**VLOGA ZA ODOBRITEV PROGRAMA ZA PROMOCIJO VINA NA TRETJIH TRGIH**

**1. PODATKI O PRIDELOVALCU ALI ZDRUŽENJU PRIDELOVALCEV:**

|  |  |
| --- | --- |
| Priimek in ime, naziv: |  |
|  |  |  |  |
| Davčna številka: |  |  |  |  |  |  |  |  |  | KMG MID: |   |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Občina: |  | Naselje: |  |
|  |  |  |  |
| Ulica: |  | Hišna številka: |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Pošta: |  |  |  |  |  |  | Telefon: |  |
| e-mail: |  |  |  |  |

Število zaposlenih: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (le za pravne osebe in s.p.)

**PODATKI O RAČUNU PRIDELOVALCA ALI ZDRUŽENJA PRIDELOVALCEV:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Naziv banke: |  | Poslovna enota: |  |
|  |  |  |  |
| Številka osebnega računa: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**2. DRŽAVA, NA KATERO SE NANAŠA PROGRAM: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**3. OBDOBJE, NA KATERO SE NANAŠA PROGRAM: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**4. ANALIZA REZULTATOV DOSEDANJE PROMOCIJE IN PRIČAKOVANA PRODAJA:**

4.1. Podatki za državo, na katero se nanaša program:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Letna prodaja pred programom promocije | **Število let izvajanja promocije** | Prodaja v zadnjem letu | **% povečanja finančne realizacije (količina x cena)** | Pričakovana prodaja po izvedbi programa | % povečanja glede na prodajo v zadnjem letu |
| Količina v litrih | Cena v EUR/l | Količina v litrih | Cena v EUR/l | Količina v litrih | Cena v EUR/l | Količina | Cena |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Če je vlagatelj že vsaj tri leta prejemal podporo za promocijo vina na trgu te tretje države, je kot obvezni sestavni del programa tudi analiza rezultatov že izvedenih dejavnosti.

4.2. Povprečna prodajna cena za iste kategorije vina, ki so predmet promocije, dosežena v RS v preteklem letu:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ EUR/l

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ EUR/l

**5. OPIS PROGRAMA**

**5.1. Situacija na tretjem trgu in povpraševanje**

(vlagatelj za ciljno državo opiše razloge za program promocije, na primer z vidika položaja na trgu ali povpraševanja po zadevnem vinu ali potrebe po širjenju informacij o zadevnem vinu; navede ali je bila raziskava trga že izvedena – če da, kdo in kdaj jo je izvedel)

**5.2. Cilji**

(vlagatelj navede konkretne in merljive cilje programa, lahko tudi po ciljnih skupinah, ter njihovo povezanost s posameznimi dejavnostmi)

**5.3. Ciljna(e) skupina(e)**

(vlagatelj navede ciljne skupine programa)

**5.4. Glavna sporočila**

(vlagatelj navede glavno(a) sporočilo(a) dejavnosti: vrsta vina in oznako porekla vina, ki obsega najmanj geografsko označbo v skladu s pravilnikom, ki ureja seznam geografskih označb, …)

**5.5. Podroben opis posamezne dejavnosti**

(vlagatelj navede dovolj informacij o dejavnostih in instrumentih, ki bodo uporabljeni za izvajanje, vključno s krajem izvajanja dejavnosti (mesto oz. v izjemnih primerih regijo; »ZDA« na primer ni dovolj natančno), s številom, obsegom in/ali razsežnostmi ter predvidenimi stroški na enoto (po običajnih tržnih cenah), da se utemelji predlagani proračun)

Za vse dejavnosti, vključene v program, je treba predvideti jasno razčlenitev različnih stroškov, povezanih z njimi. Na primer:

 - Objava oglasov v medijih

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| *Medij* | *Vrsta medija* | *Število* | *Cena/oglas* | *Skupni strošek* |
| Tiskani | revijadnevni časopis,… | Št.oglasov | v € | v € |
| TV | nacionalnakomercialna | Št.predvajanj | v € | v € |
| Internet | zasnova … |  |  |  |
| … |  |  |  |  |

- Izdelava reklamnega gradiva

Opis postopka izdelave, objave, priprave vsebine, število izvodov, cena za izvod, ipd.

- Udeležba na sejmih in drugih mednarodnih dogodkih

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Vrsta in kraj dogodka* | *Predvideni stroški* | *Cena na enoto* | *Skupni strošek* |
| Mednarodni sejem, kraj | Stroški stojniceStrošek osebja (število, ure, vrsta dela,…)…. | € / enota | v € |
|  | Režijski strošek (do 4% skupnih upravičenih stroškov) |  |  |
| … | … |  |  |

- Izdelava raziskav trga

Navedba izvajalca, opis izvedbe raziskave, ciljna javnost raziskave, razdelilnik stroškov, …

- Organizacija seminarjev

Opis načina izvedbe seminarja, število udeležencev, izvajalci, razdelilnik stroškov (najem prostora, osebja, …)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Vrsta in kraj dogodka* | *Predvideni stroški* | *Cena na enoto* | *Skupni strošek* |
| Seminar/predstavitve kraj | Najem prostora, osebja, nastanitev, honorar, pomožno osebje, pogostitev, ……. | € / enota | v € |
|  | Režijski strošek (do 4% skupnih upravičenih stroškov) |  |  |
| … | … |  |  |

**6. ČASOVNI RAZPORED DEJAVNOSTI**

(vlagatelj navede časovni razpored izvajanja dejavnosti po mesecih posameznega vinskega leta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VRSTA DEJAVNOSTI | **OBDOBJE 2019/2020** |  |
| Junij 2019 | Julij 22019 | Avgust 2019 | September 2019 | November 2019 | December 2019 | Januar 2020 | Febrauar 2020 | Marec 2020 | April 2020 | Maj 2020 |
| **Objava oglasov v medijih** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - tiskani medij |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - TV  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - radio |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - internet |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Izdelava reklamnega gradiva** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Udeležba na sejmih in drugih mednarodnih dogodkih** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - sejem 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - sejem 2 .. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Izdelava raziskav trga** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Organizacija seminarjev za novinarje, uvoznike, strokovno javnost in potrošnike** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - seminar 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - seminar 2 … |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**7. PREDVIDEN UČINEK PROGRAMA**

(vlagatelj navede učinek z vidika povpraševanja, prepoznavnosti in druge vidike, povezane s cilji; čim bolj natančno številčno opredeliti predvidene rezultate izvajanja programa, OBVEZNA je navedba pričakovane prodane letne količine vina (v litrih) in prodajne cene
(v EUR), brez dajatev, ter procent povečanja obeh)

**8. FINANČNA KONSTRUKCIJA PROGRAMA**

(vlagatelj opredeli stroške programa po dejavnostih; stroški so prikazani brez DDV ali drugega prometnega davka; pomembno: finančna konstrukcija mora imeti enako zgradbo in enak vrstni red dejavnosti, kot je tisti v opisu dejavnosti pod točko 5.5.)

|  |  |
| --- | --- |
| Vrsta dejavnosti | Obdobje 2019/2020 |
| ***Objava oglasov v medijih*** |  |
| - tiskan medij |  |
| - TV |  |
| - radio |  |
| - internet |  |
| ***Izdelava reklamnega gradiva*** |  |
| ***Udeležba na sejmih in drugih mednarodnih dogodkih*** |  |
| - sejem 1 |  |
| - sejem 2… |  |
| ***Izdelava raziskav trga*** |  |
| ***Organizacija seminarjev za novinarje, uvoznike, strokovno javnost in potrošnike*** |  |
| - seminar 1 |  |
| - seminar 2… |  |
| **SKUPAJ upravičeni stroški za program:** |  |

8.1. Dinamika izstavitve zahtevkov za izplačilo po vrednostih:

(pri predvideni višini izstavljenega zahtevka se upošteva 50% delež sofinanciranja glede na zneske iz prejšnje tabele)

|  |  |
| --- | --- |
| Naziv dejavnosti | 2019/2020 |
|  | datum izstavitve zahtevka |  predvidena višina izstavljenega zahtevka |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| **SKUPAJ** |  |  |

**9. REFERENCE DOSEDANJE PROMOCIJE**

(vlagatelj navede izvedene dejavnosti promocije v preteklih letih, vključno z navedbo države, kjer se je promocija izvajala)

Kraj in datum: Podpis pridelovalca /

odgovorne osebe podjetja/združenja (in žig):

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_