

ANEXO III

Declaración responsable que asume el beneficiario, de acuerdo a lo previsto en el Reglamento (UE) 2021/2115 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 2 de diciembre de 2021, en el Reglamento Delegado (UE) 2022/126 de la Comisión, de 7 de diciembre de 2021, y en el Real Decreto 905/2022, de 25 de octubre, por el que se regula la Intervención Sectorial Vitivinícola en el marco del Plan Estratégico de la Política Agrícola Común:

Por el presente escrito, D./D^a _____ con
DNI _____, en representación de _____,
que habiendo presentado solicitud de ayuda en base al Real Decreto 905/2022, de 25 de octubre, por el que se regulan las Ayudas para
actividades de promoción y comunicación llevadas a cabo en terceros países:

- **DECLARA BAJO SU RESPONSABILIDAD QUE:** Los productos objeto de promoción, se destinan al consumo directo, existen oportunidades de exportación o nuevas salidas comerciales para ellos en esos terceros países y tienen un gran valor añadido.
- En el caso de vinos que cuentan con una indicación geográfica, se indica el origen del producto, como parte de la campaña de información y promoción.
- Se define claramente la operación apoyada, especificando los productos a que se refiere, la campaña de mercadotecnia y el coste estimado.
- Los mensajes de información y promoción se basan en las cualidades intrínsecas del vino y cumplirán con la normativa aplicable en los terceros países a los que vayan destinados.
- Las operaciones y sus acciones subyacentes se definen claramente, se describen las actividades de promoción y mencionan el coste estimado.
- Se garantiza que los costes de la operación propuesta, no superan los precios normales del mercado.
- Se dispone de una capacidad técnica suficiente para hacer frente a los condicionantes específicos del comercio con terceros países y se cuenta con recursos suficientes para garantizar la ejecución más eficaz posible de la operación.
- Se cuenta con suficientes productos, tanto en calidad como en cantidad, para responder a la demanda del mercado a largo plazo, una vez concluida la campaña de promoción.
- Existe coherencia entre las estrategias propuestas con los objetivos fijados, el probable efecto y éxito en el aumento de la demanda de los productos en cuestión.

En _____, a _____ de _____ de 202__

(Firma electrónica del representante legal de la empresa)