

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIARELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

**DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL**

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

Navarra canaliza ayudas europeas a 17 bodegas para promoción del vino en 27 países

El coste total asciende a 1,7 millones de euros, de los que el 50% proceden de fondos europeos y el otro 50% lo aportan las empresas

Lunes, 05 de octubre de 2015

Navarra canaliza las ayudas europeas a 17 bodegas para programas de promoción del vino en 27 países, cuyo coste total asciende a 1,7 millones de euros, de los que el 50% proceden de fondos europeos (FEAGA-Fondo Europeo de Garantía Agraria) y el otro 50% lo aportan las propias empresas.

Las bodegas beneficiarias, que recibirán las subvenciones a lo largo de este mes de octubre, son las siguientes: Azul y Garanza Bodegas (importe de la subvención: 4.221 euros); Barón de Ley (115.787 euros); Bodegas Artajona (5.816 euros); Bodegas Camino del Villar (5.000 euros); Bodegas Chivite (191.509 euros), Bodegas Ochoa (11.104 euros); Bodegas Príncipe de Viana (241.409 euros); y Bodegas y Viñedos Artazu (50.566 euros).

También han sido beneficiarias: Compañía Vitivinícola Tandem (23.920 euros); Consejo Regulador DO Navarra (154.326 euros); Inurrieta (12.209 euros); Les Domaines de Lupier (3.926 euros); María José García (Ozalder) (3.250 euros); Pagos de Larrianzar (13.151 euros); Sociedad Cooperativa Nekeas (29.758 euros); Vinícola Corellana (4.992 euros); y Viñedos y Bodegas Mendigorria (4.610 euros).

Estas ayudas subvencionan las acciones de información y de promoción en mercados de terceros países con el fin de mejorar la competitividad de los vinos con denominación de origen protegida (DOP), con indicación geográfica protegida (IGP) o en los que indique la variedad de uva de vinificación. Entre estas acciones cabe destacar las relaciones públicas y las medidas de promoción y publicidad, participación en ferias y exposiciones, campañas de información, estudios de nuevos mercados, así como los costes de evaluación de los resultados de las acciones llevadas a cabo.