

## FORMULARIO

### II. Formulario del Programa

(Los programas multipaíses deben cumplimentarse en un único formulario.)

En caso de presentación de varios programas por parte del mismo beneficiario deberá presentarse cada programa en un formulario independiente)

#### 1- CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA

<b>1.1.- Producto(s).</b> Especificar los productos objeto de promoción de los recogidos en el anexo XXI del R.D. 905/2022, de 25 de octubre	
<input type="checkbox"/> Vino. <input type="checkbox"/> Vino de licor <input type="checkbox"/> Vino espumoso <input type="checkbox"/> Vino espumoso de calidad <input type="checkbox"/> Vino espumoso aromático de calidad <input type="checkbox"/> Vino de aguja.	<input type="checkbox"/> Vino de aguja gasificado <input type="checkbox"/> Vino de uvas pasificadas <input type="checkbox"/> Vino de uvas sobremaduradas <input type="checkbox"/> Vinos ecológicos <input type="checkbox"/> Vinos desalcoholizados <input type="checkbox"/> Vinos parcialmente desalcoholizados

<b>Categoría a la que pertenecen (art. 57.1)</b>
<input type="checkbox"/> Vinos amparados por una Denominación de Origen Protegida <input type="checkbox"/> Vinos amparados por una Indicación Geográfica Protegida <input type="checkbox"/> Vinos en los que se indique la variedad o variedades de uva de vinificación

Con objeto de evitar posibles reintegros por pagos indebidos consecuencia de que las marcas promocionales no cumplan los requisitos establecidos para las ayudas a la promoción de vinos en terceros países, deberán rellenar la tabla que se adjunta con la relación de vinos objeto de promoción

BODEGA	MARCA VINO	TIPO VINO (1)	PAIS/ES DONDE SE VENDE

(1) Tipo de vino: especificar los productos objeto de promoción de los recogidos en el anexo XXI de RD (artículo 57.1 del RD 905/2022, de 25 de octubre)

Se recuerda que aquellos vinos acogidos a DOP, IGP deben presentar Certificados que acrediten dicha condición y los Vinos en los que se indique la variedad de uva de vinificación deben presentar documentación que permita verificar las características de los mismos.

<b>1.2.- ¿Se trata de un Programa dirigido a un nuevo destino?</b> En caso afirmativo especifíquese el nuevo(s) país(es) y región de tercer país de destino. La duración máxima de la ayuda por mercado de un tercer país, de acuerdo con la definición establecida en el artículo 2 del RD 905/2022, de 25 de octubre, será de un año a excepción de lo indicado en el apartado 3 para los vinos empleados por una figura de calidad diferenciada (DOP o IGP), que la establece en un máximo de 3 años improrrogables.	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------

PAÍS (de acuerdo con denominación exacta en Anexo XXII del RD 905/2022 de 25 de octubre)	REGIÓN (de acuerdo con denominación exacta en Anexo XXII del RD 905/2022 de 25 de octubre)	PÚBLICO OBJETIVO (de acuerdo con el apartado 5 del presente formulario)

1.3.- Duración del Programa	<input type="checkbox"/> 12 meses	<input type="checkbox"/> 24 meses	<input type="checkbox"/> 36 meses
¿Es continuación de un programa presentado en el ejercicio financiero anterior?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	

## 2.- Presentación y calidad del programa. OBJETIVO

En términos de objetivos concretos y, si fuera posible, cuantificados.

Deben ser específicos, medibles, alcanzables, pertinentes y realizables. Indicar para cada una de las sub-acciones del programa, a cuál de los siguientes objetivos contribuye su ejecución (en caso de que se contribuya a varios, se indicará al que se contribuya de una forma mayoritaria o mejor)

- Apertura de nuevos mercados en terceros países.
  - 
  -
- Diversificación de los mercados de terceros países.
  - 
  -
- Consolidación de los mercados de terceros países
  - 
  -

## 3.- Presentación y calidad del programa. ESTRATEGIA

Especifíquese los medios para desarrollar el programa y qué instrumentos de Marketing y Comunicación se utilizarán para alcanzar los objetivos del Programa.

Fundamentar los intereses y objetivos propuestos justificando la coherencia de la estrategia propuesta para el programa o para cada tercer país o mercado del tercer país, con el objetivo al que se ha indicado que contribuye.

- Para el objetivo primero del apartado anterior. Relacionar las actividades a realizar
  - 
  - 
  -
- Para el objetivo segundo del apartado anterior. Relacionar las actividades a realizar
  - 
  - 
  -
- Para el objetivo consolidación de los mercados de terceros países
  - 
  - 
  -
- Otros
  - 
  - 
  -

#### 4.- Presentación y calidad del programa. ACCIONES

**4.1.- Seleccionar las acciones y actividades que se llevarán a cabo de manera global a lo largo de todo el proyecto a modo de resumen.** (Esta tabla acompañará al ANEXO I, el cual se cumplimentará por país y región, marcando la acción y sub acciones a realizar por acción). Se acompañará de memoria detallada de las acciones y subacciones específicas por país o mercado. Cada evento de promoción concreto, realizado en fechas concretas debe considerarse como una subacción de promoción diferente.

Acciones	Sub acciones
a) Promoción, publicidad o relaciones públicas, que destaquen en particular las normas rigurosas de los productos de la UE, sobre todo en términos de calidad, seguridad alimentaria o medio ambiente	<input type="checkbox"/> Misiones comerciales directas
	<input type="checkbox"/> Campañas publicitarias de naturaleza diversa (TV, radio, prensa, eventos...)
	<input type="checkbox"/> Promociones en punto de venta
	<input type="checkbox"/> Portales web para promoción exterior, redes sociales
	<input type="checkbox"/> Misiones comerciales inversas
	<input type="checkbox"/> Oficinas de información
	<input type="checkbox"/> Gabinete de prensa
b) Participación en actos, ferias o exposiciones de importancia internacional	<input type="checkbox"/> Presentaciones de producto, catas
	<input type="checkbox"/> Ferias y exposiciones internacionales, etc...Sectoriales o generales, profesionales y de público en general. Catas
c) Campañas de información, en particular sobre los regímenes de calidad de la Unión en relación con las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas y la producción ecológicas	<input type="checkbox"/> Encuentros empresariales, profesionales, líderes de opinión y consumidores
	<input type="checkbox"/> Jornadas, seminarios, catas, degustaciones
d) Estudios de nuevos mercados o de mercados existentes, necesarios para la búsqueda de nuevas salidas comerciales	<input type="checkbox"/> Estudios e informes de mercado nuevos o existentes, que incluyan por ejemplo paneles y pruebas preliminares antes de lanzar nuevos productos en nuevos terceros países o nuevos mercados de terceros países o en mercados existentes.
e) Estudios para evaluar los resultados de los programas de promoción e información	<input type="checkbox"/> Estudios de evaluación de resultados de las intervenciones sectoriales de promoción
f) Preparación de expedientes técnicos, incluidas pruebas de laboratorio y evaluaciones, relativos a prácticas enológicas, normas fitosanitarias e higiénicas, así como requisitos de terceros países respecto a la importación de productos del sector vinícola, para posibilitar el acceso a los mercados de terceros países o evitar que se restrinja dicho acceso.	<input type="checkbox"/> Preparación de expedientes técnicos relativos a pruebas enológicas
	<input type="checkbox"/> Preparación de expedientes relativos a normas fitosanitarias e higiénicas
	<input type="checkbox"/> Preparación de expedientes técnicos sobre requisitos de terceros países respecto a la importación del sector vinícola para posibilitar el acceso a los mercados de terceros países o evitar que se restrinja dicho acceso.
	<input type="checkbox"/> Pruebas de laboratorio y evaluaciones

**4.2.- Calendario previsto que incluya lugares y fechas donde se llevarán a cabo las actividades (menciónese el país y la región. Por ejemplo: "Estados Unidos" no es suficientemente preciso).** En caso de ser necesario, se cumplimentará una copia de este apartado por país y región. El calendario se establecerá como máximo en periodos trimestrales y deberá mantenerse actualizado durante la ejecución del programa. Se cumplimentará un único calendario para la totalidad del programa.

FECHA (fecha prevista de realización. Máximo estimación trimestral)	LUGAR (Ciudad exacta. Excepcionalmente región)	ACCIÓN (Acción prevista de acuerdo con la clasificación del punto anterior)	PÚBLICO OBJETIVO DESTINATARIO (De acuerdo con las categorías recogidas en el punto 5)

## 5.- Público Objetivo

<input type="checkbox"/> Consumidores.	<input type="checkbox"/> Importadores.
<input type="checkbox"/> Distribuidor-supermercado	<input type="checkbox"/> Líderes de opinión-periodistas.
<input type="checkbox"/> Distribuidor-mayorista	<input type="checkbox"/> Líderes de opinión-expertos gastronómicos
<input type="checkbox"/> Distribuidor-minorista especializado	<input type="checkbox"/> Escuelas de hostelería y restauración.
<input type="checkbox"/> Distribuidor-restaurante	

## 6.- Presentación y calidad del programa. MENSAJES Y CREATIVIDAD (en caso de ser necesario, desglosar por país y por sub acción)

Relación de mensajes que se transmitirán. Se referirán a las cualidades intrínsecas de los productos o, en caso de tratarse de vinos que cuentan con una IGP/DOP, el origen del producto.

<ul style="list-style-type: none"><li>○</li><li>○</li><li>○</li><li>○</li><li>○</li></ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------

## 7.- REPERCUSIÓN PREVISIBLE Y MÉTODO PARA MEDIRLA (en caso de considerarlo necesario por país y por sub-acción).

Se refiere a la evolución de la demanda, la notoriedad y la imagen del producto, o cualquier otro aspecto vinculado a los objetivos.

<b>7.1.- Especifíquese y cuantifíquese la repercusión previsible en términos de resultados realistas.</b>
<input type="checkbox"/> Mejorar el conocimiento del producto <input type="checkbox"/> Mejorar la imagen del producto <input type="checkbox"/> Incremento de ventas previsto (indicar el porcentaje previsto):
<b>7.2.- Especifíquese el método cuantitativo y/o cualitativo y los indicadores que se utilizará para medir los resultados o repercusiones.</b>
<input type="checkbox"/> Relación de métodos y descripción vinculada a cada objetivo perseguido ○ ○ <input type="checkbox"/> Relación de indicadores utilizados y descripción ○ ○ ○

## 8.- INTERÉS NACIONAL Y COMUNITARIO DEL PROGRAMA, ASÍ COMO PARA LA COMUNIDAD AUTÓNOMA

<b>8.1.- Interés nacional y comunitario del Programa. Descripción</b>

**8.2.- Interés para la Comunidad Autónoma. Criterios de priorización ( máxima puntuación 50 puntos)**

- Vinos con Denominación de Origen Protegida, de producción ecológica (50 puntos).
- Vinos con Denominación de Origen Protegida vinos de Madrid (50 puntos)
- Vinos con Denominación de Origen Protegida (45 puntos)
- Vinos con Indicación Geográfica Protegida, de producción ecológica (40 puntos).
- Vinos con Indicación Geográfica Protegida (35 puntos)
- Vinos de producción ecológica (35 puntos).

**9.- PRESUPUESTO**

**9.1 CUADRO RECAPITULATIVO Y PLAN DE FINANCIACIÓN. Anexo I y II del presente formulario**

**9.2 MODERACIÓN DE COSTES. Anexo al presente formulario. Justificación de que los costes propuestos no superan los precios normales de mercado, independientemente de la cuantía del gasto solicitado. Debe acompañarse de las tres ofertas correspondientes para cada uno de los gastos, o, en el caso de importadores/distribuidores en exclusiva, copia del contrato que exima de aportar dos ofertas adicionales.**

# Información sobre Protección de Datos

## 1. Responsable del tratamiento de sus datos

**Responsable:** Consejería de Medio Ambiente, Agricultura e Interior, D.G. de Agricultura, Ganadería y Alimentación (Medio Ambiente).

**Domicilio social:** Consultar [www.comunidad.madrid/centros](http://www.comunidad.madrid/centros)

**Contacto con el Delegado de Protección de Datos:** [protecciondatosmambiente@madrid.org](mailto:protecciondatosmambiente@madrid.org).

## 2. ¿En qué actividad de tratamiento están incluidos sus datos personales y con qué fines se tratarán?

AYUDAS FEADER NO SIGC.

En cumplimiento de lo establecido por el Reglamento (UE) 2016/679, de Protección de Datos Personales, sus datos serán tratados para las siguientes finalidades:

Se destinará a la recogida de datos de carácter personal correspondientes a todos los solicitantes de ayudas FEAGA, no asimilables al sistema integrado de gestión y control (no SIGC) y tramitadas al amparo de la reglamentación de la Unión Europea y abonadas a través del organismo pagador de la Comunidad de Madrid.

## 3. ¿Cuál es la legitimación en la que se basa la licitud del tratamiento?

RGPD 6.1 e) el tratamiento es necesario para el cumplimiento de una misión realizada en interés público o en el ejercicio de poderes públicos conferidos al responsable del tratamiento.

Para ayudas/medidas del periodo PAC/PDR 2014 – 2020: Reglamento (UE) n.º 1306/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, sobre la financiación, gestión y seguimiento de la Política Agrícola Común de 17 de diciembre de 2013. Para ayudas/intervenciones del PEPAC 2023 – 2027: Reglamento (UE) 2021/2116 del Parlamento Europeo y del Consejo de 2 de diciembre de 2021 sobre la financiación, la gestión y el seguimiento de la política agrícola común y por el que se deroga el Reglamento (UE) 1306/2013. Ley 30/2022, de 23 de diciembre, por la que se regulan el sistema de gestión de la Política Agrícola Común y otras materias conexas. Real Decreto 1046/2022, de 27 de diciembre, por el que se regula la gobernanza del Plan Estratégico de la Política Agrícola Común en España y de los fondos europeos agrícolas FEAGA y FEADER. Real Decreto 1047/2022, de 27 de diciembre, por el que se regula el sistema de gestión y control de las intervenciones del Plan Estratégico y otras ayudas de la Política Agrícola Común.

## 4. ¿Cómo ejercer sus derechos? ¿Cuáles son sus derechos cuando nos facilita sus datos?

Puede ejercer, si lo desea, los derechos de acceso, rectificación y supresión de datos, así como solicitar que se limite el tratamiento de sus datos personales, oponerse al mismo, solicitar en su caso la portabilidad de sus datos, así como a no ser objeto de una decisión individual basada únicamente en el tratamiento automatizado, incluida la elaboración de perfiles.

Según la Ley 39/2015, el RGPD y la Ley Orgánica 3/2018, puede ejercer sus derechos por [Registro Electrónico](#) o [Registro Presencial](#) o en los lugares y formas previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, preferentemente mediante el formulario de solicitud [“Ejercicio de derechos en materia de protección de datos personales”](#).

## 5. Tratamientos que incluyen decisiones automatizadas, incluida la elaboración de perfiles, con efectos jurídicos o relevantes.

No se realizan

## 6. ¿Por cuánto tiempo conservaremos sus datos personales?

Los datos personales proporcionados se conservarán por el siguiente periodo:

Periodo indeterminado.

Los datos se mantendrán durante el tiempo necesario para cumplir con la finalidad para la que se recabaron y para determinar las posibles responsabilidades que se pudieran derivar de dicha finalidad y del tratamiento de los datos, siendo de aplicación la normativa de archivos y documentos de la Comunidad de Madrid.

## 7. ¿A qué destinatarios se comunicarán sus datos?

FEAGA Entidades bancarias; Comisión Europea, Tribunal de Cuentas Europeo y otros organismos de auditoría e investigación de la Unión Europea, Hacienda Pública y Administración Tributaria, Tribunal de cuentas, Tesorería de la Comunidad de Madrid, Intervención General del Estado.

## **8. Transferencias Internacionales.**

No.

## **9. Derecho a retirar el consentimiento prestado para el tratamiento en cualquier momento.**

Cuando el tratamiento esté basado en el consentimiento explícito, tiene derecho a retirar el consentimiento en cualquier momento, sin que ello afecte a la licitud del tratamiento basado en el consentimiento previo a su retirada.

## **10. Derecho a presentar una reclamación ante la Autoridad de Control.**

Tiene derecho a presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos [www.aepd.es](http://www.aepd.es) si no está conforme con el tratamiento que se hace de sus datos personales.

## **11. Categoría de datos objeto de tratamiento.**

Datos de carácter identificativo, Características personales, Circunstancias sociales, Datos económicos, financieros y de seguros, Transacciones de bienes y servicios.

## **12. Fuente de la que proceden los datos**

Interesado y Terceros.

## **Más información.**

Puede consultar más información y la normativa aplicable en materia de protección de datos en la web de la Agencia Española de Protección de Datos <https://www.aepd.es>, así como en el siguiente enlace: [www.comunidad.madrid/protecciondedatos](http://www.comunidad.madrid/protecciondedatos).