

V. Anuncios

B. Otros anuncios oficiales

MINISTERIO DE AGRICULTURA, ALIMENTACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

34317 *Resolución de 29 de octubre de 2015, de la Dirección General de la Industria Alimentaria, por la que se somete a información pública la propuesta de extensión de norma y de aportación económica obligatoria, formulada por la Organización Interprofesional del Vino de España, OIVE durante el periodo de 1 de enero 2016 a 31 de diciembre de 2018.*

A los efectos previstos en el artículo 8.7 de la Ley 38/1994, de 30 de diciembre, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias y en el artículo 13 de su Reglamento, aprobado por Real Decreto 705/1997, de 16 de mayo, se somete a información pública el acuerdo adoptado por la Organización Interprofesional del Vino de España, OIVE en la reunión de la Asamblea General celebrada el 9 de octubre de 2015, cuyo texto figura en el Anexo I.

El expediente de solicitud de extensión de norma y aportación económica así como la legislación aplicable, puede ser examinado en las dependencias relacionadas en el Anexo II. Las alegaciones que se estimen oportunas, podrán formularse en el plazo de quince días, contados a partir del siguiente al de la publicación de la presente resolución en el "Boletín Oficial del Estado".

Anexo I

Acuerdo relativo a la solicitud de extensión de norma de la aportación económica para realizar actividades de promoción de vino en mercado interior, mejorar la cadena de valor vitivinícola, realizar programas de investigación, desarrollo e innovación tecnológica y estudios, durante el periodo 1 de enero de 2016 a 31 de diciembre de 2018.

I.- Motivos de la extensión de norma. El sector vitivinícola español, como se ha puesto de manifiesto en la parte descriptiva de esta memoria, se encuentra actualmente en una fase de fuerte expansión fruto de la modernización del potencial productivo que se está llevando a cabo. Fruto de este proceso expansivo, así como de la interacción del resto de los países productores que han creado un fuerte clima de competencia y de la evolución del consumo en los distintos mercados y en especial en el interior, el sector vitivinícola español sufre, y se prevé que se agudice en un futuro próximo, periodos de desajuste entre oferta y demanda, que pueden ocasionar momentos de dificultad en distintos eslabones de la cadena vitivinícola. Para hacer frente a estas circunstancias en las mejores condiciones posibles, y para favorecer su desarrollo sostenible y equilibrado, el sector vitivinícola necesita actuar en varios frentes, que la OIVE asume como objetivos de la extensión de norma.

II.- LINEAS DE ACTUACION Y ACTIVIDADES A DESARROLLAR

II.1.- Promoción en el Mercado Interior - Objetivo prioritario de la OIVE. Por una parte la OIVE tiene fijados en sus Estatutos (Art. 8 Fines y Objetivos) que entre sus funciones (8.1) está el "Realizar campañas para difundir y promocionar las producciones alimentarias, así como llevar a cabo actuaciones para facilitar una información adecuada a los consumidores sobre las mismas". Más concretamente, en el art. 8.2 se determinan como función prioritaria la "promoción del consumo moderado de vino en el mercado nacional y suministro de información al respecto".

Necesidad del sector- Por otra parte, en el análisis sectorial que se ha hecho, se pone de manifiesto la grave situación por la que atraviesa el mercado interior. Como se ha apuntado el consumo de vino en España ha venido decreciendo de forma continuada durante los últimos 30 años. En la actualidad el consumo per cápita en España se encuentra aproximadamente en 18 litros por persona y año y ha sido sobrepasado por el consumo de cerveza que se sitúa en 46 litros por persona (datos de 2013). En la actualidad España es uno de los países productores de vino con un menor consumo per cápita del mundo.

Actividad a desarrollar- Con todos los condicionantes anteriormente expuestos, y con el fin de responder al reto que plantea para el sector la situación del mercado interior, los representantes de los distintos intereses del sector del vino español, unidos en la Organización interprofesional del Vino de España, proponen iniciar acciones de información y promoción que faciliten información atractiva y adecuada a los consumidores sobre el vino y sus formas y momentos de consumo, incluyendo mensajes de consumo responsable por coherencia con el compromiso que desea asumir en materia de lucha contra el consumo abusivo de bebidas alcohólicas, objetivo compartido con las autoridades de salud pública. Por ello solicita la contribución de todo el sector mediante la puesta en marcha del mecanismo de extensión de norma objeto de este informe, para la puesta en marcha de campañas en España. El objetivo es lograr el mejorar el posicionamiento del vino entre los consumidores adultos españoles y hacerlo de forma que conozcan las pautas de consumo responsable (de acuerdo con las recomendaciones de las autoridades sanitarias internacionales) en el medio y largo plazo. La idea es "poner de moda" el consumo de vino en un espectro de población amplio, aumentando tanto la base de consumidores como las ocasiones de consumo (recuperar aquellas en las que el vino ha sido sustituido por otras bebidas y generar otras nuevas) al tiempo que se dan las pautas apropiadas para el mismo, y siempre dentro de la legalidad vigente en materia de publicidad y comunicación.

Para el seguimiento de este proyecto en todas sus actuaciones y fases se ha creado en el seno de la OIVE un Grupo de Trabajo de Marketing que será responsable de la gestión y seguimiento de las actuaciones de promoción. Para ello se propone el desarrollo de Campañas de promoción en el mercado doméstico siguiendo la programación que a continuación se describe: Fase 1. En primer lugar el diseño de una estrategia de recuperación del consumo interior que sirva de base para el desarrollo de campañas 'multimedio' y acciones concretas de promoción para que el vino vuelva a estar entre las opciones de consumo de la población adulta española. La estrategia deberá ser realizada teniendo en consideración la información disponible hasta la fecha en forma de estadísticas y estudios y mediante la realización de un estudio adicional sobre consumidores y no consumidores para: La definición de target/s de comunicación. La identificación de drivers y barreras de consumo. Con propuesta de medios y estrategias para llegar al consumidor. En un plan de construcción de las campañas de comunicación en todos los medios. Se incluirá también una definición de objetivos e indicadores de éxito para el seguimiento.

Fase 2. En base a los resultados y recomendaciones del estudio de estrategia, **PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE PROMOCIÓN.**

II.2.- Buenas prácticas de comunicación comercial entre los operadores. Como complemento a la actividad anterior y basada en los condicionantes expuestos, los representantes de los distintos intereses del sector del vino español, unidos en la

Organización Interprofesional del Vino de España, proponen promover entre los operadores, unas "buenas prácticas de comunicación comercial", como complemento a la promoción genérica y a las recomendaciones de consumo moderado a poner en marcha por la OIVE, para de esta manera:- Dotar de coherencia toda la comunicación de producto que llega a nuestros consumidores, y multiplicar los mensajes educativo-preventivos de consumos desordenados de alcohol, incluyendo mensajes de consumo responsable de acuerdo con las recomendaciones de las autoridades de políticas de salud pública de combatir el consumo abusivo de bebidas alcohólicas y como apoyo a las mismas. El seguimiento de este proyecto en todas sus actuaciones y fases se encomienda igualmente al Grupo de Trabajo de Marketing. Esta actividad se efectúa en aplicación del artículo 157.1.c) xii y xiii, sobre "organizaciones interprofesionales" del Reglamento (UE) nº 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013 por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que se derogan los Reglamentos (CEE) nº 922/72, (CEE) nº 234/79, (CE) nº 1037/2001 y (CE) nº 1234/2007, donde se establecen entre los fines de las organizaciones interprofesionales el "fomento de un consumo sano y responsable de los productos en el mercado interior y/o información sobre los problemas derivados de patrones de consumo peligroso".

Actividad a desarrollar: Como complemento a la actividad 1 y para la coherencia en los mensajes, sobre todo en lo referido a la recomendación de consumo moderado y de la promoción de hábitos de consumo compatibles con estilos de vida saludable, se hace necesaria la implantación de un Código de Comunicación Comercial del Vino entre todos los operadores. Como se ha explicado, los consumidores que reciben los impactos de éstas comunicaciones comerciales deben recibir un mensaje coherente tanto si viene de una organización como la OIVE como de los operadores. Hay una experiencia previa en España, desde el año 2008, puesta en práctica por la Federación Española del vino en el marco de la implementación del Programa Wine in Moderation, donde se adoptó un "Código de autorregulación del vino en materia de publicidad y comunicaciones comerciales" que es de obligado cumplimiento para todos los operadores que forman parte de esta organización. La aplicación del "código" está verificada y arbitrada por la Autocontrol de la Publicidad que vela por su cumplimiento. Esta iniciativa ha resultado muy útil para la transmisión de los mensajes de consumo moderado y muy bien valorada por las autoridades de salud pública tanto a nivel europeo como nacional.

La OIVE considera adecuado extender la aplicación de estas buenas prácticas al conjunto de operadores del sector y lo ha adoptado como propio y desea hacerlo extensivo para el conjunto de operadores del sector en su publicidad y comunicaciones comerciales. Esta acción además es la contribución responsable que desea hacer el sector vitivinícola español a las políticas de salud pública de prevención del consumo abusivo de alcohol mediante la emisión de mensajes coherentes sobre las pautas de consumo de bajo riesgo ligadas a la moderación tanto desde la OIVE como desde el conjunto de operadores. La OIVE desea encomendar el control del cumplimiento del citado Código a la entidad independiente AUTOCONTROL de la Publicidad. Creada en 1995, esta asociación sin ánimo de lucro, que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitario español. Los sistemas de autorregulación son la respuesta de la propia industria a la exigencia de la sociedad para que existan unas garantías de confianza y credibilidad en la publicidad. Por tanto, la autorregulación publicitaria no pretende ser un sustituto del control legal, sino servir de útil complemento a éste -mediante la coregulación.

La actividad de Autocontrol, se extendería a los siguientes ámbitos: -Aplicación del Código de Comunicación Comercial del vino por el Jurado de la Publicidad.- Tramitación de las reclamaciones presentadas por los consumidores, las asociaciones de consumidores, las empresas y la administración.-Servicio de consulta previa o Copy Advice®, que asesora sobre la corrección ética y legal de las campañas antes de su emisión. Para la OIVE esto redundará en beneficio de los consumidores que les garantiza una publicidad responsable, a través del sistema gratuito de reclamaciones, que resuelve un jurado formado por expertos independientes de forma ágil y eficaz. Igualmente se puede acordar con Autocontrol la monitorización de la publicidad emitida por los operadores y por supuesto la participación de éste en las actividades de difusión dirigidas a los operadores, de las implicaciones de la implantación de este código para su correcta implantación. AUTOCONTROL ha acreditado el cumplimiento de los requisitos establecidos por la Ley de Competencia Desleal para los sistemas de autorregulación y, de conformidad con lo previsto en la Ley, en el año 2000 fue notificado por el Gobierno español a la Dirección General de Salud y Protección de los Consumidores de la Comisión Europea. Desde entonces, AUTOCONTROL pertenece a la red europea de órganos de resolución extrajudicial de litigios con los consumidores gestionada, en la actualidad, por la Dirección General de Justicia y Consumidores de la Comisión Europea.

Fases de la actividad: Fase 1. Adopción del Código de Comunicación Comercial del Vino de la OIVE y convenio con Autocontrol de la Publicidad. Basado en el "Código de Autorregulación del vino materia de publicidad y comunicaciones comerciales" de la Federación Española del Vino, con la aprobación de la presente extensión de norma se abre un proceso de revisión del citado texto para su adopción definitiva. Para la adopción se contará con el asesoramiento de Autocontrol de la Publicidad, con amplia y contrastada experiencia en la materia y se procederá a efectuar todas las consultas con la administración para asegurar que dicho código respeta la legalidad vigente en todos los órdenes. Se procederá, igualmente, a la firma de un convenio para encomendar a Autocontrol de la Publicidad la correcta aplicación de estas normas de comunicación comercial del vino y la resolución de incumplimientos.

Fase 2. Promoción e información a los operadores para su aplicación correcta entre el conjunto de operadores. Con la adopción del citado "Código de Comunicación Comercial del Vino" se entrara en la fase de la implantación en el sector, entre los operadores. Esto conlleva acciones informativas de difusión del contenido y de las ventajas de su adopción que se pondrán en marcha por parte de la OIVE.

II.3.- MEJORA DE LA CADENA DE VALOR VITIVINÍCOLA. Bajo este epígrafe se incluyen una serie de actuaciones encaminadas a tratar de valorizar la cadena agroalimentaria vitivinícola de una forma equilibrada, así como a mejorar el posicionamiento y la competitividad del sector vitivinícola español en los mercados. Para tratar de lograr estos objetivos, la OIVE se propone llevar a cabo concretamente, las siguientes actuaciones:- Elaboración de estudios que permitan establecer una metodología común para posteriores estudios de costes de producción que puedan ser comparables.- Elaboración de estudios de costes de producción vitícola, en distintas zonas representativas de la geografía nacional.- Elaboración de estudios sobre los distintos elementos a considerar en la conformación del precio de la uva (indicies) que puedan ser usados de referencia en la fijación del precio que, en todo caso, será pactado libremente por las partes. - Elaboración y difusión de contratos-tipo homologados de compraventa de uva.-

Elaboración y difusión de contratos-tipo homologados de compraventa de vino.- Seguimiento del mercado y estudios sobre las barreras de acceso a mercados exteriores. - Análisis y difusión de los datos de comercialización procedentes de las declaraciones obligatorias.

II.4.- Investigación, desarrollo e innovación sectorial. El sector vitivinícola español necesita ocupar un puesto de liderazgo en la viticultura mundial, lo que necesariamente exige un esfuerzo permanente de innovación en todas las fases de la cadena de valor. En la misma línea, para tratar de mejorar el posicionamiento, la comercialización y el consumo del vino, es necesario reforzar el trabajo del sector en materia de investigación de vino y salud. Por ello, la OIVE se propone llevar a cabo las siguientes actuaciones: - Actuaciones de desarrollo del plan estratégico de innovación sectorial que identifica los retos y las líneas prioritarias de la actividad de I+D+i del sector vitivinícola en los próximos años - Acciones de investigación y divulgación del binomio vino-salud.

II.5.- Buen gobierno y transparencia en la puesta en marcha y gestión de la Extensión de norma. Una actividad en si misma consiste en asegurar una óptima gestión del sistema de extensión de norma para la consecución de las actividades anteriormente propuestas, bajo los principios de eficacia, rigor y transparencia. Este último aspecto pasa por la correcta y transparente información a los operadores del sector del buen gobierno en la aplicación de los fondos requeridos, así como de la información de los logros alcanzados, incluyendo detalle del funcionamiento, procedimientos para la toma de decisiones y control de las actuaciones. Para ello se podrán en marcha actuaciones para la difusión de la información a los operadores del sector, además de llevar a cabo una eficaz y rigurosa gestión de fondos.

III.- Propuesta de actuación para la extensión de norma. Para la consecución de los objetivos marcados por la Asamblea General de la OIVE y la puesta en marcha de las actividades descritas en el apartado anterior, se propone la puesta en marcha de unas aportaciones económicas al conjunto de operadores que permitan su desarrollo en beneficio del conjunto del sector.

III.1.- Período de vigencia.-Se solicita la Extensión de Norma y la aportación económica obligatoria para el período comprendido entre el primer día del mes siguiente a la publicación en el BOE de la Orden por la que se extiende el acuerdo de la OIVE al conjunto del sector y se fija la correspondiente aportación económica obligatoria, hasta el 31 de diciembre de 2018.

III.2.- Sujetos obligados ("sujeto pasivo").Están obligados al pago de las cuotas que se establezcan en la norma:

a)Las personas físicas o jurídicas obligadas a presentar la "declaración de vino y mosto" que se establece en el anexo III del Real Decreto 739/2015 de Declaraciones obligatorias del Sector Vitivinícola, en referencia exclusiva a los vinos, que quedan definidas de la siguiente manera: "El productor de vino o mosto o el propietario de las existencias de vino o mosto que no sean consumidores privados o minoristas. A estos efectos se considerarán minoristas las personas físicas o jurídicas, o sus agrupaciones, que ejerzan profesionalmente una actividad comercial que implique la venta de vino en pequeñas cantidades directamente al consumidor, excluidos los que utilicen bodegas equipadas para el almacenamiento y el envasado de los vinos en grandes cantidades".

b)Las personas físicas o jurídicas no comprendidas en el apartado anterior que

comercialicen en el mercado doméstico vino de origen no español, -que, además deberán inscribirse en el REOVI establecido en el Real Decreto 739/2015, en la categoría de almacenistas, en su correspondiente CCAA, de acuerdo con el artículo 4.2 del citado Real Decreto-. En el caso de las bodegas que integren la oferta de su vino a través de una entidad integradora, cualquiera que fuese la naturaleza jurídica de estas, los movimientos o transacciones de vino desde las bodegas a su entidad integradora se considerarán de carácter interno, y por tanto, no devengarán cuota. Para poder acogerse a este régimen, la Entidad integradora estará obligada a comunicar a la OIVE un mes antes del inicio del período de vigencia de la Extensión de Norma o a comienzo de cada año, la relación completa de sus bodegas integradas. Una vez iniciada la vigencia de la Extensión de Norma, se mantendrá invariable a lo largo de todo el año la misma relación de integración, aunque podrá actualizarse para años sucesivos, siempre a través de la OIVE y, a más tardar, un mes antes de su inicio.

III.3.- Aportaciones económicas: Cuotas, bases de aplicación y régimen de devengo y pago. Se establecerán dos cuotas: Una cuota de comercialización de vino envasado y otra cuota de comercialización de vino a granel. El montante económico de la cuota de envasado será de 0,23 €/hl de vino vendido envasado en cualquier formato o volumen y el de la cuota de granel, de 0,065 €/hl de vino vendido a granel. Ambas cuotas se aplicarán a todo el vino comercializado en España destinado tanto al mercado doméstico como a exportación, independientemente del origen del mismo. Dicha cuota se devengará, con carácter general, en el momento de la salida del vino vendido de las instalaciones donde esté depositado, siempre que dicho movimiento se realice dentro del periodo de vigencia de la extensión de norma y con independencia del año de producción del vino. Las citadas cuotas han sido fijadas tomando en consideración al conjunto de operadores de la cadena de valor del vino hasta su puesta en el mercado, e incluyen la producción de uva y la elaboración de los productos y guardan proporcionalidad en relación con su valor añadido. Las cantidades de vino destinadas a la elaboración de otros productos (sangría, tinto de verano, vinos aromatizados), declarados en el cuadro de salidas como "operaciones propias" en el Anexo III del real decreto de Declaraciones Obligatorias en el sector vitivinícola, tendrán la consideración de vino vendido a granel a efectos de aplicación de la cuota. Por el contrario, las salidas de vino con destino a destilación que acrediten su entrada en destilería no estarán sujetas a la cuota de comercialización a granel.

IV.- Recaudación y facturación de las aportaciones IV.1.- Pago de las cuotas. El pago del importe de las cuotas se realizará por las entidades obligadas al pago antes de como máximo 30 días después de la presentación de la declaración obligatoria de vino y mosto establecida, coincidiendo con el período de declaraciones a la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

IV.2.- Forma de pago. Los pagos se realizarán mediante transferencia o domiciliación bancaria a la cuenta corriente dispuesta a tal efecto por la OIVE.

IV.3.- Facturación de los pagos por la Interprofesional. La OIVE emitirá una factura a las entidades obligadas al pago, por el importe de las cuotas devengadas. La OIVE elaborará instrucciones detalladas destinadas a los operadores del sector para el correcto funcionamiento del proceso de recaudación.

V.- Destino de los recursos aportados por la Extensión de Norma. De acuerdo con lo dispuesto en la Ley 38/1994, reguladora de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, los recursos generados por estas aportaciones, sólo podrán destinarse para los fines establecidos en este acuerdo

para una Extensión de Norma. Se asignará, al menos, el 90% del total de las aportaciones a la promoción del consumo moderado de vino, incluyendo en este apartado la actividad del fomento entre los operadores de buenas prácticas de comunicación comercial, y hasta un 10% a la información y estudios de mercado y a programas de I+D+i. En cualquier caso, de los recursos generados por la Extensión de Norma, se destinará un máximo del 10% a las labores de coordinación, puesta en marcha, seguimiento y control de las distintas actuaciones a ejecutar fruto de esta extensión de norma y a la propia gestión de la extensión de norma.

VI.- Plan anual de actuaciones. Anualmente, antes del inicio de las actuaciones, la Junta Directiva de la OIVE aprobará el plan de actuaciones para la siguiente anualidad, junto con el correspondiente presupuesto de ingresos y gastos.

VII.- Seguimiento y control de las aportaciones.-La OIVE, a través de su Junta Directiva, es la responsable del seguimiento y control de las aportaciones económicas establecidas en esta Extensión de Norma, sin perjuicio de las competencias de la AICA. Se creará una Comisión Delegada para dar apoyo a la Junta Directiva que será presidida por el Tesorero de la OIVE que podrá dotarse de los soportes organizativos necesarios para tal fin, buscando soluciones viables, eficaces y del menor coste posible. Debido a los datos sensibles que va a manejar la Comisión se regirá por el principio de confidencialidad de la información tratada durante las reuniones y de los documentos de trabajo. No obstante, el control de las aportaciones económicas se ejercerá por la AICA en dos fases: Una inmediata, por contraste con la información individualizada de cada una de las entidades del sector de que la AICA dispone, y otra a posteriori, una vez que se disponga de información contrastada, derivada de los controles documentales y de movimientos y existencias que efectúen las Comunidades Autónomas. A tal efecto, y sin perjuicio de otros ámbitos de colaboración, se suscribirá un Convenio entre la AICA y la OIVE, estableciendo el marco y las condiciones de la colaboración. Toda la información generada como consecuencia de la Extensión de Norma será confidencial y se aplicará la Ley Orgánica 15/99 de 13 de diciembre de protección de datos de carácter personal para su tratamiento.

VIII.- Información complementaria.

VIII.1.- Porcentaje de votos para la toma de acuerdos Todos los acuerdos relativos a la aplicación y desarrollo de la Extensión de Norma se adoptarán en Asamblea teniendo en cuenta los siguientes mínimos: - Rama de la producción: $\frac{3}{4}$ partes de los votos presentes y/o representados, de dicha rama. - Rama transformación/comercialización: $\frac{3}{4}$ partes de los votos presentes y/o representados, de dicha rama. En todo caso, se deberán cumplir los mínimos exigidos por la legislación vigente.

VIII.2.- Previsión de ingresos. La variabilidad de las cosechas, característica de este cultivo, obliga a una estimación media de vino comercializado, basada en las cantidades de las 5 últimas campañas y que podemos estimar en una media de 38.900.000 hl., de los que 19.300.000 hls. envasados y 19.600.000 hls. a granel. De acuerdo con estas cifras, los ingresos medios anuales previstos serán de CINCO MILLONES SETECIENTOS MIL EUROS (5.700.000 €s).

VIII.3.- Prórroga de la Extensión de Norma y régimen de los recursos financieros.- Si durante el transcurso de la Extensión de norma se adoptase un nuevo acuerdo en relación con el importe de la aportación económica obligatoria,

se llevarán a cabo los trámites oportunos de solicitud de nueva extensión de norma que derogue la vigente. Si, transcurrido el período de vigencia de la Extensión de Norma existiese un remanente de recursos procedentes de las aportaciones, podrán destinarse a financiar las actividades de la OIVE que se recojan en una nueva Extensión de Norma o en la prórroga de la presente. Únicamente en el caso de que no se produzca ninguno de los supuestos anteriores, se procederá a la liquidación del remanente, devolviéndolo proporcionalmente a las cantidades aportadas en la última campaña, una vez queden liquidadas y finiquitadas todas las obligaciones de la OIVE.

Anexo II- Relación de dependencias administrativas en las que puede examinarse el expediente de solicitud de extensión de norma y aportación económica obligatoria presentado por la Organización Interprofesional del Vino de España, OIVE.

Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Sevilla - Pza. de España, Sector 3; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Zaragoza Plaza del Pilar s/nº; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Oviedo – Plaza España 6; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Palma de Mallorca – c/ Ciudad de Querétaro, s/n; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Las Palmas –Explanada de Tomás Quevedo s/nº- Edif. Oeste; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Santander – Calvo Sotelo, 25, 4º; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Valladolid Francesco Scrimieri 1; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Toledo – Plza. Zocodover, 6; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Barcelona – Bergara, 12-2ª plta.; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Badajoz -Avda. Europa, 1; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en La Coruña c/ San Andrés, 162-3ª plta.; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Melilla – Avda. Marina Española, 3; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Murcia - Avda. Alfonso X El Sabio, 6; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Pamplona –Plaza de las Merindades, s/n; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Vitoria – c/ Olaguibel, 1; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Logroño c/ Muro de la Mata, 3; Área de Agricultura de la Subdelegación del Gobierno en Valencia - c/ Joaquín Ballester, 39 - 9ª, Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria - Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente - Pº Infanta Isabel, 1-MADRID

Madrid, 3 de noviembre de 2015.- El Director General de la Industria Agroalimentaria, Fernando J. Burgaz Moreno.

ID: A150049186-1