

Resumo



Projeto 47146 Termo de Aceitação 2020/047146
Beneficiário 504831410 COMISSÃO VITIVINÍCOLA DA REGIÃO DE LISBOA

Tipo ☐ Encerramento do Investimento Ano de Conclusão do Projeto 2023
☒ Encerramento do Projeto Ano Previsto Pós-Projeto 2023
Nº APF 1 Ano Realizado Pós-Projeto 2024

Resumo de Execução

	Aprovado	Apresentado	%		Previsto	Realizado
Investimento	639.968,44	500.822,28	78,26	Início	2020-12-01	2021-01-13
Elegível	451.814,75	458.880,38	101,56	Fim	2023-06-30	2023-08-31
Elegível Certificado		458.880,38	101,56			

Apreciação Global da Execução do Projeto e Justificação dos Desvios

O projeto teve um muito desempenho geral, tendo em conta o período pandémico em que decorreu. Assim, as CVR parceiras consideraram que a participação nas Feiras Provino/Prowein e Vinhos & Sabores no mercado brasileiro se apresentava como uma atividade primária e essencial para a promoção dos vinhos nacionais, em especial das regiões Norte e Centro, com denominação de origem e indicação geográfica.

O Brasil é um importante parceiro económico de Portugal, representando o 10º cliente relativamente ao comércio de bens e o 6º em termos de serviços, sendo ainda o 6º maior investidor estrangeiro. As estatísticas de vendas no mercado brasileiro, segundo a Organização Internacional da Vinha e do Vinho apontam que, em 2018, as vendas de vinho nacional apresentaram um crescimento de 13,31% face a 2017. Considerado como um ponto estratégico para a introdução e influência em novos mercados, como a Colômbia, México, Chile, (entre outros), a empresa visa sustentar a posição dos vinhos nacionais neste mercado e, como estratégia a médio longo prazo, desenvolver relações comerciais que promovam a inserção nos mercados acima mencionados. Portugal é o segundo mercado de origem de vinho do mercado brasileiro, posição que alcançou em 2018 e que tem mantido, mesmo durante a pandemia. Importa manter e aprofundar o mercado brasileiro e aproveitar a grande relevância do Vinho Português nesse mercado.

Posto isto, as feiras constituem pontos de interação de elevado valor socioeconómico para os principais players do mercado, constituindo um elemento fulcral para a disseminação dos vinhos portugueses com denominação de origem e indicação geográfica regional, assim como para a criação de redes de contactos e parcerias potenciadoras para o negócio.

Os vinhos da CVR Lisboa têm uma grande implantação no mercado brasileiro, sendo a 3ª região do nosso país que mais vende nesse mercado. No entanto, as vendas de produtores oriundos da CVR Trás-os-Montes são muito menores e importa apresentá-los e divulgá-los nesses mercados, já que apresentam grande potencial de crescimento. Deste modo, a parceria decidiu fazer mais sessões de apresentação da Região de Trás-os-Montes que da Região de Lisboa, tendo sido realizadas as seguintes ações:

CVR Lisboa:

- Feira Prowein ? participação nas edições de 2021 e de 2022;
- Feira Vinhos e Sabores ? participação na edição de 2022.

CVR Trás-os-Montes:

- Feira Prowein ? participação nas edições de 2021 e de 2022;
- Feira Vinhos e Sabores ? participação nas edições 2021 e de 2022.
- Feira APAS ? participação na edição de 2023.

A Feira Provino, denominada, entretanto, Prowein, dada a gestão ser agora da mesma feira alemã, é uma das principais feiras profissionais de vinhos e destilados da América Latina que surge apoiar a necessidade do mercado latino-americano na apresentação dos seus vinhos e destilados a todo o comércio internacional. Por outro lado, a Feira Vinhos & Sabores apresenta, também, uma importância relevante para o mercado, convidando os principais stakeholders do mercado que, em conjunto, criam uma rede de networking qualificada e potenciam a disseminação e partilha de experiências e vivências. A Prowein realizou-se em S. Paulo e a Vinhos e Sabores no Rio de Janeiro,

as duas maiores cidades e principais regiões brasileiras, pelo que a participação nestas duas feiras divulgam bem os vinhos das regiões de Lisboa e Trás-os-Montes.

Foi ainda realizada a ação na Feira da APAS de 2023, associação das redes dos principais supermercados brasileiros, que representam os maiores players do mercado brasileiro, através de stand de apresentação e degustação de vinhos da Região de Trás-os-Montes.

Estas ações objetivam, também, sustentar o Catálogo Online: Wine for Exclusive Flavours que foi desenvolvido, através da apresentação de produtos vínicos e gastronómicos endógenos das regiões e que, em simultâneo, permitam criar sensações saboreais ímpares. Este catálogo aumentou a perceção in loco dos gostos de cada consumidor permitindo ir ao encontro das especificidades de cada consumidor.

Comunicação e Disseminação de Resultados

Tendo em conta o contexto pandémico em que decorreu o presente projeto, a parceria decidiu não realizar a conferência de apresentação, tendo a mesma sido substituída por divulgação pelo público alvo pelos meios próprios das entidades de uma brochura, com os principais resultados e boas práticas.

Tendo em conta a passagem de muitas ações para as redes sociais e ações on line, também a conferência de encerramento foi substituída pela divulgação de resultados do projeto pelo envio para o público alvo de elementos específicos de divulgação e pela colocação no site de informação sobre o projeto e os seus resultados.

Acompanhamento e Avaliação do Projeto

A presente atividade acompanhou todo o projeto, dado que nela se integraram as despesas com:

1. O Acompanhamento e a Avaliação de todo o Projeto, nomeadamente todo o apoio nas reformulações do projeto exigida pelas alterações de contexto, devido ao impacto da Pandemia por COVID 19. Foram elaborados documentos de reformulação do projeto apresentados previamente ao Gestor de Projeto na AICEP e submetidas na plataforma eletrónica, bem como a elaboração de Relatório de Avaliação do Projeto para cada uma das duas entidades parceiras, com análise ao executado física e financeiramente.

2. Contratação dos serviços de um TOC para análise e validação das despesas do projeto, acompanhamento financeiro permanente de modo a seguir rigorosamente a regulamentação sobre os Sistemas de Incentivos aplicáveis. Também incluído o tratamento contabilístico dos documentos de despesa, nomeadamente faturas e respetivos pagamentos, bem como os lançamentos de Impostos aplicáveis, nomeadamente IVA. Além disso, incluiu-se nesta rubrica a imputação de despesas a cada pedido de pagamento, bem como o preenchimento de pedidos de pagamento nas seções aplicáveis.

Pedidos de Pagamento

Foram apresentados dois pedidos de pagamento e uma certificação, sendo um dos pedidos de pagamento o PTRF, Pedido de Saldo Final.

Pela tabela abaixo, comprova-se que a CVR TM executou financeiramente o projeto ligeiramente acima de 100%, pelo que, na globalidade, a execução financeira cumpriu inteiramente o previsto em sede de aprovação da candidatura.

Resumo Global

Despesa Aprovada	151 651,20 ?	% Execução
Despesa Apresentada	152 762,60 ?	100,73 %
Despesa Certificada	152 762,60 ?	100,73 %

Em termos de execução dos investimentos, apresentam-se os mesmos em seguida. É patente que, na generalidade dos valores aprovados e executados, as diferenças registam-se num número limitado de itens, vários com variações positivas, de aumento, mas também com variações negativas, nalguns casos na mesma tipologia de despesas, nomeadamente viagens. Ou seja, se há viagens que ficaram mais caras do que o previsto, também há viagens que foram mais económicas. Estas variações foram aprovadas pelo OI e justificam-se pela volatilidade dos valores das viagens no período pandémico, bem como as naturais épocas altas e baixas.

No caso dos alugueres de espaços, houve algum aumento nos valores executados, relativamente ao previsto, sendo que num caso em que o valor previsto era de 1.600 euros, este valor muito baixo, não permitia uma presença de qualidade, numa adequada ação de Comunicação e Divulgação do melhor que se faz na Região.

Indicadores

Tendo em conta que o projeto decorreu em período pandémico, houve alguma variação nos indicadores. No entanto, tendo em conta as alterações introduzidas no projeto, e excluindo os indicadores referentes a atividades não realizadas, houve redução apenas em 3, um deles, o de mercados alvo das feiras, não se poderá considerar como redução, já que fruto da alteração do projeto, apenas houve um mercado em que se fizeram ações de

promoção em feiras, o Brasil. Assim, verdadeiramente em 2 houve redução, o do número de participantes nas ações de disseminação, fruto da pandemia e das alterações introduzidas no projeto, e no de notícias geradas pela imprensa, em que por via da deriva para as redes sociais, houve uma natural passagem para as redes sociais, onde houve um nítido crescimento.

De referir o aumento do nº de mercados, em que se passou para o dobro.

Condicionantes

1	Condicionante:	Cumpre ☒
	O pagamento do incentivo fica condicionado à verificação do cumprimento das disposições de contratação pública na medida em que se conclua, em sede de execução, pelo enquadramento enquanto Entidade Adjudicante enquadrável no artigo 2.º do CCP.	Não Cumpre ☐
	Não aplicável por não serem entidades contratantes.	

Obrigações Específicas



1	Obrigação específica: Assegurar articulação com a AICEP (só para TI de Internacionalização) As ações foram previamente validadas com a AICEP.	Cumpre ☒ Não Cumpre ☐
2	Obrigação específica: Todas as ações presenciais devem ser documentadas, com um relatório da ação/evento, ou um registo de vídeo, e, sempre que aplicável, com acesso controlado por folhas de presença. Foram elaborados relatórios de todas as ações/eventos.	Cumpre ☒ Não Cumpre ☐
3	Obrigação específica: Nos termos do disposto na alínea h) do artigo 144.º do RECI, constitui Obrigação do Beneficiário assegurar a disponibilização livre, universal e gratuita da informação e dos produtos desenvolvidos no âmbito dos projetos, e em condições de utilização, por um período mínimo de três anos após a conclusão do projeto, pelo que serão excluídos do financiamento todos os produtos e materiais que se venha a verificar não respeitarem essa Obrigação, nomeadamente sempre que tenham associado fees de adesão, preço de venda ou qualquer outra forma de oneração As ações não tiveram quaisquer receitas.	Cumpre ☒ Não Cumpre ☐

1. Documentos necessários ao encerramento	Sim	Não	N/A
1.1 Um exemplar de todo o material promocional, informativo ou pedagógico e de publicitação dos apoios (outputs, conforme identificados na página Atividades)	☒		
1.2 Avaliação da Integração da Perspetiva da Igualdade entre Homens e Mulheres e Igualdade de Oportunidades e da Não Discriminação Documento: APF-1-047146-Checklist-Igualdade_v01.docx	☒		
1.3 Avaliação do Cumprimento da Legislação Ambiental Documento: APF-1-047146-Checklist-Ambiente_v01.docx	☒		

2. Outras Obrigações - Aceitação da Declaração	Sim	Não	N/A
A entidade promotora declara que:			
2.1 Ausência de imputação da despesa financiada no âmbito do presente projeto de investimento a outros mecanismos de financiamento	☒		
2.2 Não se verificou a transmissão da propriedade ou da exploração do estabelecimento, nem a cedência, alienação ou oneração, no todo ou em parte dos bens afetos ao projeto (exceto os autorizados)	☒		
2.3 Encontra-se disponível e devidamente organizado o dossier do projeto e, no caso de pedidos de pagamento submetidos até 18/01/2018, procedeu-se ao cancelamento de todos os documentos de despesa	☒		
2.4 Cumpriu os normativos em matéria de contratação pública relativamente à execução do projeto (quando aplicável)	☐		☒
2.5 O projeto enquadra-se nos domínios prioritários da estratégia de investigação e inovação para uma especialização inteligente (RIS3 Nacional), se incluído nas tipologias de projetos previstos para a Transferência do Conhecimento Científico e Tecnológico e para as Redes e Outras Formas de Parceria e Cooperação	☐		☒

Observações

O projeto dá resposta a desafios sociais? Quais?

Desafio Societal:

2. Segurança alimentar, agricultura e silvicultura sustentáveis, investigação do marinha e marítima e nas águas interiores, e bioeconomia

Cumpre



Não Cumpre

**Principal Linha de Atuação:**

2.2. Setor agroalimentar sustentável e competitivo que permita um regime alimentar seguro e saudável (alimentos seguros, saudáveis e de alta qualidade, escolha informada do consumidor, soluções e inovações dietéticas e métodos que utilizem menores ?

1

No que respeita aos Desafios Societais, e em resposta ao da Segurança Alimentar, Agricultura e Silvicultura sustentáveis, Investigação Marinha e Marítima e nas águas interiores, e Bio Economia, eleva-se a importância do trabalho que tem vindo a ser desenvolvido pela CVR Lisboa e CVR Trás-os-Montes na certificação, promoção, defesa e controlo da qualidade dos produtos vitivinícolas com direito a Denominação de Origem e a Indicação Geográfica. O setor vitivinícola nacional apresenta um conjunto de vinhos de qualidade ímpar. Contudo é fundamental destacar os vinhos de qualidade, em especial DOC, mas também vinhos regionais, nomeadamente os que apresentam as denominações supra, uma vez que são sujeitos a rigorosos controlos e devem seguir um conjunto de especificidades definidos pela comunidade europeia e respetivas CVR. Neste sentido, a disciplina que se requer na cultura da vinha para a atribuição destas denominações visa defender a genuinidade e autenticidade dos vinhos produzidos nas diferentes regiões vitivinícolas, no caso Norte e Centro, caracterizando as mesmas pelas especificidades e sabores dos seus vinhos. Assim, assume-se que as Denominações de Origem e Indicações Geográficas são selos de qualidade nos mercados internacionais, sendo fundamental continuar a sustentar e promover os vinhos nacionais com tais características e denominações, rivalizando-os com os melhores do mundo em termos de qualidade.

Desafio Societal:

6. Europa num Mundo em Mudança - Sociedades Inclusivas, Inovadoras e Ponderadas

Cumpre



Não Cumpre

**Principal Linha de Atuação:**

6.3. Sociedades reflexivas - património cultural e identidade europeia (estudo, designadamente com recurso a novas tecnologias, da herança cultural, memória, identidade, integração e interação e translação cultural, investigação sobre a história, ?

2

O presente projeto respondeu ao desafio Societal Sociedades Reflexivas- Património cultural e Identidade Europeia, uma vez que o aumento da notoriedade dos vinhos portugueses, caracterizados pela autenticidade e tipicidade nacional, convida a vivenciar a cultura e a tradição local, divulgando aos demais players do mercado a herança cultural secular associada à cultura da vinha portuguesa. E estamos a falar numa relação simbiótica, já que por um lado o Vinho precisa de demonstrar que é o produto de um património cultural, para subir na escala de valor, mas os próprios consumidores informados também querem saber mais sobre o vinho e a sua herança cultural para comprarem produtos de maior valor acrescentado.

Domínios prioritários de especialização inteligente (ENEI)

1	Domínio Prioritário: Agro-alimentar Principal Área de Atuação: Biodiversidade	Cumpre ☒ Não Cumpre ☐
	O presente projeto foi pensado e executado para dar resposta a vários domínios de especialização inteligente (ENEI). De facto, nas diversas ações deste projeto do Agro-Alimentar, a Biodiversidade foi sempre um dos principais drives da comunicação. Assim, a Biodiversidade de castas autóctones nacionais (mais de 250) presentes e usualmente utilizadas nas diversas produções vitivinícolas das regiões do projeto, marcadas por características únicas, potenciando a sua competitividade em nichos de mercado, apreciadores de vinhos de excelência. Reconhecida a qualidade, o futuro dos vinhos portugueses passa agora pelo aumento de uma perceção de valor que permita aumentar o preço médio, sendo que o presente projeto visa, também, contribuir para a concretização deste objetivo. Assim, nas diversas ações do projeto visou-se incrementar a imagem dos vinhos portugueses em mercados estratégicos, nomeadamente Brasil, Reino Unido, Rússia, Suíça e mercados adjacentes que foram influenciados pelas ações, defendendo o património regional e nacional que constitui a região Centro e Norte de Portugal. Acresce salientar que as CVR Lisboa e CVR TM têm como missão certificar produtos com denominação de origem nestas regiões, dinamizando, apoiando e promovendo a melhoria da qualidade da vinha e dos produtos víquicos, pelo que o presente projeto visou sustentar o trabalho desenvolvido e incrementar as potencialidades e resultados, quer do próprio projeto quer da empresa. Assim, considera-se que o presente projeto assentou no eixo prioritário Agroalimentar, na linha de atuação Biodiversidade, premiando a divulgação e afirmação dos vinhos portugueses, produzidos sobre castas autóctones e regiões específicas de produção, com uma relação qualidade-preço privilegiada.	
2	Domínio Prioritário: Turismo Principal Área de Atuação: Diversificação da oferta turística	Cumpre ☒ Não Cumpre ☐
	O presente projeto foi pensado e executado para dar resposta a vários domínios de especialização inteligente (ENEI). De facto, nas diversas ações deste projeto o Domínio Prioritário Turismo foi um dos drives da comunicação, promovendo a Diversificação da Oferta Turística. Assim, o presente projeto enquadra-se na linha de atuação Diversificação da oferta turística, já que se procurou demonstrar a beleza e a diversidade das Regiões, em consonância com o Vinho e a Gastronomia regional, apresentando vias alternativas para os visitantes destes públicos alvo altamente especializados e opinion makers de setores de topo. O Vinho é um aspeto cultural de base da civilização ocidental e objeto de redescoberta e com notável crescimento, cada vez mais ligado à cultura. Neste sentido, o Enoturismo é um segmento da atividade turística que se fundamenta em viagens que são motivadas por pessoas que apreciam o aroma, o sabor e a degustação de vinhos, assim como a apreciação das tradições e tipicidade das localidades que produzem este tipo de bebida. Com a divulgação dos vinhos portugueses em mercados estratégicos, em paralelo promove-se o turismo, aliás, cada vez mais produtores têm alguma forma de turismo, seja residencial, sejam visitas e degustações, que têm já mercado próprio e autónomo, ainda que complementar, da produção vinícola, elevando o próprio setor vitivinícola.	
3	Domínio Prioritário: Turismo Principal Área de Atuação: Exploração da Herança Cultural	Cumpre ☒ Não Cumpre ☐
	O presente projeto foi pensado e executado para dar resposta a vários domínios de especialização inteligente (ENEI), sendo que no âmbito da linha de atuação da Exploração da Herança Cultural é importante realçar a relevância da divulgação dos vinhos portugueses para a transmissão dos valores culturais e históricos da população portuguesa. O setor dos vinhos é um setor tradicional que, embora tenha vindo a apostar na inovação e modernização dos métodos de produção, premeia a preservação da identidade e autenticidade nacional. Assim, o saber fazer tradicional inerente ao setor caracteriza a cultura portuguesa, integrando uma origem secular que distingue de forma peculiar a qualidade dos vinhos portugueses. Também, é de salientar que cada vez mais consumidores que comprem produtos de valor acrescentado e de segmentos superiores, querem conhecer o que está por trás desses produtos, quer em história, métodos de produção, etc, sendo o Vinho um dos que tem mais elementos que possa satisfazer a curiosidade dos consumidores. O aumento da notoriedade dos vinhos portugueses, caracterizados pela autenticidade e tipicidade nacional, convida a vivenciar a cultura e a tradição local de forma a contextualizar a importância desta atividade agrícola tão tradicional, potenciando o interesse dos consumidores em visitar os locais, as gentes e as tradições portuguesas.	

Calendarização das Atividades

Origem		Atividades	Previsto		Realizado	
			Início	Fim	Início	Fim
D	1	Organização e Presença em Feiras Internacionais	2020-10-01	2022-05-31	2020-12-01	2023-06-30
D	2	Organização Missão Inversa	2021-10-01	2021-11-30	2020-12-01	2023-06-30
D	3	Marketing Digital Internacional	2020-08-01	2022-05-31	2020-12-01	2023-06-30
D	4	Comunicação e Disseminação de Resultados	2020-07-01	2022-06-30	2020-12-01	2023-06-30
D	5	Acompanhamento e Avaliação do Projeto	2020-07-01	2022-06-30	2020-12-01	2023-06-30

Descrição das atividades realizadas:

Fruto das alterações realizadas por via da pandemia por COVID 19, algumas das atividades não foram realizadas e outras foram introduzidas no projeto.

Foram realizadas as seguintes ações:

1. Participação nas feiras Provino, renomeada Prowein em 2021 e 2022, por ambas as entidades CVR Lisboa e CVR Trás-os-Montes.
2. Participação nas Feiras Vinhos e Sabores em 2021 e 2022;
3. Diversas atividades de Marketing Digital Internacional, nomeadamente Dinamização das Redes Sociais, Catálogo on line;
4. Comunicação e Disseminação de Resultados, com artigos em diversas revistas da especialidade, como na Decanter, Vinum Readers, Falstaff e Folha São Paulo;
6. Virtual Tasting, com degustação on line, provas e tasting reviews;
7. Seminários presenciais em Moscovo e S. Petersburgo;
8. Participação na Feira APAS 2023;
9. Acompanhamento e Avaliação do projeto.

Identificar os outputs gerados em cada uma das atividades

1	Atividade:	Organização e Presença em Feiras Internacionais
	Descrição:	Feira Provino Brasil (2020,2021,2022)
	Formato:	Upload
	Upload:	1 Feiras Provino.zip
2	Atividade:	Organização e Presença em Feiras Internacionais
	Descrição:	Evento Promocional Angola (2021,2022)
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.
3	Atividade:	Organização e Presença em Feiras Internacionais
	Descrição:	Organização Sessões de Degustação (2021x2; 2022)
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.

4	Atividade:	Organização e Presença em Feiras Internacionais
	Descrição:	Feira Vinhos & Sabores Brasil (2020;2021;2022)
	Formato:	Upload
	Upload:	4 Feiras Vinhos e Sabores.zip
5	Atividade:	Organização Missão Inversa
	Descrição:	Missão Inversa 2021
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.
6	Atividade:	Marketing Digital Internacional
	Descrição:	Livro Promocional
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.
7	Atividade:	Marketing Digital Internacional
	Descrição:	Desenvolvimento do website
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.
8	Atividade:	Marketing Digital Internacional
	Descrição:	Dinamização das redes sociais
	Formato:	Upload
	Upload:	8 Dinamização das redes sociais.zip
9	Atividade:	Marketing Digital Internacional
	Descrição:	Catálogos Online
	Formato:	Upload
	Upload:	9 Catálogo on line.zip
10	Atividade:	Marketing Digital Internacional
	Descrição:	Instrumento de Promoção de realidade aumentada
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.
11	Atividade:	Comunicação e Disseminação de Resultados
	Descrição:	Conferência inicial do Projeto
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizado por alteração do projeto devida à pandemia, devidamente aprovada pela AICEP.

12	Atividade:	Comunicação e Disseminação de Resultados
	Descrição:	Conferência final do Projeto
	Formato:	Outras
	Justificação:	Não realizada devido a atrasos no projeto motivados pela pandemia e que não foi possível recuperar. Em alternativa e para disseminação de resultados, elaborados conteúdos enviados à rede de contatos das entidades parceiras e colocados nas respetivas presenças na Web e nas redes sociais.
13	Atividade:	Comunicação e Disseminação de Resultados
	Descrição:	Relatórios de Avaliação Final
	Formato:	Upload
	Upload:	CVR TM - Exclusive Quality Wine__Relatório de Avaliação Final - V03.pdf

Lista de Entidades em Copromoção

	504831410	COMISSÃO VITIVINÍCOLA DA REGIÃO DE LISBOA
	Foi obtida Receita Líquida (*), de acordo com o previsto no Regulamento (EU) nº 1303/2013 de 17/12, decorrente de ações realizadas no projeto?	
	☐ Sim	☒ Não
	Valor das Receitas Líquidas:	€
	Documento:	
	Foram obtidos Proveitos provenientes de entidades terceiras a título de financiamento, participação, patrocínio, subsídio ou outra forma equivalente, destinados a participar, total ou parcialmente, a participação privada do projeto?	
1	☐ Sim	☒ Não
	Valor dos Proveitos Líquidos:	€
	Documento:	
	Foi publicitada no site a Ficha de projeto, de acordo com o previsto no Regulamento (EU) nº 1303/2013 de 17/12 e no Guia do Beneficiário em matéria de regras de publicitação?	
	☒ Sim	☐ Não
	http://www.vinhosdelisboa.com/output_efile.aspx?sid=2460146f-ff7e-48a8-b3fc-74e3f8f4edf6&cntx=A82%2F%2BsR7nITEJ0LjqK9O%2BgH54Naw8PBTICTXI5GvpPdrpU7p0fpJ7%2FrYe4iGAwOXs5Ed%2BAswQ59fIH2QFyf9l8GJe6v7HteH%2B2Xhc%2BNAPUY%3D&idf=8842	

	503905259	COMISSÃO VITIVINÍCOLA REGIONAL DE TRÁS-OS-MONTES - CVRTM
	Foi obtida Receita Líquida (*), de acordo com o previsto no Regulamento (EU) nº 1303/2013 de 17/12, decorrente de ações realizadas no projeto?	
	☐ Sim	☒ Não
	Valor das Receitas Líquidas:	€
	Documento:	
	Foram obtidos Proveitos provenientes de entidades terceiras a título de financiamento, participação, patrocínio, subsídio ou outra forma equivalente, destinados a participar, total ou parcialmente, a participação privada do projeto?	
2	☐ Sim	☒ Não
	Valor dos Proveitos Líquidos:	€
	Documento:	
	Foi publicitada no site a Ficha de projeto, de acordo com o previsto no Regulamento (EU) nº 1303/2013 de 17/12 e no Guia do Beneficiário em matéria de regras de publicitação?	
	☒ Sim	☐ Não
	https://cvrtm.pt/wp-content/uploads/2023/10/Ficha-de-Projeto-CVR-TM-47146-v4.pdf	

(*) Nota: Considera-se RECEITA LÍQUIDA o resultado obtido pela venda de bens ou serviços resultantes da operação ou de direitos de inscrição ou de outro tipo de pagamentos para acesso a atividades originadas pela operação, aplicando-se o previsto no nº 8 do artigo 65º do Regulamento (UE) nº 1303/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17/12/2013.

Pessoal Técnico**Lista de Técnicos**

Nº	Entidade	NIF	Nome	Ano-Mês	Categoria	Função	Nível	Taxa S.S.
1	504831410	231536267	Andre Teodoro	2021-01	Técnico Superior	Planeamento, Preparação e Execução de Ações	Nível 7	22,30
2	504831410	190141735	Carla Rodrigues	2021-01	Administrativo	Gestão, Tesouraria e Apoio Administrativo	Nível 6	22,30
3	504831410	241413931	Suzi Ladeira	2021-01	Técnico Superior	Controlo Orçamental e Tramitação processual e Apoio na Preparação e Execução das Ações	Nível 6	22,30

Lista de Técnicos

Nº	NIF	Nome	Comprov.	Descrição	Ano-Mês	Jornada diária	Nº dias no mês	Nº horas trabalhadas no mês	Nº horas projeto no mês	% Imputação no mês
1	231536267	Andre Teodoro	1	Vencimento Andre Teodoro 01/21	2021-01	8,00	20,00	160,00	64,00	40,00
2	231536267	Andre Teodoro	2	Vencimento Andre Teodoro 02/21	2021-02	8,00	20,00	160,00	64,00	40,00
3	231536267	Andre Teodoro	3	Vencimento Andre Teodoro 03/21	2021-03	8,00	23,00	184,00	73,60	40,00
4	231536267	Andre Teodoro	4	Vencimento Andre Teodoro 04/21	2021-04	8,00	21,00	168,00	67,20	40,00
5	231536267	Andre Teodoro	5	Vencimento Andre Teodoro 05/21	2021-05	8,00	21,00	168,00	67,20	40,00
6	231536267	Andre Teodoro	6	Vencimento Andre Teodoro 06/21	2021-06	8,00	20,00	160,00	64,00	40,00
7	231536267	Andre Teodoro	7	Vencimento Andre Teodoro 07/21	2021-07	8,00	22,00	176,00	70,40	40,00
8	231536267	Andre Teodoro	8	Vencimento Andre Teodoro 08/21	2021-08	8,00	22,00	176,00	70,40	40,00
9	231536267	Andre Teodoro	9	Vencimento Andre Teodoro 09/21	2021-09	8,00	22,00	176,00	70,40	40,00
10	231536267	Andre Teodoro	10	Vencimento Andre Teodoro 10/21	2021-10	8,00	20,00	160,00	64,00	40,00
11	231536267	Andre Teodoro	11	Vencimento Andre Teodoro 11/21	2021-11	8,00	21,00	168,00	67,20	40,00
12	231536267	Andre Teodoro	12	Vencimento Andre Teodoro 12/21	2021-12	8,00	21,00	168,00	67,20	40,00
13	231536267	Andre Teodoro	99	Vencimento Andre Teodoro 01/22	2022-01	8,00	21,00	168,00	67,20	40,00
14	231536267	Andre Teodoro	102	Vencimento Andre Teodoro 02/2022	2022-02	8,00	20,00	160,00	64,00	40,00
15	231536267	Andre Teodoro	105	Vencimento Andre Teodoro 03/2022	2022-03	8,00	23,00	184,00	73,60	40,00
16	190141735	Carla Rodrigues	13	Vencimento Carla Rodrigues 01/21	2021-01	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
17	190141735	Carla Rodrigues	14	Vencimento Carla Rodrigues 02/2021	2021-02	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
18	190141735	Carla Rodrigues	15	Vencimento Carla Rodrigues 03/21	2021-03	8,00	23,00	184,00	46,00	25,00
19	190141735	Carla Rodrigues	16	Vencimento Carla Rodrigues 04/21	2021-04	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
20	190141735	Carla Rodrigues	17	Vencimento Carla Rodrigues 05/21	2021-05	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
21	190141735	Carla Rodrigues	18	Vencimento Carla Rodrigues 06/21	2021-06	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
22	190141735	Carla Rodrigues	19	Vencimento Carla Rodrigues 07/21	2021-07	8,00	22,00	176,00	44,00	25,00
23	190141735	Carla Rodrigues	20	Vencimento Carla Rodrigues 08/21	2021-08	8,00	22,00	176,00	44,00	25,00
24	190141735	Carla Rodrigues	21	Vencimento Carla Rodrigues 09/21	2021-09	8,00	22,00	176,00	44,00	25,00
25	190141735	Carla Rodrigues	22	Vencimento Carla Rodrigues 10/21	2021-10	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
26	190141735	Carla Rodrigues	23	Vencimento Carla Rodrigues 11/21	2021-11	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
27	190141735	Carla Rodrigues	24	Vencimento Carla Rodrigues 12/21	2021-12	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
28	190141735	Carla Rodrigues	100	Vencimento Carla Rodrigues 01/22	2022-01	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00

Lista de Técnicos

Nº	NIF	Nome	Comprov.	Descrição	Ano-Mês	Jornada diária	Nº dias no mês	Nº horas trabalhadas no mês	Nº horas projeto no mês	% Imputação no mês
29	190141735	Carla Rodrigues	103	Vencimento Carla Rodrigues 02/2022	2022-02	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
30	190141735	Carla Rodrigues	106	Vencimento Carla Rodrigues 03/2022	2022-03	8,00	23,00	184,00	46,00	25,00
31	241413931	Suzi Ladeira	25	Vencimento Suzi Ladeira 01/21	2021-01	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
32	241413931	Suzi Ladeira	26	Vencimento Suzi Ladeira 02/21	2021-02	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
33	241413931	Suzi Ladeira	27	Vencimento Suzi Ladeira 03/21	2021-03	8,00	23,00	184,00	46,00	25,00
34	241413931	Suzi Ladeira	28	Vencimento Suzi Ladeira 04/21	2021-04	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
35	241413931	Suzi Ladeira	29	Vencimento Suzi Ladeira 05/21	2021-05	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
36	241413931	Suzi Ladeira	30	Vencimento Suzi Ladeira 06/21	2021-06	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
37	241413931	Suzi Ladeira	31	Vencimento Suzi Ladeira 07/21	2021-07	8,00	22,00	176,00	44,00	25,00
38	241413931	Suzi Ladeira	32	Vencimento Suzi Ladeira 08/21	2021-08	8,00	22,00	176,00	44,00	25,00
39	241413931	Suzi Ladeira	33	Vencimento Suzi Ladeira 09/21	2021-09	8,00	22,00	176,00	44,00	25,00
40	241413931	Suzi Ladeira	34	Vencimento Suzi Ladeira 10/21	2021-10	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
41	241413931	Suzi Ladeira	35	Vencimento Suzi Ladeira 11/21	2021-11	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
42	241413931	Suzi Ladeira	36	Vencimento Suzi Ladeira 12/21	2021-12	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
43	241413931	Suzi Ladeira	98	Vencimento Suzi Ladeira 01/22	2022-01	8,00	21,00	168,00	42,00	25,00
44	241413931	Suzi Ladeira	101	Vencimento Suzi Ladeira 02/2022	2022-02	8,00	20,00	160,00	40,00	25,00
45	241413931	Suzi Ladeira	104	Vencimento Suzi Ladeira 03/2022	2022-03	8,00	23,00	184,00	46,00	25,00

Indicadores



Contributo para indicadores do PO

Nº	Indicador	Método de cálculo	Unidade	Previsto	Realizado
1	Novos acordos de parceria/colaboração firmados face ao número de presenças institucionais por mercado externo	Contagem	%	100%	100
2	PME que consideraram útil a informação, metodologias ou ferramentas disponibilizadas no âmbito do projeto face ao total das PME que beneficiaram das ações e resultados	Contagem	%	90%	98
3	Notícias/artigos gerados pela imprensa dos mercados alvo de promoção internacional integrada da oferta nacional de bens e serviços com referência às mensagens chave da campanha face ao total de notícias/artigos gerados pela imprensa desses mercados alvo	Contagem	%	50%	100

Indicadores relevantes na perspetiva do beneficiário/projeto

Nº	Indicador	Método de cálculo	Unidade	Previsto	Realizado
1	Número de mercados alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante	Contagem	Nº	2	4
2	Número de ações de disseminação realizadas no decorrer do projeto	Contagem	Nº	14	17
3	Número de participantes nas ações de disseminação realizadas no decorrer do projeto	Contagem	Nº	460	325
4	Nº de Participações em Feiras Internacionais	Contagem	Nº	6	8
5	Nº de sessões de degustação	Contagem	Nº	3	3
6	Nº de eventos promocionais	Contagem	Nº	2	4
7	Nº mercados alvo Feiras	Contagem	Nº	2	1
8	Nº notícias gerado pela imprensa	Contagem	Nº	22	4
9	Nº Participantes medio nas Feiras, Sessões de Degustação e Evento promocional	Contagem	Nº	30	75
10	Nº de missões inversas	Contagem	Nº	1	NA
11	Nº notícias geradas com a Missão inversa	Contagem	Nº	2	NA
12	Nº de Livros promocionais	Contagem	Nº	1	NA

Indicadores relevantes na perspetiva do beneficiário/projeto

Nº	Indicador	Método de cálculo	Unidade	Previsto	Realizado
13	Nº de acessos ao website	Contagem	Nº	10000	NA
14	Nº de seguidores das redes sociais	Contagem	Nº	10000	12000
15	Nº de Catálogos disponibilizados	Contagem	Nº	1	1
16	Nº de participantes na conferência inicial	Contagem	Nº	50	NA
17	Nº de Materiais Promocionais Elaborados	Contagem	Nº	100	250
18	Nº de participantes na conferência final	Contagem	Nº	50	NA
19	Nº notícias geradas com as Conferências	Contagem	Nº	4	NA

Justificação dos desvios dos indicadores apresentados e outros elementos relevantes para a avaliação do projeto

Tendo em conta que o projeto decorreu em período pandémico, houve alguma variação nos indicadores. No entanto, tendo em conta as alterações introduzidas no projeto, e excluindo os indicadores referentes a atividades não realizadas, houve redução apenas em 3, um deles, o de mercados alvo das feiras, não se poderá considerar como redução, já que fruto da alteração do projeto, apenas houve um mercado em que se fizeram ações de promoção em feiras, o Brasil. Assim, verdadeiramente em 2 houve redução, o do número de participantes nas ações de disseminação, fruto da pandemia e das alterações introduzidas no projeto, e no de notícias geradas pela imprensa, em que por via da deriva para as redes sociais, houve uma natural passagem para as redes sociais, onde houve um nítido crescimento.

De referir o aumento do nº de mercados, em que se passou para o dobro.