

ANEXO III

Declaración responsable que asume el beneficiario, de acuerdo a lo previsto en el artículo 10 del Reglamento Delegado (UE) 2016/1149, de la Comisión, de 15 de abril de 2016, por el que se completa el Reglamento (UE) nº 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que se refiere a los programas nacionales de apoyo al sector vitivinícola y se modifica el Reglamento (CE) nº 555/2008, de la Comisión de 27 de junio de 2008

Por el presente escrito, D./D^a _____ con
Documento Nacional de Identidad _____, en representación de _____
_____, que habiendo
presentado solicitud de ayuda en base al Real Decreto 905/2022, de 25 de octubre, por el que se regula la medida de inversiones recogida
en el programa de apoyo al sector vitivinícola español, mediante el programa denominado _____

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 propuestos 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 20__

(Nombre y firma del representante legal y sello de la empresa)