyjne i promocyjne na rynku wewnętrznym UE. Działania mają na celu zwrócenie uwagi konsumentów na specyficzne właściwości lub zalety produktów, w szczególności na ich jakość, szczególne metody produkcji, wysokie standardy dobrostanu zwierząt oraz uwzględnienie aspektów środowiska związanych z danym mechanizmem jakości. Działania obejmują także rozpowszechnianie wiedzy naukowej i technicznej dotyczącej tych produktów. Refundację części kosztów kwalifikowalnych będzie można uzyskać za realizację działań z zakresu public relations, promocji, reklamy (reklama w TV, radiu, prasie, udział w targach i wystawach, organizacja szkoleń, konferencji, promocja w punktach sprzedaży, prowadzenie serwisu internetowego,

publikacja broszur, ulotek, plakatów, materiałów promocyjnych itp.).

### Beneficjent

Grupa producentów niezależnie od jej formy prawnej, rozumiana jako organizacja producentów lub przetwórców, aktywnie uczestniczących w mechanizmie jakości i skupionych wokół produktu rolnego, środka spożywczego lub sposobu produkcji. Grupa winna przedstawić stosowną umowę lub inny właściwy dokument określający jej strukturę, cel i sposób działania.

## Forma pomocy

Grupy producentów mogą uzyskać refundację, która wyniesie do 70% kwalifikujących się kosztów, faktycznie poniesionych na realizację działań w ramach Projektu działań informacyjnych lub promocyjnych. Lista produktów kwalifikujących się do pomocy

- 1) produkty posiadające Chronioną Nazwę Pochodzenia (PDO), Chronione Oznaczenie Geograficzne (PGI), Gwarantową Tradycyjną Specjalność (TSG);
- 2) produkty rolnictwa ekologicznego;
- 3) produkty integrowanej produkcji (IP) w rozumieniu Ustawy z dnia 18 grudnia 2003r. o ochronie roślin (Dz.U. z 2004 r. Nr 11, poz. 94 z późn. zm.);
- 4) produkty wyprodukowane w ramach innych systemów krajowych.

## Wysokość pomocy

Maksymalnie 70% poniesionych kosztów kwalifikowanych.

## Kryteria dostępu

Grupa producentów może ubiegać się o zwrot kosztów kwalifikowalnych realizacji działań informacyjnych i promocyjnych, jeżeli reprezentuje podmioty skupione wokół produktów uczestniczących w systemach jakości żywności, złoży projekt, na który składają się działania informacyjne lub promocyjne przy czym czas trwania tych działań nie może wynieść dłużej niż 2 lata od momentu udzielenia pomocy. Ponadto, poszczególne działania informacyjne lub promocyjne nie mogą być objęte pomocą w ramach rozporządzenia (WE) nr 2826/2000 z 19 grudnia 2000 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym UE oraz dotyczyć marek handlowych.

## Zasięg geograficzny

Cały kraj.

## Liczba beneficjentów

Szacowana liczba beneficjentów w latach 2007 &ndash; 2013 wynosi 1350 podmiotów.

## Wskaźniki monitorowania

Wskaźniki produktu:

- 1) liczba wspieranych grup producentów objętych systemami jakości - w podziale na: system, pochodzenie systemu, kategorie produktu, województwa.

