

Informare - finantare 2025 pentru promovarea produselor agroalimentare, programul european AGRIP

Expeditor UNCJR Office <office@uncjr.ro>
Destinatari CJ Iasi presedinte <costel.alexu@icc.ro>, CJ Harghita 1 <birobotond@judetulharghita.ro>, CJ Salaj <office@cjsj.ro>, CJ Tulcea <presedinte@cjtulcea.ro>, CJ Giurgiu <cjgiurgiu@gmail.com>, CJ Timis <vasile.ciurus@cjtimis.ro>, CJ Timis 1 <alfred.simonis@cjtimis.ro>, CJ Vaslui 1 <trifan.ciprian@gmail.com>, CJ Dolj <cosmin.vasile@cjdolj.ro>, CJ Constanta <presedinte@cjc.ro>, 57 mai multe...
Data 2025-01-23 09:31

 submission-guide_agrip-simple_ro.pdf (~473 KO)  programme-guide_agrip_ro.pdf (~846 KO)

CONCILIUL JUDETEAN
Nr. 1394
23 ianuarie 2025

Stimată doamnă Președinte,

Stimate domnule Președinte,

Uniunea europeană alocă 132 de milioane EUR în 2025 pentru cofinanțarea activităților de promovare a produselor agroalimentare durabile și de înaltă calitate atât pe piața internă, cât și la nivel mondial.

Comisia europeană a deschis granturile anuale ale programului AGRIP - Programul pentru Promovarea Produselor Agricole din UE (2021-2027). Acestea acoperă 15 tematici grupate în 2 cereri de finanțare – Programe simple și Programe multinaționale.

Programele simple sunt prezentate de una sau mai multe organizații care formulează propuneri, toate provenind din același stat membru. Programele multinaționale sunt prezentate de cel puțin două organizații care formulează propuneri din cel puțin două state membre sau de una sau mai multe organizații europene.

Potențialii beneficiari sunt informați că în perioada 29-30 ianuarie 2025 se va organiza o sesiune de informare cu sfaturi și idei pentru propunerile de proiecte.

Programul de lucru privind politica de promovare pentru 2025, care este baza legală a acestei finanțări, este conceput pentru a dezvolta noi oportunități de piață pentru agricultorii din UE și pentru industria alimentară din UE în general, precum și pentru a-i ajuta să își securizeze afacerile existente. Prioritățile evocate țin seama de obiectivele generale de sustenabilitate și competitivitate, precum și de securitatea alimentară, prezentate în orientările politice ale Comisiei europene 2024-2029.

Adoptarea programului de lucru pentru 2025 marchează, de asemenea, 10 ani de politică de promovare a UE în acest domeniu. În această perioadă, un total de peste 600 de campanii au fost cofinanțate de Comisia europeană sub sloganul comun - „Enjoy, it's from Europe” (Bucurați-vă, este din Europa), sprijinind reputația produselor agroalimentare ale UE în cadrul Uniunii și în întreaga lume.

Data limită pentru depunerea aplicațiilor: 23 aprilie 2025

Eligibilitate: solicitanții trebuie să fie organizații profesionale sau interprofesionale stabilite într-un stat membru, reprezentative pentru sectorul sau sectoarele în cauză, organizații de producători și asociații ale acestora sau organisme din sectorul agroalimentar care au ca obiectiv și activitate acțiunile de informare și de promovare pentru produsele agricole și care au fost însărcinate de statele membre să îndeplinească o misiune de serviciu public în acest sector.

Contact pentru mai multe detalii, Agenția executivă europeană pentru cercetare de la Bruxelles (REA): REA-AGRI-CALLS@ec.europa.eu

Ghidul programului AGRIP pentru 2025 și ghidul potențialilor beneficiari pentru depunerea aplicațiilor, versiunea în română, se regăsesc în anexa acestei comunicări.

Cu stimă,
Echipa UNCJR!



NR: 1394
DATA: 23/01/2025
COD: 4672
NULL



Promovarea produselor agricole (AGRIP)

Ghidul programului AGRIP

Versiunea 5.0
15 ianuarie 2025

Prefață

Prezentul ghid are ca scop îndrumarea solicitanților interesați de cofinanțarea acțiunilor de informare și promovare privind produsele agricole din UE pe teritoriul UE („piața internă”) și în afara acesteia („țări terțe”).


Ghidul este conceput pentru a prezenta programul AGRIP și a vă ajuta să vă elaborați propunerile.

Informații generale despre procedura online de depunere a propunerilor sunt disponibile în [Manualul online de pe portalul de finanțare și achiziții publice](#).

Ajutor

Modalitățile prin care puteți contacta serviciul de asistență sunt prevăzute în cererile de propuneri.

Răspunsurile furnizate la întrebările care nu țin de domeniul IT vor fi publicate în serii pe: [portalul de finanțare și achiziții publice – Întrebări frecvente](#).

 Contactați serviciul de asistență numai după ce ați încercat să găsiți informațiile în documentația pusă la dispoziție.

Informații suplimentare

Informații suplimentare privind programul de finanțare AGRIP sunt disponibile în următoarele documente:

- [Portalul Enjoy it's from Europe](#)
- [Promovarea produselor agricole din UE pe site-ul Europa](#)
- [Promovarea produselor agricole pe site-ul REA](#)

Dacă aveți sugestii sau observații cu privire la îmbunătățirea acestui ghid, vă invităm să trimiteți un e-mail la adresa: REA-AGRI-GRANTS@ec.europa.eu

ISTORICUL MODIFICĂRIILOR		
Versiune	Data publicării	Modificări
1.0	28.1.2021	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prima versiune
2.0	15.1.2022	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mai multe actualizări privind subcriteriile de atribuire, datele de contact ale REA, F&T (portalul de finanțare și achiziții)
3.0	15.12.2022	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revizuirea subcriteriilor de atribuire ▪ Modificări minore ale instrucțiunilor legate de conținut
4.0	15.12.2023	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modificări minore ale instrucțiunilor legate de conținut (cu privire la raportul de evaluare și postările pe platformele sociale) în secțiunea 3.3 ▪ Actualizări privind structura formularului de cerere (noua parte C) în secțiunea 3.4
5.0	15.1.2025	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reformatarea și revizuirea întregului document. ▪ Prefață: Link adăugat către portalul „Enjoy it's from Europe” ▪ Pagina 6: link către „Ghidul privind procedura competitivă” în secțiunea 1.1 Documente esențiale ▪ Pagina 12: text eliminat din secțiunea 2.3. Partea B – Descrierea tehnică a proiectului, secțiunea 1 – Relevanță ▪ Pagina 17: text introdus pentru a clarifica normele privind mărcile în secțiunea 2.3. Partea B – Descrierea tehnică a proiectului, secțiunea 2 – Calitate ▪ Pagina 24: actualizarea instrucțiunilor privind modul de completare a părții C în secțiunea 2.3 partea C – Captură de ecran ▪ Pagina 28: modificarea textului subcriteriului 1b din anexa 1 – Informații suplimentare privind criteriile de atribuire

Cuprins

Glosar	4
1. Prezentare generală a programului	5
2. Etape pregătitoare.....	5
2.1 Eligibilitate și documente esențiale	5
2.2 Cum să vă redactați propunerea.....	6
2.3 Regimul lingvistic	7
2.4 Rolurile și responsabilitățile consorțiului	7
3. Elaborarea propunerii	9
3.1 Formulare de cerere	9
3.2 Partea A – Formulare administrative	9
3.3 Partea B – Descrierea tehnică a proiectului	11
3.4 Captură de ecran cu partea C	25
3.5 Anexele la cerere	26
4. Evaluare și rezultate	28
4.1 Prezentare generală a procesului de evaluare	28
4.2 Rezultat	29
Anexa 1	30
Anexa 2	34
Anexa 3	36

Glosar

Glosar	
Acord de consorțiu	Dacă într-o acțiune sunt implicați mai mulți beneficiari/solicitanți, aceștia trebuie să semneze un acord de consorțiu pentru completarea acordului de grant, iar acesta nu poate conține nicio prevedere contrară acordului de grant.
Acord de grant	<p>Prin semnarea acordului, beneficiarii acceptă grantul și sunt de acord să pună în aplicare acțiunea sub răspunderea proprie și în temeiul acordului, cu respectarea tuturor obligațiilor și condițiilor prevăzute în respectivul document.</p> <p>Pentru programele simple, se semnează un contract între autoritățile naționale competente și beneficiar(i); acesta se mai numește și acord de grant.</p> <p>Pentru programele multinaționale, se semnează un acord de grant (AG) între REA (care acționează în limita competențelor delegate de Comisia Europeană) și organizațiile beneficiare, și anume beneficiarii cofinanțării din partea UE.</p>
Acțiune	Un program individual/o propunere individuală se numește acțiune . Aceasta conține un set coerent de activități .
Autoritate națională competentă	Autoritatea națională competentă este serviciul responsabil desemnat de guvernul statului membru pentru gestionarea punerii în aplicare a programelor simple.
Consortiu – beneficiari – solicitanți	Un (co)beneficiar este o organizație care primește cofinanțare din partea UE în urma unei propuneri aprobate pentru unul dintre programele cofinanțate de UE și a semnării acordului de grant aferent. În timpul procesului de depunere a cererii, se face referire la solicitant (solicitanți) și/sau la participanți . De asemenea, termenul de organizație care formulează propuneri este utilizat atât pentru solicitanți, cât și pentru beneficiari, în funcție de stadiul procedurii.
Organism de punere în aplicare	Un organism de punere în aplicare este un organism însărcinat cu punerea în aplicare a activităților programului și are rol de subcontractant .
Portalul de finanțare și achiziții publice al UE	Portalul de finanțare și achiziții publice este site-ul care găzduiește informațiile despre finanțarea programelor Orizont Europa, precum și a altor programe ale Uniunii, inclusiv despre promovarea produselor agricole.
Prefinanțare	Prefinanțarea , așa cum este indicată în acordul de grant, este echivalentă cu plata în avans conform prevederilor din textele legislative.
Program anual de lucru	Programul anual de lucru stabilește prioritățile strategice anuale ale regimului de promovare și este adoptat de Comisia Europeană în conformitate cu articolul 8 din Regulamentul (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului din 22 octombrie 2014 (actul de bază).
Propuneri	<p>Propunerile pentru programe simple pot fi depuse de una sau mai multe organizații care formulează propuneri din același stat membru.</p> <p>Propunerile pentru programe multinaționale pot fi depuse de cel puțin două organizații care formulează propuneri din cel puțin două state membre sau de una sau mai multe organizații de la nivelul Uniunii Europene.</p>
REA	Agencia Executivă Europeană pentru Cercetare (REA) este o agenție executivă a Comisiei Europene care gestionează punerea în aplicare din punct de vedere tehnic și financiar a promovării produselor agricole.

1. Prezentare generală a programului

Obiectivul general al politicii agricole comune a UE este de a mări competitivitatea sectorului agricol al Uniunii.

În acest context, Programul UE pentru promovarea produselor agricole (AGRIP) vizează finanțarea **unor acțiuni de informare și de promovare** care:

- să crească gradul de conștientizare și de recunoaștere a sistemelor de calitate ale UE, dar și gradul de conștientizare al consumatorilor cu privire la meritele produselor agricole și ale metodelor de producție ale UE;
- să intensifice competitivitatea și consumul de produse agricole din UE, să mărească vizibilitatea produselor respective și să le asigure o cotă de piață mai mare.

În caz de perturbare gravă a pieței, aceste măsuri pot contribui la restabilirea condițiilor normale de piață.

Pentru a realiza pe deplin aceste obiective, acțiunile de informare și de promovare trebuie puse în aplicare atât pe teritoriul UE, cât și în afara statelor membre ale UE și să ia forma unor:

- **programe simple**, care pot fi prezentate de una sau mai multe organizații care formulează propuneri stabilite în același stat membru al UE
- **programe multinaționale**, care pot fi prezentate de cel puțin doi solicitanți stabiliți în diferite state membre ale UE sau de una sau mai multe organizații din UE

Prin urmare, programul AGRIP publică **în fiecare an două cereri de propuneri** (una pentru programe simple și una pentru programe multinaționale), având mai multe teme care acoperă atât măsurile de informare de pe teritoriul UE, cât și din afara sa.

Programul AGRIP este gestionat de **Agencia Executivă Europeană pentru Cercetare (REA)**, însărcinată de Comisia Europeană cu gestionarea politicii de promovare

2. Etape pregătitoare

2.1 Eligibilitate și documente esențiale

Înainte de a decide dacă să solicitați finanțare prin programul AGRIP, vă rugăm să verificați dacă îndepliniți toate cerințele de eligibilitate [organizația (organizațiile) participantă (participante), produsele promovate și acțiunea în sine].

Le puteți găsi în **cererea de propuneri**.

În plus, poate doriți să consultați următoarele documente de referință, și anume:

Regulamentul (UE) nr. [1144/2014](#)¹ privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe.

¹ Regulamentul (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului din 22 octombrie 2014 privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 3/2008 al Consiliului (JO L 317, 4.11.2014, p. 56-70).

Regulamentul delegat (UE) 2015/1829² al Comisiei privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe.

Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/1831³ al Comisiei privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe.

- Decizia anuală de punere în aplicare a Comisiei de adoptare a programului de lucru pentru anul respectiv, în cadrul acțiunilor de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe.
- **Modelele de acord de grant (MAG)** pentru programe simple și multinaționale

Informații suplimentare sunt, de asemenea, disponibile:

- Prezentarea sinoptică despre politica de promovare, disponibilă la adresa: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en
- [Întrebările frecvente de pe Portalul de finanțare și achiziții publice](#)

și în special pentru programele simple:

- Autoritățile naționale competente: solicitanții care elaborează programe simple pot contacta autoritatea competentă din propriul stat membru pentru informații suplimentare cu privire la temeiul juridic, la modelul de acord de grant, precum și la punerea în aplicare a acțiunilor. Lista autorităților naționale competente pentru programul AGRIP este disponibilă la adresa: https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products_en
- Îndrumări și instrumente concepute pentru a vă ajuta să îmbunătățiți calitatea tehnică a propunerilor dumneavoastră sunt disponibile la adresa: [Cum să depuneți cererea – Promovarea produselor agricole – Comisia Europeană \(europa.eu\)](#)
- Ghid pentru solicitanții care elaborează programe simple cu privire la modul de elaborare a acordurilor de grant și de supraveghere a punerii în aplicare a acțiunii în ceea ce privește subcontractele și subcontractarea: [Ghid privind procedura competitivă](#)

2.2 Cum să vă redactați propunerea

Propunerea cuprinde două părți (Partea A – Formulare administrative, completată în sistemul electronic de depunere, și Partea B – Descrierea tehnică, încărcată sub formă de fișier pdf) și include anexe. Vă rugăm să consultați [Manualul online](#).

Cererile de propuneri în cadrul programului AGRIP au un **grad ridicat de competitivitate**. Elementele slabe din propunerile care, în mod normal, ar fi bune, pot duce la un punctaj general mai mic, ceea ce face ca propunerea să nu fie selectată pentru finanțare.

² Regulamentul delegat (UE) 2015/1829 al Comisiei din 23 aprilie 2015 de completare a Regulamentului (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe (JO L 266, 13.10.2015, p. 3-8).

³ Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/1831 al Comisiei din 7 octombrie 2015 de stabilire a normelor de aplicare a Regulamentului (UE) nr. 1144/2014 al Parlamentului European și al Consiliului privind acțiunile de informare și promovare referitoare la produsele agricole puse în aplicare pe piața internă și în țările terțe (JO L 266, 13.10.2015, p. 14-26).

Având în vedere acest lucru, reflectați asupra următoarelor aspecte înainte de a redacta o propunere:

- **Relevantă:** verificați dacă propunerea dumneavoastră este adecvată pentru respectiva cerere de propuneri și dacă abordează tema specifică. Propunerile care nu se încadrează în domeniul de aplicare vor fi declarate neeligibile. Propunerile care corespund în mică măsură cu cererea sau subiectul sunt adesea respinse deoarece nu ating punctajele minime.
- **Integralitate:** verificați dacă propunerea dumneavoastră cuprinde toate informațiile relevante și dacă acoperă toate aspectele descrise în criteriile de atribuire și în modelul de propunere din cererea de propuneri, întrucât va fi evaluată numai pe baza conținutului prezentat. Asigurați-vă că toate informațiile solicitate sunt încărcate. Rețineți: cantitate nu înseamnă calitate. Propunerile bune sunt clare și ușor de înțeles; sunt precise, concise și se concentrează pe conținut. Rețineți că partea B a propunerii dumneavoastră are un număr limitat de pagini și că textul care depășește această limită va fi invizibil și nu va fi luat în considerare de evaluatori.
- **Impact:** propunerile bune trebuie să vizeze obținerea de rezultate și să indice clar prin ce mijloace se urmărește obținerea rezultatelor respective. De asemenea, trebuie să includă un studiu de evaluare temeinic și credibil – realizat de un organism extern independent – care se axează nu numai asupra evaluării procesului, ci mai ales asupra impactului final preconizat. Pentru mai multe informații, vă rugăm să consultați informațiile suplimentare privind criteriile de atribuire (anexa 1).

2.3 Regimul lingvistic

Propunerile pot fi depuse în **orice limbă oficială a Uniunii Europene**.

Pentru propunerile care nu sunt prezentate în engleză, vă rugăm să furnizați o **traducere în limba engleză de bună calitate a părții B** a propunerii dumneavoastră. Acest lucru va facilita și va accelera evaluarea de către experții noștri internaționali independenți.

Solicitanții care depun propuneri pentru **programe multinaționale** trebuie să țină seama de faptul că, în principiu, REA va folosi limba engleză în comunicările sale cu beneficiarii referitoare la urmărirea și la monitorizarea programelor multinaționale cofinanțate (etapa de gestionare a granturilor).

Solicitanții care depun propuneri pentru **programe simple** trebuie să țină seama de faptul că gestionarea contractelor va fi asigurată de autoritățile competente din statele membre. În consecință, solicitanții sunt încurajați să-și depună propunerea în limba (limbile) statului lor membru, cu excepția cazului în care statul membru vizat a indicat că este de acord cu semnarea contractului în engleză⁴.


2.4 Rolurile și responsabilitățile consorțiului

Punerea în aplicare a unei acțiuni poate implica mai multe entități, fiecare cu roluri și responsabilități diferite:

Coordonatorul este în special entitatea care răspunde de următoarele sarcini:

⁴ Informații disponibile la adresa: [competent-national-authorities-simple-programmes-v2_en.pdf](https://ec.europa.eu/agriculture/sites/default/files/2017/02/competent-national-authorities-simple-programmes-v2_en.pdf) (europa.eu).

- depune propunerea în numele tuturor organizațiilor asociate care formulează propuneri;
- monitorizează punerea în aplicare corespunzătoare a acțiunii (vezi articolul 11 din modelul de acord de grant);
- acționează ca intermediar pentru toate comunicările dintre beneficiari și autoritatea de acordare a grantului (în special, furnizând REA sau autorității competente din statul membru informațiile descrise la articolul 19 din modelul de acord de grant), cu excepția cazului în care se specifică altfel;
- cere cosolicitanților/cobeneficiarilor documentele sau informațiile solicitate de autoritatea care acordă grantul, le analizează și le verifică integralitatea și corectitudinea înainte de a le transmite mai departe autorității;
- prezintă rezultatele preconizate și rapoartele din timpul punerii în aplicare a acțiunii (vezi articolul 21 din modelul de acord de grant);
- furnizează o garanție de prefinanțare, în mod implicit pentru programele simple și la cererea REA pentru programele multinaționale (vezi articolul 23 din modelul de acord de grant);
- se asigură că toate plățile către cobeneficiari sunt efectuate la timp (vezi articolul 22.1 din modelul de acord de grant);
- informează autoritatea care acordă grantul cu privire la sumele plătite fiecărui cobeneficiar, când se solicită acest lucru (vezi articolele 22 și 32 din modelul de acord de grant).

 **Rețineți:** coordonatorul NU poate să delege sarcinile de mai sus altui cobeneficiar sau să le subcontracteze unui terț.

Alți cobeneficiari/solicitanți sunt responsabili în special de următoarele sarcini:

- mențin actualizate informațiile stocate în registrul participanților de pe Portalul de finanțare și achiziții publice (vezi articolul 19 din modelul de acord de grant);
- îl informează imediat pe coordonator cu privire la orice evenimente sau circumstanțe care ar putea afecta semnificativ sau care ar putea întârzia punerea în aplicare a acțiunii (vezi articolul 19 din modelul de acord de grant);
- îi prezintă coordonatorului următoarele documente în timp util:
 - situațiile financiare individuale și, dacă este necesar, certificatele privind situațiile financiare (vezi articolul 21 din modelul de acord de grant);
 - datele necesare pentru întocmirea rapoartelor (vezi articolul 21 din modelul de acord de grant);
 - orice alte documente sau informații solicitate de REA sau de Comisie/de autoritatea competentă a statului membru în temeiul AG, cu excepția cazului în care AG impune ca beneficiarul să le transmită direct aceste informații.

De asemenea, dacă într-o acțiune sunt implicați mai mulți beneficiari/solicitanți, trebuie semnat un **acord de consorțiu** pentru completarea acordului de grant. Acest acord poate avea diferite forme, însă cel mai întâlnit este acordul standard scris. Pentru îndrumări privind acordurile de consorțiu, puteți consulta [manualul online](#) și [ghidul intitulat „Cum să întocmiți acordul de consorțiu”](#).

Acordul de consorțiu nu trebuie depus odată cu propunerea, dar trebuie să fie disponibil la momentul semnării acordului de grant.

Subcontractanții (vezi articolul 9 din modelul de acord de grant):

- nu participă la acordul de grant și nu au o relație contractuală cu REA/autoritatea competentă din statul membru;
- În mod normal, **sarcinile de bază** care fac parte din acțiune (și anume coordonarea tehnică și financiară a acțiunii și gestionarea strategiei) **nu pot fi subcontractate**;
- subcontractanții trebuie selectați astfel încât să se garanteze obținerea celor mai mari avantaje din punct de vedere economic și, dacă este cazul, prețul cel mai mic, precum și lipsa conflictului de interese; solicitanții/beneficiarii care pot fi considerați „organisme de drept public” trebuie, în plus, să respecte legislația națională privind achizițiile publice care transpune Directiva 2014/24/UE;
- sarcinile de evaluare a proiectului trebuie să fie atribuite unor entități care sunt independente.

Tertii care primesc sprijin financiar [vezi articolul 9.4 din modelul de acord de grant]:

- Sprijinul financiar sub formă de granturi poate fi acordat doar entităților care au o legătură cu beneficiarul⁵ și care au fost identificate în propunerea de proiect.
- Proiectul trebuie să precizeze valoarea maximă a sprijinului financiar pentru fiecare terț, precum și criteriile și procedurile pentru acordarea sprijinului financiar.
- Beneficiarii trebuie să se asigure că costurile atribuite acțiunii sunt limitate la costurile suportate efectiv de respectivii terți (adică fără nicio marjă de profit) și că entitățile respectă principiul bunei gestiuni financiare și țin evidența costurilor lor.

3. Elaborarea propunerii

3.1 Formulare de cerere

Formularul de cerere este structurat în trei părți, părțile A, B și C:

- Partea A conține formularele administrative structurate care cuprind date privind participanții, declarații juridice și persoanele de contact (din capturile de ecran preluate din Sistemul de depunere de pe portal).
- Partea B este partea descriptivă a propunerii. Cuprinde descrierea tehnică a proiectului cu activitățile planificate, pachetele de lucru, costurile etc.
- Partea C conține informații despre țările vizate și produsele care urmează să fie promovate, precum și întrebări specifice cererii de propuneri și indicatori-cheie de performanță (KPI), care au rolul de monitorizare a programului.

3.2 Partea A – Formulare administrative

Următoarele instrucțiuni au ca scop furnizarea de informații cu privire la modul corect de completare a acestei părți.

⁵ „Entitățile asociate” sunt entități care au o legătură cu beneficiarul, în special o legătură juridică sau de capital, care nu este limitată la acțiune și nici nu este stabilită exclusiv în scopul punerii în aplicare a acțiunii.


Sectiunea 1: Informatii generale

În această secțiune trebuie să furnizați acronimul, titlul propunerii, durata, cuvinte-cheie la alegere, precum și un rezumat al propunerii dumneavoastră în limba engleză. Vă rugăm să fiți precis și concis în redactarea acestui rezumat al proiectului, deoarece acesta va fi publicat în cazul în care propunerea dumneavoastră este acceptată pentru cofinanțare.

De asemenea, trebuie să indicați dacă au fost depuse propuneri similare în ultimii doi ani.

Sectiunea 2: Participanti

Coordonatorul va înscrie codurile PIC pentru toate organizațiile care formulează propuneri. Rețineți că trebuie să utilizați un cod PIC valabil.

În această secțiune sunteți, de asemenea, invitat să specificați pentru fiecare participant tipul de organizație care formulează propuneri în sensul articolului 7 din Regulamentul (UE) nr. [1144/2014](#).  Vă rugăm să vă asigurați că acestea corespund informațiilor furnizate în anexa relevantă la propunere „Informații privind reprezentativitatea/entitatea juridică”.

Sectiunea 3: Buget

În această secțiune, trebuie să completați un tabel de sinteză privind bugetul (vezi mai jos modelul):

Forms of funding	Estimated eligible costs (per budget category) ¹										Estimated EU contribution ²					
	Direct costs						Indirect costs				Total costs	EU contribution to eligible costs			Maximum grant amount ⁴	
	A. Personnel costs		B. Subcontracting costs	C. Purchase costs			D. Other cost categories		E. Indirect costs ³			Funding rate % ⁴	Maximum EU contribution ⁵	Requested EU contribution		
	A.1 Employees (or equivalent)	A.2 National persons under direct contract	A.3 Seconded persons	B. Subcontracting	C.1 Travel and subsistence			C.2 Equipment	C.3 Other goods, works and services	D.1 Financial support to third parties	E. Indirect costs					
Actual costs	Indirect costs (actual or estimated)	Unit costs ⁷	Actual costs	Actual costs (Actual contribution)	Actual costs (Actual contribution)	Actual costs (Actual contribution)	Actual costs	Actual costs	Actual costs	(Estimated) ³	Flat rate costs ⁸					
1 – [short name beneficiary]																
2 – [short name beneficiary]																
Total consortium																


Casetele albe trebuie completate de coordonator, casetele gri sunt codificate automat sau calculate de sistem. Casetele negre nu sunt accesibile.

Fiecare rând din tabelul de buget reprezintă cheltuielile totale estimate pentru fiecare solicitant.

Conform modelului de acord de grant, există cinci categorii de costuri (vezi articolul 6.2 din modelul de acord de grant pentru o descriere detaliată a fiecărei categorii de buget):

- A. Costuri cu personalul
- B. Costuri de subcontractare
- C. Costuri de achiziționare
- D. 1 Sprijin financiar pentru terți
- E. Costuri indirecte

Costurile directe trebuie defalcate în analiza de buget individuală din partea B a cererii, la descrierea pachetelor de lucru (secțiunea 4).

 Asigurați-vă că **sumele pentru fiecare categorie de costuri și totalurile din partea A sunt egale** cu sumele corespunzătoare specificate în **analiza de buget individuală pentru fiecare pachet de lucru din partea B** a cererii și cu sumele calculate în **anexa**

la propunere „**Tabel de buget detaliat**”. Aveți grijă în special să nu adăugați de două ori costurile indirecte când lucrați la părțile A și B.

Contribuția maximă a UE se calculează prin înmulțirea costurilor totale cu rata de rambursare. Aceasta din urmă este completată automat de sistem, în funcție de condițiile privind cererea și tema, precum și de statul membru al solicitantului/solicitanților.

Rețineți că, din rațiuni de simplificare a tabelului de buget, nu este nevoie să se declare contribuția solicitanților. Diferența dintre costurile eligibile totale estimate din care se scade contribuția UE solicitată este considerată implicit „contribuția solicitantului”.

3.3 Partea B – Descrierea tehnică a proiectului

Partea B se referă la conținutul tehnic al propunerii. Vă rugăm să utilizați modelele obligatorii furnizate în cadrul sistemului de depunere și să urmați instrucțiunile de mai jos.


Calitatea propunerii dumneavoastră va fi evaluată în raport cu următoarele **criterii de atribuire**:

1. Relevanță

2. Calitate

3. Impact

Aceste criterii sunt defalcate în continuare pe **subcriterii** (vezi anexa 1 la prezentul ghid).

 Asigurați-vă că propunerea dumneavoastră abordează fiecare dintre criteriile și subcriteriile de atribuire. Toate mențiunile efectuate în cerere trebuie să fie fundamentate și susținute de dovezi (trimitere la documente publice, exemple, date cantitative etc.). Experții independenți le vor utiliza pentru a evalua calitatea propunerii dumneavoastră.

Partea B trebuie să conțină următoarele secțiuni care le corespund criteriilor de atribuire:

Secțiunea 1: Relevanță

Contextul și obiectivele generale

Prezentați pe scurt organizațiile care formulează propuneri, sectorul de produs reprezentat și membrii lor, fără a repeta informațiile deja furnizate în partea A. De asemenea, trebuie incluse informații despre structura sectorului, numărul de membri/întreprinderi, cifra de afaceri și date referitoare la ocuparea forței de muncă.

Vă rugăm să rețineți că informațiile privind reprezentativitatea organizației dumneavoastră în statul membru sau la nivelul Uniunii pentru sectorul (sectoarele) de produse în cauză trebuie furnizate ca anexă separată la propunere, utilizând modelul relevant. Anexa trebuie încărcată separat la rubrica respectivă, însoțită de informațiile relevante privind entitatea juridică (veziși secțiunea 3.5 din acest ghid).

Indicați produsele sau sistemele despre care se va face o informare sau care vor fi promovate în cadrul proiectului dumneavoastră. Dacă promovați produse enumerate în anexa I la Regulamentul (UE) nr. [1144/2014](#), indicați codul/codurile NC al(e)⁶ produselor. Dacă promovați sisteme DOP/IGP/STG, indicați denumirile înregistrate ale produselor recunoscute.

⁶ Mai multe informații despre codurile NC se găsesc pe următoarea pagină: https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/calculation-customs-duties/customs-tariff/combined-nomenclature_en

Descrieți contextul și justificarea proiectului și modul în care se încadrează în obiectivele generale ale cererii de propuneri.

Asigurați-vă că toate aspectele relevante sunt bine transpuse în strategia programului, inclusiv în activitățile și mesajele principale alese.

Fiecare propunere trebuie să explice cum contribuie proiectul la aspirațiile în materie de climă și de mediu ale politicii agricole comune (PAC) și ale Pactului verde european⁷.

Îndreptați-vă atenția îndeosebi asupra **sustenabilitatea producției și/sau a consumului**, luând drept criteriu de referință definiția agriculturii durabile furnizată de Organizația Națiunilor Unite pentru Alimentație și Agricultură (FAO)⁸.

Propunerile prezentate în cadrul **temelor privind sustenabilitatea** trebuie să abordeze aspectele suplimentare enumerate în obiectivele temelor. Obiectivul acestor teme este de a evidenția sustenabilitatea agriculturii Uniunii, subliniind rolul său benefic pentru climă, mediu și bunăstarea animalelor. Metodele de producție a produselor promovate trebuie să acopere cel puțin două din domeniile de acțiune enumerate la articolul 31 alineatul (4) din Regulamentul (UE) [2021/2115](#)⁹ și să respecte condițiile prevăzute la alineatul (5) de la acest articol. Printre aceste domenii se numără următoarele: atenuarea schimbărilor climatice, adaptarea la schimbările climatice, protejarea sau îmbunătățirea calității apei, prevenirea degradării solului și refacerea solului, protejarea biodiversității, conservarea sau refacerea habitatelor sau a speciilor, acțiuni pentru o utilizare durabilă și redusă a pesticidelor și acțiuni de îmbunătățire a bunăstării animalelor sau de combatere a rezistenței la antimicrobiene.

Cercetarea de piață și obiectivele specifice ale proiectului

Propunerea trebuie să furnizeze o cercetare relevantă a pieței pentru fiecare țară vizată. Cercetarea de piață trebuie să fie orientată către produs și către piață, să se concentreze asupra fiecărei țări vizate și să servească drept bază pentru definirea obiectivelor și strategiei de acțiune. Trebuie să conțină informații și evaluări ale indicatorilor macroeconomici, conjunctura și previziunile de piață, inclusiv sursele recente ale datelor.

Furnizați și informațiile necesare pentru descrierea pieței și/sau a situației privind sensibilizarea de pe fiecare piață vizată de proiectul dvs., răspunzând la întrebări precum:

Oferta:

- Care sunt cifrele de producție, vânzări și export (volumul și valoarea, cota de piață) pentru organizația (organizațiile) solicitantului și statul membru al acestuia, pentru fiecare dintre piețele țintă? Creșterea planificată a vânzărilor este compatibilă cu capacitatea de creștere a producției?

⁷ Un sistem alimentar al UE mai sănătos și mai durabil este o piatră de temelie a Pactului verde european. Informații suplimentare la adresa: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en.

⁸ Organizația Națiunilor Unite pentru Alimentație și Agricultură (FAO), „Sustainability Assessment of Food and Agriculture systems” (SAFA) (Evaluarea sustenabilității sistemelor alimentare și agricole – SAFA) <http://www.fao.org/nr/sustainability/sustainability-assessments-safa/en/>, definiții <http://www.fao.org/3/ai388e/AI388E05.htm>.

⁹ Regulamentul (UE) 2021/2115 al Parlamentului European și al Consiliului din 2 decembrie 2021 de stabilire a normelor privind sprijinul pentru planurile strategice care urmează a fi elaborate de statele membre în cadrul politicii agricole comune (planurile strategice PAC) și finanțate de Fondul european de garantare agricolă (FEGA) și de Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală (FEADR) și de abrogare a Regulamentelor (UE) nr. 1305/2013 și (UE) nr. 1307/2013 (JO L 435, 6.12.2021, p. 1).

- Care este structura pieței în țara/țările vizate și cum se poziționează organizația (organizațiile) propusă (propuse) pe această piață (de exemplu, poziția concurențială a solicitantului)?
- Care sunt principalii competitori ai acestora?
- Care este poziția pe piață a altor operatori UE din același sector de produse (volumul și valoarea exporturilor, cota de piață etc.)?
- Care este poziția lor în comparație cu concurenții din afara UE?
- Cu ce provocări se confruntă aceștia?
- Care sunt strategiile lor de piață?
- Care sunt avantajele competitive ale operatorilor UE?
- Care sunt avantajele competitive ale organizației (organizațiilor) care formulează propuneri?
- Explicați principalele diferențe (preț, calitate etc.) care vor face ca produsul dumneavoastră să fie mai competitiv decât alte produse deja disponibile pe piața vizată.
- Care sunt provocările din domeniul logistic, dacă există?
- Descrieți structura și funcționarea canalelor de distribuție și de comerț cu amănuntul: lanțuri principale de comerț cu amănuntul, cota de piață pe canal de distribuție, importanța comerțului specializat și a canalului de alimentație publică/horeca.
- În cazul țării (țărilor) terțe, furnizați detalii despre condițiile de import, cum ar fi barierele tarifare și netarifare (de exemplu măsurile sanitare sau fitosanitare) și despre orice alte restricții (cum ar fi interdicțiile, temporare sau nu) în vigoare sau preconizate în timpul punerii în aplicare a acțiunii planificate.

Cererea:

- Care sunt caracteristicile, demografia, profilurile socioprofesionale, tipologia consumatorilor actuali? Identificați și descrieți segmentele cantitative și calitative ale pieței.
- Care sunt tendințele privind consumul pe cap de locuitor și consumul pe termen mediu pentru categoria de produse și produsele specifice ale acțiunii planificate?

Dacă acțiunea se referă la creșterea gradului de sensibilizare:

- Care este starea actuală a gradului de sensibilizare a consumatorului?
- Ce aspecte trebuie îmbunătățite și care sunt provocările?
- Pe ce segmente este mai puternic/mai slab gradul de sensibilizare?

Furnizați și un rezumat al rapoartelor disponibile privind cercetarea de piață și/sau gradul de sensibilizare a consumatorului pentru piețele vizate. Dacă este posibil, faceți referire la rapoarte publice, incluzând trimiteri la sursă.

Dispoziții specifice pentru propunerile care vizează țările cel mai puțin dezvoltate:

Dacă propunerea vizează una sau mai multe țări dintre cele mai puțin dezvoltate conform listei ONU¹⁰, va trebui să depuneți o evaluare în care să explicați de ce acțiunea propusă nu va afecta obiectivele UE în materie de politică de dezvoltare în țările respective [vezi articolul 208 alineatul (1) al doilea paragraf din [TFUE](#)].

Analiza SWOT:

Ca parte a analizei pieței, furnizați o **analiză SWOT** (puncte forte, puncte slabe, oportunități și amenințări) **pentru fiecare țară vizată**.

Analiza SWOT se face pentru a identifica punctele forte și punctele slabe interne, precum și oportunitățile și amenințările externe.

Aveți în vedere că punctele forte și punctele slabe trebuie să fie corelate cu situația organizației/organizațiilor care formulează propuneri și cu proiectul propus de aceasta (acestea), în timp ce oportunitățile și amenințările trebuie să fie corelate cu factori din mediul pieței vizate, deci externi organizației/organizațiilor care formulează propuneri.

Scopul acestei analize este de a facilita stabilirea strategiei, a tendințelor și a provocărilor care urmează a fi abordate de proiect în vederea atingerii obiectivelor.

Obiective SMART:

În cererea de proiect trebuie descrise până la 3 obiective principale ale proiectului.

Aceste obiective ale proiectului trebuie să fie strâns legate de indicatorii de impact descriși în secțiunea 3 din această secțiune.

În plus, trebuie să fie coerente cu analiza SWOT și să fie prezentate într-o **manieră SMART**, deci sub formă de obiective concrete și cuantificate.

Obiectivele trebuie să fie:

- **Specifice:** obiectivele trebuie să fie precise și clare pentru a putea fi atinse.
- **Măsurabile:** trebuie să se poată măsura progresul înregistrat în vederea atingerii obiectivelor pe baza unui set predefinit de indicatori cuantificabili.
- **Realizabile:** obiectivele trebuie să fie realizabile cu resursele alocate și în intervalul de timp al acțiunii planificate.
- **Orientate spre rezultate:** obiectivele trebuie să se concentreze pe rezultate, nu pe activități.
- **Limitate în timp:** obiectivele trebuie să se înscrie într-un cadru temporal clar și trebuie să aibă un termen în care să fie realizate.

Urmați recomandările prezentate în anexa 3 la acest ghid. Aceasta trebuie să faciliteze elaborarea obiectivelor SMART și va garanta, de asemenea, consecvența cu evaluarea *ex post* a acțiunii.

În cele din urmă, trebuie să efectuați o verificare a obiectivelor în raport cu răspunsurile la următoarele întrebări:

Cum se raportează obiectivele acțiunii la obiectivele regimului de promovare enumerate la articolele 2 și 3 din Regulamentului (UE) nr. [1144/2014](#)? Sunt

¹⁰ https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/publication/ldc_list.pdf.

obiectivele aliniate cu prioritățile stabilite în programul anual de lucru al programului AGRIP și cu tema aleasă pentru cerere?

- Sunt obiectivele în concordanță cu cercetarea de piață prezentată?

1.3 Complementaritatea cu alte acțiuni și dimensiunea UE

Dacă acțiunea este o continuare a unei (unor) campanii anterioare cofinanțate, descrieți clar impactul acesteia (acestora) și motivele redeunerii propunerii și ale **continuării**. Explicați cum se bazează proiectul pe campaniile anterioare.

Explicați complementaritatea cu alte **activități private sau publice** în desfășurare realizate de alte părți interesate, în ceea ce privește elaborarea și sinergiile care pot fi create și asigurate.

Dacă alte campanii (cofinanțate sau nu de UE) sunt în desfășurare sau au fost încheiate recent, vă rugăm să indicați:

- a) denumirea, piețele-țintă, produsele și durata acțiunii (acțiunilor) similare,
- b) rezultatele obținute, dacă sunt cunoscute la data depunerii propunerii;
- c) potențialele sinergii și valoarea adăugată a noului program propus.

În plus, fiecare program trebuie să aibă o **dimensiune europeană**, atât în ceea ce privește conținutul mesajelor sale, cât și impactul, și să fie de amploare semnificativă, în special în ceea ce privește impactul transfrontalier.

Pentru o explicație detaliată privind cerințele referitoare la dimensiunea UE, consultați anexa 1 la acest ghid și [întrebările frecvente](#).

În această secțiune, descrieți beneficiile rezultate din acțiunea la nivelul UE, justificând astfel cofinanțarea din partea UE. Care este dimensiunea UE a acțiunii în ceea ce privește:

- diseminarea de informații privind standardele de producție europene, calitatea, trasabilitatea și standardele de siguranță pentru produsele europene, cultura și practicile alimentare europene;
- creșterea gradului de sensibilizare cu privire la produsele europene în rândul publicului larg și în sectoarele de comerț;
- crearea de sinergii între organizații, în mai mult de un stat membru.
- Prin „acoperire” se înțelege impactul potențial asupra grupurilor țintă și a piețelor țintă acoperite. Rețineți că o propunere care urmează să fie pusă în aplicare într-o singură regiune a unui stat membru nu va avea o acoperire semnificativă;
- promovarea imaginii produselor europene pe piețele internaționale;
- sustenabilitatea proiectului din punct de vedere economic, social și de mediu. Dacă este cazul, trebuie luată în considerare valoarea adăugată a UE în ceea ce privește ocuparea forței de muncă.

Solicitantul (solicitanții) trebuie să analizeze dimensiunea UE a propunerii sale (lor), nu să copieze principii și obiective generale din temeiul juridic sau din documentul de cerere. Nu se așteaptă ca propunerile să acopere toate aspectele și caracteristicile specifice metodelor agricole și caracteristicile produselor alimentare și agricole europene. Acestea se pot concentra asupra uneia sau câtorva dintre aceste caracteristici.

Dimensiunea UE în cazul acțiunii trebuie să fie transpusă în mesajul principal al campaniei: **mesajul la nivelul UE.**

Solicitanții trebuie să propună un mesaj principal la nivelul UE. Suplimentar, pot propune unul sau mai multe mesaje secundare.

Mesajul la nivelul UE trebuie să facă referire la Europa în general, la UE, la PAC, la legislația UE, la produsele UE sau la standardele de producție ale UE. Solicitanții trebuie să descrie clar modul în care propunerea va disemina informații și va promova una sau mai multe caracteristici specifice ale metodelor de producție agricolă și ale produselor UE, cum ar fi siguranța alimentară, trasabilitatea, autenticitatea, etichetarea, aspectele nutriționale și legate de sănătate, bunăstarea animalelor, respectul pentru mediu și sustenabilitate, precum și caracteristicile produselor agricole și alimentare ale UE, în special în ceea ce privește calitatea, gustul, diversitatea sau tradițiile acestora.

Mesajul la nivelul UE trebuie să se adapteze la tema selectată. Exemplu: propunerile depuse în cadrul temei privind sustenabilitatea trebuie să evidențieze sustenabilitatea agriculturii Uniunii, subliniind rolul său benefic pentru climă, pentru mediu și pentru bunăstarea animalelor.

Sectiunea 2: Calitate

Concept și strategia acțiunii

Pe baza provocărilor identificate în cercetarea de piață (prezentate în secțiunea 1.2 din partea B), descrieți cum intenționați să îndepliniți obiectivele acțiunii prin definirea **strategiei proiectului.**

Răspundeți la următoarele întrebări pentru a vă justifica strategia în raport cu obiectivele planificate:

- Enumerați și descrieți grupul/grupurile-țintă ale acțiunii, din punct de vedere calitativ și cantitativ. Cum va fi adaptată strategia la fiecare și cum vor fi atinse prin diferitele activități și canale ale acțiunii? Faceți distincția între activitățile de comerț (B2B „business to business”) și activitățile consumatorilor (B2C „business to consumers”).
- Descrieți și justificați raporturile de comunicare planificate. Cum sunt alese activitățile în raport cu obiectivele și grupurile-țintă? Aceste activități sunt cele mai potrivite pentru atingerea obiectivelor și a grupurilor-țintă ale proiectului? Se consolidează reciproc?
- În cazul în care acțiunea vizează mai mult de o țară, cum va fi adaptată strategia la diferitele piețe vizate?
- În cazul acțiunilor care urmăresc randamentul economic: de unde va proveni creșterea – din creșterea generală a consumului sau din înlocuirea altor produse similare?
- În cazul în care acțiunea va promova sau disemina informații despre un sistem, sistemul respectiv va fi ilustrat de un produs? Cum?
- Evidențiați aspectele creative. Ce mesaje-cheie se vor folosi? Sunt mesajele-cheie adaptate grupurilor țintă și/sau piețelor țintă? Descrieți conținutul planificat, formatul și sursa mesajelor.

Propuneri care vizează piața internă – Recomandările nutriționale privind alimentația (FBDG) ¹¹

În ceea ce privește propunerile de pe piața internă, mesajele trebuie să corespundă FBDG din statele membre vizate de campanie. În cazul în care campania cuprinde unul sau mai multe produse pentru care figurează recomandări calitative și cantitative cu privire la aporturi în orientările naționale, mesajele campaniei trebuie să reflecte recomandările respective.

În plus, toate informațiile vizuale și materialele de promovare utilizate trebuie să conțină o referință la FBDG naționale ale statului (statelor) membru (membre)¹² vizat(e) pentru produsul (produsele) promovat(e).

Pentru îndrumări privind regimurile alimentare sănătoase și echilibrate, consultați [denumirea site-ului național de îndrumări nutriționale privind alimentația și băuturile și codul QR, dacă este disponibil]

În plus, activitățile care includ persoane cu vârsta sub 18 ani drept grup-țintă trebuie să respecte normele și politicile naționale privind promovarea și publicitatea alimentelor pentru copii.

Propunerile care vizează piața internă și transmiterea unui mesaj cu privire la practicile alimentare adecvate sau la consumul responsabil de alcool

Astfel de proiecte trebuie să demonstreze conformitatea cu reglementările sau orientările naționale relevante în domeniul sănătății publice, în statul membru în care se va desfășura programul, și să furnizeze referințe sau documente în acest sens (vezi și secțiunea 3.5 din ghid).

În plus, campaniile cu privire la consumul responsabil de băuturi alcoolice de pe piața internă trebuie să conțină o referință la o pagină web națională sau la alte mijloace mass-media puse la dispoziție de autoritatea națională de sănătate care furnizează informații referitoare la consumul responsabil de alcool sau despre riscurile care decurg de pe urma consumului iresponsabil de băuturi alcoolice.

Propuneri de promovare a sistemelor de calitate ale UE (DOP, IGP, STG și ecologice)

Acțiunile de informare și promovare privind sistemele de calitate ale UE trebuie să se axeze pe sistem în mesajul principal la nivelul UE (și anume, produsele individuale sunt utilizate exclusiv pentru a ilustra sistemul și apar ca mesaj secundar, fără a submina mesajul principal la nivelul UE).

Propuneri de promovare a sistemelor naționale de calitate pe piața internă

Acțiunile de informare și promovare referitoare la un sistem de calitate național trebuie să se axeze pe sistem, și nu pe produsele individuale (și anume, produsele individuale sunt utilizate exclusiv pentru a ilustra sistemul și apar ca mesaj secundar, fără a submina mesajul principal la nivelul UE).

Propuneri care menționează originea și care expun mărcile

În cazul în care mesajele campaniei menționează **originea** produselor, propunerile trebuie să indice modul în care este abordată originea respectivă [consultați regulile de menționare

¹¹ Informații suplimentare la adresa: https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/topic/food-based-dietary-guidelines-europe_en

¹² https://knowledge4policy.ec.europa.eu/health-promotion-knowledge-gateway/food-based-dietary-guidelines-europe-source-documents-food_en.

a originii indicate la articolele 2-4 din Regulamentul (UE) [2015/1831](#), precum și articolul 18 din AG și anexa 5 la acesta].

În eventualitatea în care se intenționează expunerea anumitor **mărci**, solicitanții trebuie să consulte condițiile de promovare a mărcilor enumerate la articolele 6, 7 și 8 din Regulamentul (UE) 2015/1831 precum și articolul 18 din modelul de acord de grant și anexa 5 la acesta. Solicitanții trebuie să indice câte mărci vor fi menționate:

- În conformitate cu articolul 5 alineatul (4) din Regulamentul (UE) 2015/1831: justificați de ce este necesară menționarea mărcilor pentru atingerea obiectivelor și modul în care acest lucru nu diminuează mesajul la nivelul UE.
- Confirmați că vor fi expuse cel puțin 5 mărci SAU, dacă sunt expuse mai puțin de 5 mărci, furnizați o justificare care să îndeplinească următoarele cerințe:
 - există mai puține mărci în statele membre de origine ale organizațiilor care formulează propuneri pentru produsul sau sistemul care face obiectul acțiunii;
 - din motive întemeiate, nu a fost posibilă asocierea mai multor parteneri care să permită expunerea unui număr mai mare de mărci. În acest caz, solicitanților li se cere să depună o justificare adecvată și informații relevante, inclusiv lista celorlalte organizații care au fost contactate și cărora solicitantul (solicitanții) le-a (le-au) făcut o propunere în vederea stabilirii unei acțiuni mai ample, pentru mai multe produse sau mai multe țări, precum și enumerarea motivelor pentru care o astfel de acțiune nu a fost acceptată/propusă.

Înființarea unui consorțiu

Nu este cazul. Această secțiune este acoperită de partea A a formularului de cerere. Nu vi se solicită să faceți nimic la această etapă.

Echipele de proiect, personalul și subcontractanții

La această secțiune, solicitanții trebuie să facă dovada calificărilor profesionale adecvate ale consorțiului necesare pentru finalizarea acțiunii.

Completați tabelul cu numele și funcția echipei de proiect (personal contabilizat la categoria bugetară A., responsabil în principal cu coordonarea și/sau punerea în aplicare a acțiunii propuse, indicând funcția și descriind pe scurt rolul său în cadrul proiectului.

Ca dovadă, CV-urile trebuie furnizate în format Europass, ca parte a anexei la propunere intitulată „CV-uri”.

Trebuie desemnat un **manager de proiect**, care să aibă cel puțin 3 ani de experiență în materie de management de proiect.

Resursele externe trebuie, de asemenea, să fie descrise în această secțiune. În cazul în care solicitanții nu dispun de resursele interne necesare, pot recurge la personal detașat, la subcontractanți, la entități asociate etc.

Enumerați aici toate resursele externe și descrieți procedura internă pentru alegerea subcontractanților care vor asigura **cel mai bun raport calitate-preț** și vor evita orice **conflict de interese**. Aceleași informații trebuie furnizate pentru organismele independente responsabile cu evaluarea.

În cazul în care se prevede acordarea de sprijin financiar pentru terți, explicați în mod concis rolul entităților legate la această secțiune, după care furnizați explicații mai amănunțite la secțiunea 6 din partea B. În cazul în care suma pentru fiecare terț o

depășește pe cea maximă stabilită în cererea de propuneri, justificați necesitatea acestui fapt.

Conducerea consorțiului și mecanismele de decizie

Pentru consorțiile cu mai mulți solicitanți, descrieți structura de gestionare a consorțiului, responsabilitățile și rolurile respective, precum și mecanismele decizionale din cadrul consorțiului.

Detaliați cum se vor lua deciziile și cum va fi asigurată comunicarea regulată și efectivă în cadrul consorțiului.

Dacă există un singur solicitant, descrieți informațiile relevante pentru organizația dumneavoastră.

Management de proiect, controlul și monitorizarea calității – Strategia de evaluare

Management de proiect, controlul și monitorizarea calității


În această secțiune, descrieți managementul de proiect pe plan intern. Descrieți cum veți asigura că acțiunea este pusă în aplicare la timp și în limitele bugetului stabilit și că obiectivele ei sunt îndeplinite.

Definiți cu exactitate distribuția sarcinilor între subcontractanți (organisme de punere în aplicare/evaluare) și solicitanți. Definiți o strategie de coordonare internă în ceea ce privește metodele/abordările de gestionare a diferiților parteneri, dacă există, și a subcontractanților pentru gestionarea operațională eficientă a programului.

Care sunt mecanismele de control al calității? Cum veți supraveghea activitatea subcontractanților? Cum veți monitoriza calitatea rezultatelor preconizate și calendarul lor? De exemplu, în cazul unei performanțe slabe din partea subcontractantului, cum veți asigura că acțiunea va fi pusă în aplicare așa cum s-a prevăzut?

Ca dovadă a capacității operaționale a organizației (organizațiilor) care formulează propuneri, trebuie furnizate următoarele anexe:


- un raport de activitate din ultimul an al organizației (organizațiilor) care formulează propuneri (anexa intitulată „Informații suplimentare”);
- o listă a tuturor proiectelor finanțate de UE realizate în ultimii 3 ani (anexa intitulată „Informații suplimentare”).

 Pentru programele simple în care solicitanții propun punerea în aplicare a anumitor părți ale propunerii, trebuie furnizate dovezi că organizația în sine are cel puțin trei ani de experiență în desfășurarea de acțiuni asemănătoare de informare și promovare.

Metode de evaluare și indicatori de proiect

În această secțiune descrieți în detaliu metodologia de măsurare a atingerii tuturor obiectivelor acțiunii.

Aceasta include **studiul de evaluare a rezultatelor proiectului**. Acest studiu trebuie să fie realizat de un organism extern independent de organizația (organizațiile) care formulează propuneri și de organismul de punere în aplicare. Precizați când se vor desfășura evaluările [la sfârșitul acțiunii (obligatoriu) sau la sfârșitul fiecărui an al acțiunii].

 Studiul trebuie să acopere numai rezultatele și impactul în termeni de rentabilitate economică și/sau informativă; nu poate să acopere monitorizarea punerii în aplicare a acțiunii sau raportarea, care trebuie efectuate de coordonator. Costurile de monitorizare nu sunt eligibile în cadrul pachetului de lucru privind evaluarea.

Anexa 3 la acest ghid pune la dispoziție exemple de metodologii care pot fi folosite pentru a măsura **randamentul economic**, precum și impactul de sensibilizare general, adică **randamentul informativ**. Se pot folosi și alte metodologii pentru măsurarea lor. Cu toate acestea, obiectivul metodologiilor propuse este de a stabili un nivel minim de calitate a evaluărilor și de a alinia evaluările cu stabilirea obiectivă a diferitelor acțiuni.

Definiți o listă de **indicatori de realizare, de rezultat și de impact** completând tabelele. Folosiți indicatorii menționați la articolul 22 și în anexa I la Regulamentul (UE) [2015/1831](#) (sau indicatori similari, dacă sunt mai potriviți și justificați în mod corespunzător):

- indicatorii de rezultat trebuie să aibă legătură cu pachetele de lucru planificate și cu rezultatele preconizate, așa cum sunt prezentate în secțiunea 4 din partea B;
- indicatorii de impact trebuie să fie strâns legați de obiectivele specifice ale acțiunii enumerate în secțiunea 1.2 din partea B).

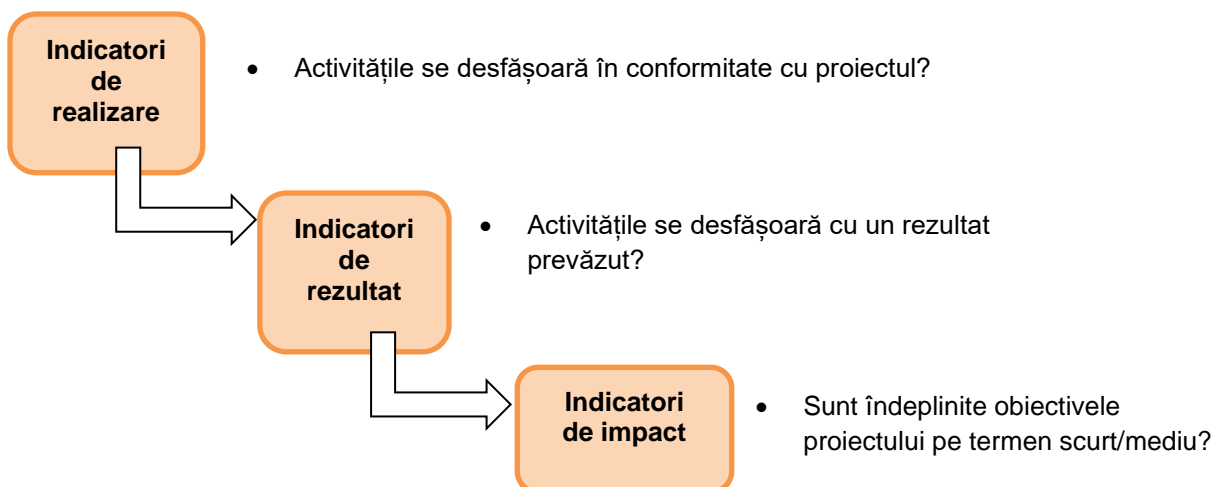
Având în vedere că impactul final preconizat al campaniilor este creșterea competitivității și a consumului de produse agroalimentare din UE, fiecare propunere de program trebuie să includă cel puțin **un indicator de impact** care să arate o **schimbare în vânzări sau exporturile** produsului (produselor) promovat(e) exprimată în EUR sau, dacă este cazul, o schimbare în gradul de sensibilizare a consumatorilor sau de recunoaștere de către aceștia a sistemelor de calitate ale UE.

Pentru a demonstra calitatea metodelor de evaluare propuse și a indicatorilor, trebuie furnizate detalii despre:

- sistemul de referință sau, în lipsa lui, modul în care se va constitui sistemul de referință;
- valorile-țintă pentru indicatorii planificați.

⚠ Evaluarea rezultatelor acțiunii nu trebuie să se concentreze doar pe buna executare a acțiunii, ci și pe impactul ei. O acțiune care a fost pusă în aplicare conform planului poate avea totuși un impact scăzut. De exemplu, faptul că s-au distribuit 10 000 de broșuri vizitatorilor, în timpul unei degustări la un punct de vânzare, confirmă că activitatea a fost pusă în aplicare conform propunerii. Acest lucru nu reprezintă însă dovada de atingere a obiectivelor acțiunii, care va fi reflectată prin schimbări în conștientizare sau creșterea vânzărilor. Numărul de broșuri distribuite reprezintă un indicator de realizare.

Relația dintre indicatorii de realizare, de rezultat și de impact poate fi reprezentată astfel:



Raportul cost-eficacitate și gestiunea financiară

Această parte trebuie să cuprindă două aspecte:

Descrieți pe scurt cum vor fi atinse rezultatele și obiectivele propuse ale acțiunii în cel mai eficient mod din punctul de vedere al costurilor.

Apoi, indicați cum va fi finanțată acțiunea și cum vor fi alocate și gestionate resursele financiare în cadrul consorțiului.

Toți solicitanții trebuie să fi efectuat o **verificare pe cont propriu a viabilității financiare**¹³ și să comenteze rezultatul. Îndeosebi dacă rezultatul este „slab”, explicați cum vor fi furnizate lichiditățile (în plus față de prefinanțare), de exemplu din fonduri proprii sau prin credit bancar. Indicați, de asemenea, dacă se preconizează contribuții financiare din partea membrilor organizației.

Dacă este cazul, indicați sursele și sumele primite (sau solicitate) din finanțarea din partea UE pentru aceeași acțiune sau parte a acțiunii sau pentru funcționarea societății dumneavoastră (grant de funcționare) în decursul ultimelor 3 exerciții financiare.

Dacă aveți de gând să depuneți **mai multe cereri** în cadrul prezentei cereri de propuneri pentru programul AGRIP, care pot fi puse în aplicare în paralel, furnizați și informații despre modul de asigurare a punerii în aplicare dacă se aprobă finanțarea pentru cel puțin o cerere, precum și informații despre posibile economii (de exemplu, același instrument utilizat pentru diferite campanii).

Faceți referire în special la:

- a) capacitatea operațională: Cum veți asigura capacitatea operațională și personalul suficient pentru atingerea obiectivelor acțiunilor planificate? (Vă puteți referi la acest aspect în secțiunea 2.3 a propunerii dumneavoastră).
- b) capacitatea financiară: Cum veți asigura gestionarea financiară adecvată și lichiditățile corespunzătoare pentru a vă îndeplini obligațiile de plată față de subcontractanți pentru proiectele care se desfășoară în paralel?

Gestionarea riscurilor

Descrieți metoda de gestionare a riscului care va fi folosită: explicați riscurile identificate, răspunsurile la risc și instrumentele de gestionare a riscului.

Care sunt riscurile asociate cu punerea în aplicare a acțiunii (de exemplu, raportat la anumite incertitudini sau restricții de pe piață ale unei țări terțe vizate)? Clasificați riscurile în funcție de tipul lor, utilizând tabelul furnizat în model, de exemplu, riscuri financiare, politice, legate de piață etc. Cum vor fi abordate aceste riscuri? Ce măsuri de atenuare vor fi instituite? Care este impactul potențial al riscurilor și care este probabilitatea lor de apariție? Clasificați riscurile în funcție de probabilitate și de impact (mare, mediu, mic).

¹³ Instrumentul de verificare pe cont propriu a viabilității financiare este disponibil pe Portalul de finanțare și achiziții publice:
<https://ec.europa.eu/research/participants/lfv/lfvSimulation.do>.

Sectiunea 3: Impact

Impactul și randamentul preconizat

Definiți impactul pe termen scurt, mediu/lung al proiectului la nivel UE. Descrieți potențialul acțiunii de a mări gradul de sensibilizare, cererea și/sau cota de piață, precum și modul și măsura în care alți operatori UE vor beneficia de pe urma proiectului.

În condițiile în care impactul final preconizat al campaniilor este de a mări competitivitatea și consumul de produse din UE, **nivelul de investiție propus trebuie să fie justificat de randamentul său preconizat.**

Justificarea nivelului de investiție trebuie să se bazeze pe randamentul economic și/sau pe un randament informativ:

- **Randamentul economic** trebuie estimat, în mod normal, la nivelul organizației care formulează propunerea sau la nivel național. Acțiunile care urmăresc un randament economic, de exemplu cele care urmăresc creșterea cotei de piață a produselor UE, trebuie să estimeze randamentul în termeni monetari absoluți, respectiv valoarea în EUR.

Asemănător cu abordarea evaluării în urma acțiunii, obiectivul cuantificat trebuie să vizeze excluderea influențelor externe pentru identificarea efectului (efectelor) care poate (pot) fi atribuit(e) direct acțiunii. Estimarea trebuie să depășească simpla comparare a cifrelor dinainte și după campanie. De exemplu, trebuie luate în considerare tendințele existente pe piață care ar exista și în lipsa acțiunii. Pentru informații suplimentare despre metodologiile care se pot folosi pentru calcularea acestor cifre, consultați anexa 3 la acest ghid.

- Acțiunile care urmăresc **randamentul informativ**, de exemplu cele care vizează în principal creșterea gradului de sensibilizare, trebuie să cuantifice impactul respectiv preconizat în ceea ce privește numărul de persoane care au dobândit cunoștințe noi/și-au schimbat opinia. Numărul de persoane asupra cărora s-a produs efectiv un impact reprezintă indicatorul de impact de sensibilizare. Anexa 3 la acest ghid conține mai multe informații despre cerințele metodologice.

Propunerile trebuie să indice un sistem de referință pentru estimarea impactului proiectului, comparativ cu un scenariu în care proiectul nu ar avea loc.

 Notă:

- Acțiunea trebuie să prezinte randamentul preconizat al investiției calculat la nivelul organizației (organizațiilor) care formulează propuneri și/sau la nivelul statului (statelor) membru (membre) al (ale) acesteia (acestora), și nu la nivelul UE.
- În cazul în care există mai mult de o țară vizată, randamentele preconizate trebuie defalcate pe țări/piețe vizate.
- Propunerile trebuie să demonstreze că randamentul preconizat este realist.

Comunicare, diseminare și vizibilitate

Nu este cazul.

Sustenabilitate și continuitate

Descrieți acțiunile de continuare a proiectului după ce ia sfârșit finanțarea din partea UE. Cum veți menține impactul proiectului și cum vor fi utilizate rezultatele campaniei pe termen lung și, eventual, după încetarea finanțării din partea UE?

În această secțiune, solicitanții trebuie să demonstreze potențialul proiectului de a asigura impactul economic și social susținut, precum și potențialul de a **contribui la producția durabilă și/sau la consumul durabil**. Rețineți totuși că nu este nevoie ca aceste aspecte să fie cuantificate.

Secțiunea 4: Activități, pachete de lucru, calendar și subcontractare

Secțiunea 4 din partea B este dedicată descrierii activităților din cadrul proiectului. ⚠ În formularul de cerere, această parte se găsește într-o secțiune separată, dar trebuie să aveți în vedere că evaluarea sa se face îndeosebi având în vedere criteriile de atribuire privind calitatea.

Descrierea de la această secțiune trebuie să cuprindă atât descrierea activităților, cât și analiza detaliată a bugetului aferent.

Activitățile planificate trebuie să fie grupate în pachete de lucru (WP). Un pachet de lucru grupează toate activitățile și rezultatele preconizate acoperite de una dintre liniile principale din tabelul de buget detaliat, cum ar fi coordonarea proiectului, relații publice, evenimente, evaluări etc.

Solicitanții trebuie să introducă implicit **două pachete de lucru obligatorii**:

- **WP1 Coordonarea proiectului**
- **WPX Evaluare.**

Solicitanții trebuie să descrie acțiunile întreprinse pentru gestionarea proiectului și pentru asigurarea punerii în aplicare conform planificării, în cadrul WP1 „Coordonarea proiectului”.

⚠ În ceea ce privește proiectele multinaționale, în cadrul acestui pachet de lucru, trebuie prevăzută și o întrevvedere preliminară între REA și beneficiari, în cadrul căreia REA va explica modelul de acord de grant, gestiunea financiară a grantului și cerințele de raportare, precum și utilizarea instrumentelor informatice de gestionare a granturilor.

Rezultatele preconizate sunt rezultatele fizice ale unei activități de proiect, de exemplu, un seminar, o acțiune la un punct de vânzare etc.

Nivelul de detaliere al activităților și prezentarea bugetului trebuie să răspundă la următoarele întrebări: cine, ce, când, unde, de ce? Descrierea lor trebuie să fie suficient de detaliată pentru estimarea rentabilității lor.

În plus, pentru fiecare **activitate**, este important să explicați de ce este planificată această activitate (conform obiectivelor), să definiți grupul/grupurile-țintă și mărimea lor, perioada de punere în aplicare, unde se va organiza activitatea și să prezentați defalcarea costurilor anuale.

Exemple:

- **Seminare:** prezentarea trebuie să ofere detalii despre locație, program, participanți, rezultatul așteptat etc.
- **Campanii mediatice:** prezentarea trebuie să ofere detalii despre bugetul general investit în producerea și distribuirea de anunțuri publicitare (de exemplu, achiziții media, inclusiv reduceri anuale) precum și calendarul campaniei. Nu sunt necesare detalii despre numele publicațiilor și ale posturilor de televiziune. Totuși, informațiile referitoare la acoperire, accesibilitate, frecvență, puncte de audiență (GRP) pentru grupurile-țintă atinse trebuie furnizate ca indicator pentru sfera de acoperire a campaniei.

- Site/activități pe platformele sociale: prezentarea trebuie să ofere detalii cu privire la funcționalitățile care urmează să fie dezvoltate, inclusiv conținutul digital specific prevăzut. De asemenea, trebuie să se furnizeze informații despre creșterea vizată în materie de audiență și de implicare (statistici privind persoanele care accesează paginile web, următorii conturilor, numărul de materiale de conținut încărcate etc.), precum și un indicator al sferei vizate a activităților. Postările de pe platformele sociale (imagini, videoclipuri, reel-uri), publicate atât din conturile proiectului, cât și din conturile influencerilor, trebuie să promoveze atributele produselor UE și nu doar consumul acestora.

Solicitanții trebuie să indice, de asemenea, cine va desfășura activitățile individuale – subcontractanții (organismele de punere în aplicare), entitățile asociate sau organizația care formulează propuneri (în cazul mai multor organizații care formulează propuneri, ce activitate va fi pusă în aplicare de care dintre organizațiile respective), oferind o repartizare precisă a sarcinilor între solicitant și celelalte entități implicate.

Analiza bugetară trebuie să ofere un nivel suficient de detaliere, utilizând **costuri estimate** la nivel de rezultate preconizate, prin utilizarea „costurilor pe tip de realizare”.

Rețineți că, în plus, **„Tabelul de buget detaliat”** trebuie anexat la propunerea dumneavoastră utilizând modelul disponibil în cadrul sistemului de depunere. În tabelul de buget detaliat, vă rugăm să ajustați numerele pachetelor de lucru pentru a le alinia cu numerele din partea B.

Vă rugăm să țineți cont de câteva sfaturi când completați părțile referitoare la „bugetul estimat” și cum să le reflectați în tabelul de buget detaliat:

- Costurile legate de **„1. Coordonarea proiectului”** includ timpul petrecut de personalul (și persoanele asimilate) care lucrează pentru beneficiarul însărcinat cu coordonarea, și anume cooperarea cu autoritatea care acordă grantul, colaborarea dintre parteneri și subcontractanți. Sarcinile esențiale nu pot fi subcontractate și nici delegate altui cobeneficiar (vezi punctul 0). Acest pachet de lucru trebuie să acopere numai costurile organizației (organizațiilor) care formulează propuneri, nu și pe cele ale subcontractanților, ale căror costuri trebuie incluse în costurile activităților individuale. Numărul de zile/persoană estimat pentru activitățile desfășurate de solicitanți și tarifele acestora trebuie să fie clar justificate.

Alte costuri de coordonare a proiectului acoperă în special costurile de călătorie. Alte costuri directe ale serviciilor, precum TVA nedeductibilă, certificate de audit, garanție bancară, depreciere etc. trebuie înregistrate la rubrica „Alte costuri eligibile ale OP” din anexa „Tabelul de buget detaliat”.

- Costurile legate de **„2. Relații cu publicul”** trebuie să cuprindă toate activitățile legate de biroul permanent de relații cu publicul, evenimentele de presă: lucrul cu influencerii, compilarea de liste de contacte cu jurnaliști/bloggeri, redactarea și publicarea de comunicate de presă¹⁴, fișe informative, organizarea de interviuri sau evenimente, redactarea de articole publicitare și costurile aferente acestora, redactarea și transmiterea de buletine de informare, colectarea și analiza de extrase de presă etc.

¹⁴ Lansarea comunicatelor de presă trebuie să se axeze pe comunicarea activităților viitoare și a rezultatelor preconizate ale proiectului. Solicitanții nu trebuie să planifice în propunerea lor comunicate de presă având drept scop unic anunțarea semnării grantului și primirea finanțării din partea UE.

- „3. Site, platformele sociale” trebuie să acopere crearea, reproiectarea, actualizarea și întreținerea site-ului (site-urilor) web și a conturilor de pe platformele sociale. Ar putea fi incluse și activitățile de gestionare a comunității.
- „4. Publicitate”:
 - Publicitatea online trebuie prezentată la această subrubrică, și nu la costurile de la rubrica „3. Site, platforme sociale”.
 - Publicitatea tipărită nu include reportajele publicitare, care trebuie prezentate la rubrica „2. Relații publice”; dar include materiale inserate în reviste sau ziare.
 - Costurile legate de sponsorizarea TV trebuie incluse la rubrica „4. Publicitate”.
 - Publicitatea la puncte de vânzare trebuie inclusă la rubrica „7. Promovarea prin puncte de vânzare”.
- „7. Promovarea prin puncte de vânzare”: pentru zilele de degustare, cantitatea și costurile pe zi ale mostrelor de produse trebuie să fie justificate; costurile pe zi trebuie să corespundă cu costurile de producție plus costurile de transport, nu cu prețurile de comercializare cu amănuntul ale acestor produse.
- „8. Alte activități” se pot menționa orice alte activități legate de propunere care nu sunt menționate la punctele de mai sus.
- „9. Evaluarea rezultatelor”: cuprinde toate costurile asociate cu evaluarea externă.

Costurile activităților trebuie să fie în concordanță cu descrierile rezultatelor preconizate și să fie comparabile cu tarifele pieței din țara (țările) țintă.

Solicitanții trebuie să verifice cu atenție dacă în propunerea depusă există erori bugetare în toate documentele prezentate.

Furnizați un **calendar de execuție a proiectului**: la elaborarea respectivului calendar, aveți în vedere că punerea în aplicare a acțiunilor poate fi amânată cu până la 6 luni în raport cu data semnării acordului de grant.

3.4 Captură de ecran cu partea C

În această secțiune trebuie să indicați țările țintă și produsele promovate.

Dacă este cazul, menționați sistemul care va fi promovat și ce produs(e) va (vor) fi utilizat(e) pentru ilustrarea acestuia.

Rețineți că se pot selecta mai multe produse. Numai produsele eligibile conform articolului 5 din Regulamentul (UE) nr. [1144/2014](#) pot face obiectul unei acțiuni de informare sau promovare sau pot fi utilizate pentru ilustrarea sistemului promovat.

Selecția trebuie să fie în concordanță cu tema selectată și, de asemenea, cu produsele descrise în partea B a cererii dumneavoastră.

De asemenea, trebuie să indicați dacă acțiunea promovează produse sau metode certificate ca fiind durabile.

Pentru informații suplimentare, vă rugăm să consultați secțiunea 1.1 din prezentul ghid cu privire la acțiunile propuse care pun accent pe producția și pe consumul agricol durabil, și asigurați consecvența între partea A și partea B.

În plus, pentru fiecare țară vizată în propunere, indicați ponderea bugetară alocată țării respective, exprimată în procente, precum și creșterea vânzărilor/exporturilor (exprimate în EUR) ale produsului (produselor) promovat(e) pe care solicitantul intenționează să o realizeze.

Alegeți cu grijă una sau mai multe țări, sisteme și produse vizate care vor fi promovate în cadrul programului. Cererea de propuneri enumeră țările vizate, sistemele și produsele eligibile în cadrul temelor respective.

⚠️ Asigurați-vă că selectarea țărilor țintă în partea C este în concordanță cu tema selectată: propunerile pentru programe de informare și promovare pe piața internă pot selecta numai *statele membre ale UE* ca țări țintă; propunerile pentru programe de informare și promovare în țări terțe pot viza numai *țări din afara UE*, în conformitate cu tema țării terțe selectate. Propunerile pot viza numai piața internă sau țările terțe, nefiind permisă combinarea celor două.

În sfârșit, înregistrați realizarea, rezultatul și indicatorii de impact (indicatorii-cheie de performanță) planificați cu privire la care veți face raportările pe parcursul desfășurării proiectului. Indicatorii-cheie de performanță trebuie să fie strâns legați de obiectivele și activitățile descrise în partea B.

3.5 Anexele la cerere

Următoarele anexe trebuie încărcate pentru finalizarea cererii dumneavoastră (modelele relevante sunt disponibile în sistemul de depunere de pe Portalul de finanțare și achiziții publice, odată ce începeți să vă redactați cererea):

Titlu anexă	Model	Cerință lingvistică	Observații
Tabelul de buget detaliat	Da	Se poate depune în orice limbă oficială a UE, fără a fi necesară traducerea.	<i>Anexa 1 la partea B</i>
CV-uri	Nu	Se poate depune în orice limbă oficială a UE. Preferabil în limba engleză și în format Europass	<i>Anexa 2 la partea B</i> Vezi secțiunea 2.3.
Informații suplimentare	Nu	Se poate depune în orice limbă oficială a UE, fără a fi necesară traducerea.	<i>Anexa 3 la partea B</i> Documente justificative privind: <ul style="list-style-type: none"> raportul de activitate și lista tuturor proiectelor finanțate de UE în ultimii 3 ani (vezi secțiunea 5 din cererea de propuneri) recunoașterea sistemelor naționale de calitate, certificarea sustenabilității sau informații privind practicile alimentare adecvate și consumul responsabil de alcool (vezi condițiile enumerate în secțiunea 6 din cererea de propuneri).

Informații privind reprezentativitatea și Informații despre entitatea juridică	Da	Se poate depune în orice limbă oficială a UE. Preferabil însoțite de o traducere în limba engleză și, pentru informațiile privind entitatea juridică, cel puțin un rezumat în limba engleză	<i>Anexa 4 la partea B</i> Vezi cerințele specificate în cererea de propuneri și în anexa 2 la prezentul ghid. Împreună cu documentele justificative enumerate mai jos.
Text identic al părții B în limba engleză	Da	În limba engleză	<i>Anexa 5 la partea B</i> Vezi secțiunea 1.2.2 din prezentul ghid

Informații privind reprezentativitatea

Pentru evaluarea eligibilității solicitanților, următoarele documente justificative trebuie prezentate împreună cu informațiile privind reprezentativitatea:

- entitate privată: extras din Monitorul Oficial, copie a statutului societății/actului constitutiv, extras din registrul comerțului sau din registrul asociațiilor, certificat de plătitor de TVA (în cazul în care, cum este în anumite țări, numărul din registrul comerțului și numărul de TVA sunt identice, este necesar doar unul dintre aceste documente);
- entitate publică: copie a rezoluției sau a deciziei de înființare a companiei publice sau un alt document oficial de înființare a entității de drept public;
- entități fără personalitate juridică: documente care dovedesc că reprezentantul (reprezentanții) lor are (au) capacitatea de a-și asuma obligații juridice în numele lor.

Următoarele documente financiare vor fi solicitate într-o etapă ulterioară de la solicitanții care trec cu succes de prima etapă de evaluare:

Titlu anexă	Model	Cerință lingvistică	Observații
Conturile anuale	Nu	Se poate depune în orice limbă oficială a UE, fără a fi necesară traducerea.	Bilanțul și contul de profit și pierdere pentru ultimul exercițiu contabil încheiat
Planul de afaceri (<i>entitățile nou-înființate</i>)	Nu	Se poate depune în orice limbă oficială a UE, fără a fi necesară traducerea.	În cazul în care lipsesc conturile anuale
Raport de audit sau o declarație pe proprie	Nu	Se poate depune în orice limbă oficială a UE, fără a fi necesară traducerea.	Vezi punctul de mai jos

răspundere ¹⁵ , în cazul organizațiilor care solicită un grant >750 000 EUR			
--	--	--	--

Raport de audit sau declarație pe proprie răspundere

Dacă un solicitant solicită o contribuție de la UE mai mare de 750 000 EUR (pragul maxim pentru fiecare solicitant), i se va cere să pună la dispoziție:

- un raport de audit emis de un auditor extern autorizat, care să certifice conturile pentru ultimul exercițiu financiar disponibil, dacă este disponibil un astfel de raport, și un audit statutar este obligatoriu în temeiul dreptului Uniunii sau al dreptului național;

sau

- o declarație pe proprie răspundere¹⁴ semnată de reprezentantul autorizat al solicitantului, care să ateste valabilitatea conturilor sale pentru ultimul exercițiu financiar. Declarația pe proprie răspundere trebuie să fie însoțită de documentele juridice care dovedesc identitatea reprezentantului legal, precum și că acesta are dreptul de a semna în numele participantului.

Această dispoziție nu se aplică organismelor publice.

4. Evaluare și rezultate

Toate propunerile primite de REA prin sistemul de depunere de pe portal sunt supuse unui proces de evaluare pe mai multe niveluri, în ceea ce privește mai multe criterii enunțate în cadrul documentului de cerere (secțiunile 6-9): criterii de eligibilitate, excludere, selectare și atribuire.

Evaluarea propunerilor se realizează respectând reguli de strictă confidențialitate și imparțialitate.

Odată depusă propunerea, solicitanții nu vor fi contactați de REA până după evaluare, cu excepția cazului în care o propunere conține neconcordanțe evidente care trebuie clarificate (vezi articolul 151 din Regulamentul financiar al UE, [2018/1046](#)¹⁶; astfel de clarificări nu trebuie să ducă la schimbări substanțiale ale propunerii sau să încalce principiul tratamentului egal al solicitanților)

4.1 Prezentare generală a procesului de evaluare

Toate criteriile și documentele justificative obligatorii sunt specificate în documentul de cerere. Vă rugăm să le citiți cu atenție.


Propunerile care nu îndeplinesc oricare dintre aceste criterii vor fi excluse în etapa respectivă a procesului de evaluare.

¹⁵ Model de declarație pe proprie răspundere: https://ec.europa.eu/research/participants/data/ref/h2020/grants_manual/lev/h2020-lev-declaration-validity-accounts_en.pdf

¹⁶ Regulamentul (UE, Euratom) 2018/1046 al Parlamentului European și al Consiliului din 18 iulie 2018 privind normele financiare aplicabile bugetului general al Uniunii, JO L 193, 30.7.2018, p. 1.

Informații suplimentare referitoare la criteriile de atribuire se găsesc în anexa 1 la acest ghid.

Calitatea propunerilor va fi evaluată în conformitate cu criteriile și subcriteriile de atribuire stabilite în documentul de cerere; în plus, pentru fiecare dintre criteriile principale de atribuire există și un prag.

 Solicitanții sunt încurajați să acorde o atenție deosebită subcriteriilor de atribuire și să le abordeze în propunerea lor.

4.2 Rezultat

În urma evaluării, toate propunerile eligibile sunt clasate după punctajul obținut pentru evaluarea criteriilor de atribuire. Numai propunerile care ating toate pragurile sunt eligibile pentru cofinanțare. Cofinanțarea se va acorda propunerii sau propunerilor clasate pe primul loc în clasamentul final, în funcție de disponibilitatea bugetului.

Se va întocmi un clasament separat pentru fiecare temă prioritară prezentată în cererea de propuneri relevantă.

De asemenea, se va întocmi o listă de rezervă cu propuneri, în cazul în care vor fi puse la dispoziție mai multe credite bugetare în decursul anului (sau în cazul în care se va renunța la propunerile mai bine clasate pe parcursul pregătirii grantului).

În cazul programelor multinaționale, odată finalizată evaluarea, toți solicitanții – fie că le-au fost sau nu aprobate cererile – vor fi înștiințați cu privire la rezultate prin Portalul de finanțare și achiziții publice.

În ceea ce privește programele simple, autoritățile naționale competente vor informa solicitanții în urma adoptării deciziei Comisiei Europene de selectare/respingere a propunerilor.

Anexa 1

Informații suplimentare privind criteriile de atribuire

Așa cum se menționează în documentul de cerere de propuneri, partea B a cererii servește la evaluarea propunerii în raport cu criteriile de atribuire.

Mai precis, fiecare propunere va fi evaluată în conformitate cu criteriile și subcriteriile stabilite în tabelul de mai jos; în plus, pentru fiecare dintre criteriile principale de atribuire există și un prag. La evaluarea calității propunerilor se ține seama de următoarele subcriterii:

CRITERII	SUBCRITERII	
1. RELEVANȚĂ	Punctaj maxim: 25	Prag: 15
(a) relevanța acțiunilor de informare și promovare propuse pentru obiectivele generale și specifice enumerate la articolul 2 din Regulamentul (UE) nr. 1144/2014, pentru scopurile enumerate la articolul 3 din același regulament, precum și pentru prioritățile, obiectivele și rezultatele preconizate anunțate în cadrul priorității tematice relevante;	<ul style="list-style-type: none"> Propunerea corespunde obiectivelor specifice și scopurilor prevăzute în temeiul juridic și abordează în mod adecvat prioritatea tematică aleasă și subiectul cererii de propuneri. Aspectele relevante sunt bine transpuse în strategia, activitățile și mesajele programului. 	
(b) contribuția proiectului propus de informare și promovare în raport cu obiectivele climatice și de mediu ale PAC și ale Pactului verde european, în special în ceea ce privește sustenabilitatea producției și a consumului;	<p>Proiectul contribuie în mod eficace la obiectivul în materie de climă și mediu al politicii agricole comune, mai ales în ceea ce privește sustenabilitatea producției și consumului (Pactul verde european).</p> <ul style="list-style-type: none"> Proiectele puse în aplicare pe piața internă sunt aliniate la orientările privind alimentația ale statului membru vizat. 	
(c) calitatea și relevanța cercetării de piață;	<ul style="list-style-type: none"> Cercetarea de piață cuprinde piața (piețele) țintă a(le) propunerii și se bazează pe date solide obținute din cercetarea de piață și/sau pe cifre de import/export, care au fost citate în propunere. Cercetarea de piață indică tendințele și provocările care vor fi abordate de program, acestea fiind prezentate într-o analiză SWOT coerentă. Cercetarea de piață descrie poziția concurențială a organizației (organizațiilor) care formulează propunerea și produsele care vor fi comercializate, atât ale altor furnizori din UE, cât și ale concurenților lor din țări terțe. Cercetarea de piață identifică și descrie bine grupurile țintă ale programului. Cercetarea de piață descrie structura și funcționarea canalelor de distribuție și de vânzare cu amănuntul. 	

	<ul style="list-style-type: none"> În ceea ce privește piețele din țări terțe, se face trimitere la condițiile de import, cum ar fi barierele tarifare și netarifare. 	
(d) coerența strategiei, a obiectivelor, a grupurilor țintă și a mesajelor-cheie ale programului;	<ul style="list-style-type: none"> Obiectivele programului sunt coerente cu cercetarea de piață și cu analiza SWOT. Obiectivele programului sunt specifice, măsurabile, abordabile, axate pe rezultate și limitate în timp (SMART). Strategia abordează provocările identificate în cercetarea de piață și corespunde obiectivelor programului. În cazul continuării campaniilor cofinanțate anterior, impactul campaniilor anterioare și motivul continuării sunt descrise în mod clar. Strategia și mesajele principale sunt adaptate la toate piețele țintă și grupurile țintă. 	
(e) mesajul campaniei la nivelul UE.	<ul style="list-style-type: none"> Proiectul descrie în mod clar principalul mesaj prevăzut la nivelul UE și modul în care programul va disemina informații și va promova una sau mai multe caracteristici specifice ale metodelor de producție și ale produselor agricole din UE. Mesajele programului fac referire la Europa în general, la UE, la PAC, la legislația UE, la produsele UE sau la standardele de producție ale UE. Sunt aliniate cu obiectivele temei selectate. 	
2. CALITATE	Punctaj maxim: 50	Prag: 30
(a) selectarea oportună a activităților în raport cu obiectivele și cu strategia programului, mixul de comunicare adecvat, sinergia între activități;	<ul style="list-style-type: none"> Activitățile și combinația de mijloace de comunicare corespund bine obiectivului, strategiei și grupurilor țintă ale programului. Activitățile planificate se dezvoltă reciproc. Dacă proiectul va funcționa în paralel cu alte campanii publice sau private, este conceput astfel încât să creeze sinergii cu aceste campanii. 	
(b) descrierea concisă a activităților și a rezultatelor preconizate;	<ul style="list-style-type: none"> Activitățile sunt descrise în mod corespunzător pentru a răspunde la întrebările: cine, ce, când, unde, de ce? <p>Descrierea este suficient de detaliată pentru estimarea rentabilității lor.</p>	
(c) calitatea metodelor de evaluare propuse și a indicatorilor propuși;	<ul style="list-style-type: none"> Evaluarea cuprinde un studiu desfășurat de un organism extern independent, pentru a evalua impactul programului. Metodologia este conformă cu cea sugerată în anexa 3. 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Indicatorii propuși sunt aliniați la principiile prezentate la articolul 22 din Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2015/1831 al Comisiei. • Sunt propuse valori de referință și valori țintă pentru indicatorii planificați.
(d) alocarea adecvată a bugetului în raport cu obiectivele și cu amploarea activităților;	<ul style="list-style-type: none"> • Bugetul este repartizat în mod eficient între diferitele activități și este proporțional cu strategia descrisă și cu impactul preconizat.
(e) descrierea clară a costurilor estimate și exactitatea bugetului;	<ul style="list-style-type: none"> • Pentru fiecare rezultat preconizat, costurile sunt descrise și prezentate folosind raportul costuri/performance. • Nu există erori în analiza costurilor din partea B și nici în tabelul cu bugetul detaliat. <p>Tabelul cu bugetul detaliat este corelat cu bugetul prezentat în partea A din propunere și cu descrierea din partea B, secțiunea 4.</p>
(f) coerența între costurile estimate și rezultatele preconizate;	<ul style="list-style-type: none"> • Costurile activităților corespund cu descrierea și amploarea rezultatelor preconizate. • Costurile activităților individuale sunt comparabile cu tarifele practicate în mod obișnuit pe piața din țara țintă. • Numărul de zile/om estimat pentru activitățile puse în aplicare de solicitant (solicitanți) este proporțional cu nivelul implicării acestuia (acestora) în aplicarea programului, iar tarifele sunt justificate.
(g) organizarea proiectului și structura de gestionare;	<ul style="list-style-type: none"> • Structura de gestionare și rolurile personalului implicat în punerea în aplicare a programului sunt descrise în mod clar. • Repartizarea sarcinilor între organismele de punere în aplicare/de evaluare și solicitanți este clar definită. • Este definită o strategie internă de coordonare eficientă în ceea ce privește gestionarea diferiților parteneri și a organismelor de punere în aplicare. • Sunt descrise proceduri adecvate pentru selectarea organismelor de punere în aplicare și de evaluare (se respectă cel mai bun raport calitate-preț și absența conflictelor de interese).
(h) Mecanismele de control al calității și gestionarea riscurilor.	<ul style="list-style-type: none"> • Sunt definite proceduri corespunzătoare pentru supravegherea activității organismelor de punere în aplicare și a altor subcontractanți. Vor fi monitorizate atât calitatea rezultatelor preconizate, cât și respectarea calendarului și a bugetului. • Sunt identificate și clasificate corect riscurile majore adecvate care ar putea afecta rezultatul proiectului și

	sunt prezentate măsurile de atenuare care ar urma să fie puse în aplicare.	
3. IMPACTUL	Punctaj maxim: 25	Prag: 15
(a) impactul proiectului la nivelul UE;	<ul style="list-style-type: none"> • Programul este pus în aplicare la o scară semnificativă și are potențialul de a mări cererea și/sau cota de piață. • Programul are o acoperire semnificativă (de exemplu, numărul și/sau cota relativă de consumatori/importatori/cumpărători vizați etc.). • Impactul programului este cuantificat la nivelul organizației (organizațiilor) care formulează propuneri și/sau al statului membru al organizației (organizațiilor) care formulează propunerea. • Programul poate aduce beneficii și altor producători din UE din același sector sau din alte sectoare de produse. • Proiectul are potențialul de a asigura un impact economic și social susținut. Dacă este cazul, se descrie valoarea adăugată în ceea ce privește ocuparea forței de muncă. • Proiectul are potențialul de a contribui la producția și/sau consumul sustenabile. 	
(b) justificarea nivelului global al investiției.	<ul style="list-style-type: none"> • Nivelul de investiție propus este justificat parțial prin randamentul preconizat al investițiilor (în cazul programelor de promovare) și/sau prin creșterea gradului de sensibilizare (în cazul programelor de informare). 	
TOTAL	Punctaj maxim: 100	Prag: 60

Anexa 2

Informații privind reprezentativitatea

În conformitate cu articolul 7 din Regulamentul (UE) nr. [1144/2014](#) și cu articolul 1 din Regulamentul (UE) [2015/1829](#), o organizație care formulează propuneri trebuie să fie reprezentativă pentru produsul sau sectorul promovat. Tabelul de mai jos oferă o prezentare generală a modului de demonstrare a reprezentativității.

Tipul organizației	Criterii de reprezentativitate
Organizație comercială sau interprofesională, stabilită la nivelul statului membru sau al UE	o proporție de 50 % din numărul de producători sau 50 % din volumul sau din valoarea producției comercializabile a produsului (produselor) sau a sectorului în cauză [articolul 1 alineatul (1) litera (a) punctul (i) din Regulamentul (UE) 2015/1829]
	<u>Organizație interprofesională</u> recunoscută de statul membru [articolul 1 alineatul (1) litera (a) punctul (ii) din Regulamentul (UE) 2015/1829]
	<u>Grupuri în cadrul sistemelor de calitate ale UE</u> : 50 % din volumul sau din valoarea producției comercializabile a produsului (produselor) cu denumirea înregistrată [articolul 1 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (UE) 2015/1829].
(Asociație de) organizație (organizații) de producători	Recunoscută de statul membru în conformitate cu articolul 154 sau 156 din Regulamentul (UE) nr. 1308/2013 [articolul 1 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul (UE) 2015/1829]
Organism din sectorul agroalimentar	- care are ca obiectiv și activitate acțiunile de informare și de promovare pentru produsele agricole; - care să fie însărcinat de statul membru să îndeplinească o misiune de serviciu public în acest sector, definită în mod clar; - care să fie înființat cu cel puțin 2 ani înainte de publicarea cererii de propuneri; [articolul 7 alineatul (1) litera (d) din actul de bază]

Vă rugăm să descrieți modul în care organizația dumneavoastră îndeplinește criteriile privind reprezentativitatea în statul membru în cauză sau la nivelul UE. În acest sens, vă rugăm să descrieți:

- tipul și statutul organizației dumneavoastră, de exemplu un consorțiu între X și Y, recunoașterea de către statul membru, reprezentativitatea sectorului etc.;
- date privind producția comercializabilă, exporturile, cifra de afaceri, vânzările, numărul de producători etc.

Vă rugăm să includeți referințe la sursele de informații la care faceți referire în justificarea dumneavoastră. Justificarea trebuie să trateze toate criteriile care se aplică în cazul dumneavoastră.

În cazul în care faceți trimiteri la recunoașterea de către statul membru, vă rugăm să atașați documentul (documentele) justificativ (justificative), cum ar fi o copie a documentului de recunoaștere sau un link către o listă de organizații recunoscute accesibilă publicului.

În cazul în care organizația dumneavoastră nu este reprezentativă în conformitate cu criteriile menționate mai sus, justificați de ce credeți că trebuie considerată reprezentativă. Se pot accepta praguri mai mici decât cele menționate mai sus dacă organizația care formulează propunerea demonstrează că există circumstanțe specifice, inclusiv dovezi privind structura pieței, care ar justifica tratarea organizației care formulează propunerea ca fiind reprezentativă pentru produsul (produsele) sau sectorul în cauză [derogarea de la regula de 50 % menționată la articolul 1 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2015/1829].

În cazul în care propunerea dumneavoastră este depusă de mai multe organizații care formulează propuneri, vă rugăm să includeți toate descrierile într-un singur document. Pentru fiecare organizație care formulează propuneri, informațiile nu trebuie să aibă mai mult de 2 000 de caractere.

Anexa 3

Sugestii metodologice pentru calculul *ex post* al rentabilității

Următoarele sugestii trebuie luate în considerare la evaluarea rezultatelor unui program de promovare.

Cu toate acestea, trebuie să existe coerență între evaluarea rezultatelor la sfârșitul unui program și obiectivele stabilite la începutul programului. Prin urmare, vă rugăm să țineți cont de aceste recomandări în momentul definirii obiectivelor programului, atunci când elaborați propunerea de proiect. Beneficiile pot fi exprimate pe durata programului. Dacă este cazul și dacă este necesar, beneficiile pot fi prezentate și dincolo de durata programului.

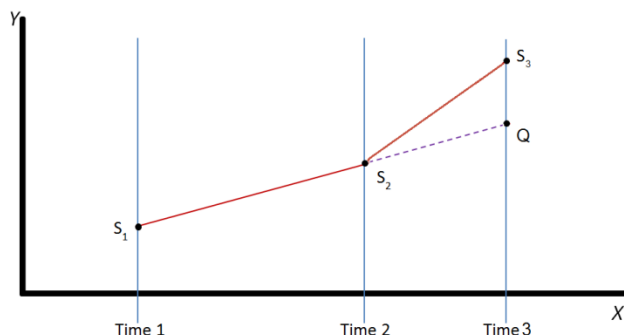
Impactul economic

Programele de promovare prevăd beneficii economice. Cu toate acestea, deoarece eforturile de promovare se desfășoară într-un mediu complex, este complicat să se identifice adevăratul lor impact economic. O simplă comparație a parametrilor economici înainte și după campanie nu ia în considerare variabilele externe de influență. Pentru a diferenția adevăratul efect al campaniei de promovare de alte variabile de influență, cum ar fi tendințele sau crizele de pe piață, calculul randamentului trebuie să utilizeze un nivel de referință. „Nivelul de referință” estimează ce s-ar fi întâmplat în absența programului de promovare. La rândul său, impactul este estimat prin compararea scenariului pentru nivelul de referință cu datele observate. Rezultatul acestei evaluări trebuie să fie exprimat în euro.

Există mai multe modalități de a construi un astfel de scenariu de referință. Descriem aici două metode simple și intuitive. Și alte metode ar putea fi adaptate scopului, deși metodologia specifică aleasă pentru construirea scenariului pentru nivelul de referință trebuie să fie motivată.

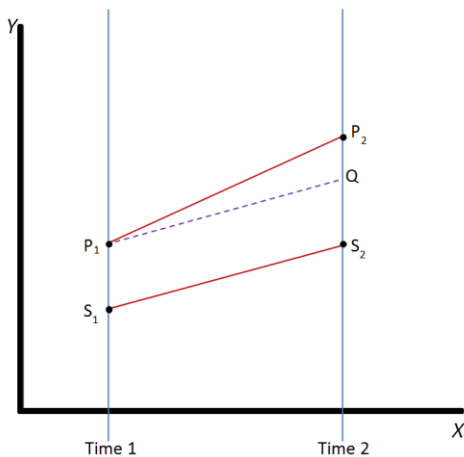
- **Tendență istorică**

În cazul în care un produs a cunoscut o tendință stabilă a pieței pe o perioadă semnificativă de timp, se poate proiecta această tendință a pieței în viitor și se poate folosi ca referință. În acest caz, nivelul de referință Q poate fi construit prin proiectarea tendinței pieței între momentul 1 (S_1) și (S_2) la momentul 3 (Q). Ulterior, situația observată la momentul 3 (S_3) poate fi corectată în funcție de tendință, scăzând Q din S_3 pentru a obține efectul programului. După cum s-a menționat deja, o tendință stabilă a pieței este o condiție prealabilă pentru această metodă, care nu este potrivită pentru piețele foarte volatile.



- **Diferența dintre diferențe**

În multe cazuri, nu există tendințe de piață stabile. O altă abordare utilizează un produs comparabil pentru a identifica scenariul pentru nivelul de referință. Imaginea de mai jos prezintă un nivel de referință utilizat într-o metodologie bazată pe diferența dintre diferențe. Un produs comparabil (trebuie motivat de ce produsul este comparabil) arată o anumită tendință a pieței (de la S_1 la S_2). Scenariul pentru nivelul de referință (Q) poate fi construit prin proiectarea acestei tendințe a pieței asupra situației produsului promovat anterioară campaniei (P1). Efectul campaniei poate fi dedus prin compararea situației observate după campanie (P2) cu nivelul de referință, ținând totodată cont de tendințele pieței.



Este de remarcat complementaritatea celor două metode descrise mai sus. Dacă un produs a prezentat în trecut o tendință similară cu cea a produsului promovat/investigat, s-ar putea susține că este comparabil și adecvat pentru stabilirea nivelului de bază prin metoda diferenței dintre diferențe.

Randamentul programului este reprezentat de creșterea vânzărilor (în euro) pe parcursul derulării programului. Efectele pe termen lung nu pot fi luate în considerare, deoarece momentul evaluării este la sfârșitul programului (sfârșitul grantului UE).

Se recomandă, de asemenea, să se includă rentabilitatea investiției aferente programului. Aceasta se calculează ca raport dintre creșterea vânzărilor sau a exporturilor produselor promovate pe durata programului (rentabilitate) și investiție (care este egală cu costurile totale ale programului).

Impactul asupra gradului de sensibilizare

Obiectivul final al programelor de informare este, și de a crește gradul de sensibilizare. Pentru a cunoaște numărul de persoane care au dobândit cunoștințe noi, s-ar putea efectua o anchetă având următoarea structură:

Întrucât, în majoritatea cazurilor, o campanie de informare se referă la o serie de teme și mesaje, primirea informațiilor nu poate fi măsurată printr-o singură întrebare. În schimb, o serie de întrebări se potrivesc acestui scop. O persoană poate fi considerată bine informată cu privire la mesaj/temă dacă știe răspunsul la o proporție predefinită din aceste întrebări. Tabelul următor prezintă un exemplu de test cu pragul de 2/3 pentru ca ținta să fie considerată informată:

PERSOANA X	Răspuns dorit	Răspuns afișat	PERSOANA Y	Răspuns dorit	Răspuns afișat
Întrebarea 1	Da	Da	Întrebarea 1	Da	Da
Întrebarea 2	Da	Da	Întrebarea 2	Da	Nu
Întrebarea 3	Nu	Da	Întrebarea 3	Nu	Nu
Rezultat	2/3 = succes		Rezultat	1/3 = eșec	

Persoana X a trecut testul, în timp ce persoana Y a eșuat. Impactul asupra gradului de conștientizare este creșterea absolută a numărului de persoane care trec cu succes acest test, comparând perioada anterioară și ulterioară campaniei. Întrebările trebuie să fie formulate în așa fel încât punctajul să fie clar. De asemenea, acestea trebuie să fie reprezentative pentru temele și mesajele vizate de program. Eșantionul trebuie să fie reprezentativ pentru grupul (grupurile) vizat(e). Compararea anchetelor anterioare și ulterioare campaniei trebuie să indice numărul absolut al persoanelor care au dobândit cunoștințe noi.

Pot fi utilizate și alte metode de anchetă. Totuși, trebuie să fie justificate în mod corespunzător și să atingă același obiectiv.