

COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DAS TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES

Regulamento n.º 77/2021

Sumário: Regulamento de Adesão à Marca Terras de Trás-os-Montes Para Produtos Alimentares, Não Alimentares, Artesanato, Serviços e Estabelecimentos Aderentes.

Artur Manuel Rodrigues Nunes, Presidente da Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes, torna público que, em sessão Ordinária realizada no dia 23/12/2020, a Assembleia Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes aprovou o Regulamento de Adesão à Marca Terras de Trás-os-Montes Para Produtos Alimentares, Não Alimentares, Artesanato, Serviços e Estabelecimentos Aderentes, que a seguir se transcreve na íntegra e que entrará em vigor no dia útil seguinte ao da sua publicação na 2.ª série do *Diário da República*.

Para constar se publica o presente edital e outros de igual teor que vão ser afixados nos lugares públicos de estilo e no sítio da internet da Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes em www.cim-ttm.pt e em www.terrasdetrasosmontes.pt.

12 de janeiro de 2021. — O Presidente do Conselho Intermunicipal, *Artur Nunes*.

Regulamento de Adesão à Marca Terras de Trás-os-Montes Para Produtos Alimentares, Não Alimentares, Artesanato, Serviços e Estabelecimentos Aderentes

Preâmbulo

A Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes — CIM-TTM enquanto entidade gestora da marca Terras de Trás-os-Montes, propôs-se desenvolver uma estratégia de promoção do território que se traduziu na criação da marca chapéu — Terras de Trás-os-Montes enquanto fator conciliador e agregador da oferta territorial ao nível da promoção turística, produtos endógenos e serviços contribuindo para a valorização do território.

A marca Terras de Trás-os-Montes assume duas principais valências, enquanto marca de pertença ao Território das Terras de Trás-os-Montes e como selo de identificação da origem para os seus produtos e serviços.

O uso da marca Terras de Trás-os-Montes consiste na utilização de um distintivo (adiante designado por selo) com o seu logotipo inscrito num desenho gráfico.

O selo Terras de Trás-os-Montes pretende, simultaneamente, assegurar que o local de origem dos produtos e serviços é a área geográfica abrangida pelos municípios que integram a CIM-TTM, e estimular a preferência já existente no consumo de produtos Transmontanos, contribuindo para o crescimento da produção, a progressão das empresas na cadeia de valor, o aumento da sua competitividade e a criação de emprego e de riqueza no território.

Objetivos estratégicos da marca Terras de Trás-os-Montes

- a) Divulgar os produtos e serviços do território;
- b) Induzir valor acrescentado aos produtos e serviços do território;
- c) Aumentar a competitividade das empresas do território;
- d) Criar emprego e riqueza no território;
- e) Permitir acesso e fidelização de novos mercados;
- f) Aumentar a base económica de exportação e internacionalização;
- g) Promoção turística;
- h) Aumentar a notoriedade da oferta territorial;

Benefícios de adesão à marca Terras de Trás-os-Montes

Destacam-se como principais benefícios de adesão à marca:

- a) Integrar uma estratégia coletiva de promoção;
- b) Beneficiar das campanhas de comunicação e marketing promovidas pela CIM-TTM contribuindo para o aumento da visibilidade dos produtos e das entidades aderentes;



c) Utilizar a marca Terras de Trás-os-Montes, nomeadamente o seu selo, nos rótulos, embalagens e em todo o material promocional dos produtos aderentes, e noutros materiais de comunicação e logísticos da entidade, possibilitando a qualificação e valorização dos produtos ou serviços aderentes de forma diferenciada;

d) Fomentar a procura de bens que contribuem para a criação de valor no território das Terras de Trás-os-Montes, promovendo a competitividade, a inovação e a criação de valor nas entidades aderentes;

e) Integrar o registo de utilizadores da marca Terras de Trás-os-Montes;

f) Permitir ao consumidor identificar de forma simples e imediata a origem local do produto criando e/ou consolidando a preferência pelo consumo de produtos das Terras de Trás-os-Montes.

CAPÍTULO I

Disposições gerais

Artigo 1.º

Objeto e âmbito

1 — O presente regulamento tem por objeto estabelecer e determinar as condições que regem a adesão à marca Terras de Trás-os-Montes e os requisitos que as entidades autorizadas a utilizá-la devem cumprir.

2 — O presente regulamento aplica-se a todas as entidades aderentes à marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 2.º

Finalidade

1 — O objetivo da marca Terras de Trás-os-Montes é distinguir no mercado, os Produtos Alimentares, Não Alimentares, Artesanato, Serviços e Estabelecimentos aderentes que, produzidos, elaborados, transformados, comercializados ou distribuídos no território abrangido pela CIM-TTM, reúnem as condições e os requisitos especificados no presente regulamento e anexos que dele fazem parte integrante, permitindo aos consumidores identificar com precisão a origem desses produtos e serviços.

2 — A identificação será efetuada, através da colocação do selo com a inscrição “Terras de Trás-os-Montes — Produto Original”, nos produtos e serviços autorizados a utiliza-lo visando estimular a preferência pelo consumo de produtos do território das Terras de Trás-os-Montes, com o intuito de aumentar a sua competitividade e consequentemente promover a criação de emprego e gerar riqueza no território.

Artigo 3.º

Titularidade da marca

A marca Terras de Trás-os-Montes é um distintivo de garantia da região de produção/ transformação dos produtos ou prestação de serviços, cuja propriedade está devidamente registada como marca da união europeia no EUIPO — European Union Intellectual Property Office na forma representada no Anexo I, pertencente à Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes, adiante designada por CIM-TTM, com sede na Rua Visconde da Bouça, apartado 238, 5300-318, Bragança; Telefone 273327680; endereço de e-mail: geral@cim-ttm.pt.

Artigo 4.º

Entidade Gestora

1 — A entidade gestora do sistema de adesão à marca Terras de Trás-os-Montes é a Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes — CIM-TTM adiante designada por entidade gestora.



2 — São competências da entidade gestora do sistema de adesão:

- a) Assegurar a gestão do sistema de adesão à marca Terras de Trás-os-Montes;
- b) Assegurar a gestão da página de internet da marca Terras de Trás-os-Montes;
- c) Assegurar a inscrição das entidades autorizadas no registo de utilizadores da marca Terras de Trás-os-Montes, designado por catálogo;
- d) Assegurar a inscrição das entidades excluídas e, ou não autorizadas a utilizar a marca Terras de Trás-os-Montes em lista própria para o efeito;
- e) Analisar de forma independente e rigorosa o pedido de adesão e a documentação que o acompanha por forma a emitir o certificado de autorização de uso da marca;
- f) Controlar e coordenar o cumprimento das normas estabelecidas no presente regulamento através de ações de verificação externa a aderentes autorizados;
- g) Assegurar o cumprimento da estratégia de operacionalização da marca Terras de Trás-os-Montes;
- h) Desenvolver campanhas de sensibilização e comunicação para a valorização da marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 5.º

Regime Jurídico

1 — A utilização não autorizada da marca Terras de Trás-os-Montes constitui ato ilícito e infração de direito da propriedade industrial, legitimando a entidade gestora a atuar em conformidade.

2 — O seu uso rege-se pelo disposto neste regulamento e anexos que dele fazem parte integrante e pelos acordos e disposições que da sua interpretação e execução adote a entidade gestora.

3 — Qualquer caso omissos ou situação não prevista no presente regulamento, será devidamente analisado e deliberado pela entidade gestora, regulando-se em instâncias seguintes com recurso à legislação Europeia e Portuguesa e demais legislação sobre propriedade industrial.

CAPÍTULO II

Uso da marca

Artigo 6.º

Condições de uso da marca

1 — A autorização de uso da marca Terras de Trás-os-Montes não substituirá de forma alguma o cumprimento dos requisitos e exigências estabelecidos pela legislação vigente para produção, elaboração, transformação, distribuição e/ou venda ao público dos produtos autorizados.

2 — O selo Terras Trás-os-Montes não poderá utilizar-se por si só, deve sempre estar acompanhado da marca principal do produto, serviço ou do estabelecimento aderente e respeitando sempre esta sua posição secundária.

3 — O direito de usar a marca Terras de Trás-os-Montes é restrito e limitado exclusivamente ao(s) produto(s) e serviços específico(s) para os quais a autorização foi concedida e somente em conjunto com a(s) marca(s) igualmente autorizada.

4 — O aderente autorizado não pode usar a marca noutros produtos que não tenham a autorização correspondente para cada um deles.

5 — A autorização é pessoal e intransmissível. As entidades autorizadas a utilizar a marca Terras de Trás-os-Montes não podem ceder nem licenciar o seu direito. Por conseguinte, no caso de transmissão da Unidade de Produção, Oficina de Artesanato, Estabelecimento de Hotelaria ou Empresa de Lazer, ou do fundo comercial respetivo, fica sem efeito a autorização e, se o adquirente desejar utilizar a marca, deverá apresentar um novo pedido.

6 — A autorização está sujeita ao cumprimento continuado dos requisitos referentes aos quais foi concedida e, ao cumprimento dos requisitos que no futuro possam ser estabelecidos mediante a reformulação do presente Regulamento.

7 — A entidade autorizada a utilizar a marca deverá dar conhecimento à entidade gestora, assim que tenha conhecimento, de factos que afetem a sua legitimação para utilizar a marca, por exemplo, terem sido suspensas ou revogadas as autorizações sanitárias ou outras necessárias para o exercício da sua atividade.

8 — O uso da marca Terras de Trás-os-Montes consiste na utilização do selo “Terras de Trás-os-Montes — produto original”.

9 — O selo só pode ser incluído na rotulagem e apresentação dos produtos para os quais a sua utilização foi autorizada.

10 — A marca poderá utilizar-se tanto na apresentação do produto em si (por exemplo, embalagens e etiquetas) como nos meios de promoção do produto ou serviço autorizado (por exemplo, em catálogos, folhetos, anúncios publicitários, vídeos, imagens em páginas de internet, cartazes, ou qualquer outro tipo de documento técnico ou comercial, desde que associada e veiculada direta e exclusivamente aos produtos autorizados para a sua utilização.

11 — A reprodução da marca/selo Terras de Trás-os-Montes deve ser ajustada às características gráficas com as quais foi registada e, especificamente, deve ser adaptada ao modelo e às condições técnicas e gráficas contempladas no manual de identidade e uso da marca Terras de Trás-os-Montes.

12 — O selo Terras de Trás-os-Montes não pode ser usado de maneira a desacreditar ou enganar os consumidores sobre as características do produto.

13 — É proibido qualquer uso fraudulento ou não autorizado da marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 7.º

Compromissos do Aderente

1 — O aderente obriga-se a:

a) Manter as condições de acesso do aderente e de cada produto, serviço ou estabelecimento aderente, durante o período de um ano, a contar da data da assinatura da declaração de conformidade ou de eventuais renovações;

b) Comunicar à entidade gestora qualquer alteração à informação que consta no formulário de inscrição e nas declarações apresentadas na candidatura;

c) Atualizar a informação relativa ao produto, serviço ou estabelecimento e imagem da aplicação do selo nos mesmos, para efeitos de divulgação na página de internet www.terrasdetrasosmontes.pt nomeadamente no catálogo marca Terras de Trás-os-Montes;

d) Manter um registo de comercialização atualizado, que permita seguir especificamente os produtos colocados no mercado ou a evolução no mercado de cada serviço ou estabelecimento aderente;

e) Aceitar todos as ações de verificação, controlo e fiscalização solicitados pelas autoridades competentes;

f) Utilizar de forma eficaz e visível a marca Terras de Trás-os-Montes em todos os produtos/serviços para os quais o seu uso foi autorizado e em conjunto com a(s) marca(s) comerciais que aparecem na autorização. Esta obrigação deve ser cumprida dentro de um período máximo de cinco meses, contados a partir do dia seguinte à notificação da autorização, caso contrário, a autorização expira ficando sem efeito a sua utilização;

g) Cumprir as regras de reprodução gráfica e utilização do selo, conforme definido no manual de identidade e uso da marca Terras de Trás-os-Montes;

h) Submeter a aprovação prévia da entidade gestora o(s) suporte(s) onde vai ser aplicado o selo da marca Terras de Trás-os-Montes;

i) Submeter qualquer nova proposta de utilização do selo à prévia aprovação da entidade gestora;

j) Comunicar, com a antecedência de 60 dias, a intenção de deixar de utilizar o selo da marca Terras de Trás-os-Montes nos produtos, serviços ou estabelecimentos aderentes, para efeito de retirada do direito de utilização do marca e selo que lhes diga respeito;

k) Estar disposto a participar em feiras e eventos promocionais que a entidade gestora organize ou participe;

l) Cumprir e manter os requisitos e exigências estabelecidos na legislação em vigor para produção, processamento, transformação, distribuição e ou venda ao público de produtos autorizados. Devem cumprir a legislação sanitária e ambiental e estar devidamente habilitados para realizar a atividade por meio de licenças ou autorizações necessárias.

2 — No caso de estabelecimentos aderentes com atividade comercial, os aderentes ficam, ainda, obrigados a divulgar a adesão através de sinalética da marca Terras de Trás-os-Montes no local e por outros meios próprios de promoção.

3 — No caso de estabelecimentos aderentes com atividade de restauração e bebidas e de empreendimentos turísticos com restauração, os aderentes ficam, ainda, obrigados a divulgar de forma visível o Menu Terras de Trás-os-Montes no qual devem constar referências das marcas dos produtos com o selo da marca Terras de Trás-os-Montes.

4 — No caso de incumprimento reiterado das obrigações previstas nos números anteriores, sem prejuízo de correspondente procedimento contraordenacional, a entidade gestora poderá não autorizar a adesão, manutenção da adesão ou renovação da adesão à marca Terras de Trás-os-Montes para produtos, serviços ou estabelecimentos aderentes.

CAPÍTULO III

Condições de acesso

Artigo 8.º

Candidaturas

1 — As entidades que pretendam aderir ao selo da marca Terras de Trás-os-Montes, podem formalizar a candidatura em suporte papel em formulários disponibilizados para o efeito pela entidade gestora, ou em suporte digital, utilizando os formulários disponibilizados na página de internet www.terrasdetrasosmontes.pt.

2 — As entidades que pretendam aderir ao selo da marca Terras de Trás-os-Montes, devem proceder do seguinte modo:

a) Preencher e submeter a ficha de inscrição de aderente;

b) Preencher a ficha de produto, serviço ou estabelecimento aderente, que pretenda candidatar;

c) Submeter o formulário do valor de incorporação local, quando aplicável, conforme indicações constantes das condições de acesso do aderente e do produto ou serviço;

d) Submeter juntamente com a ficha de produto ou serviço, a declaração do TOC ou ROC, conforme aplicável, por produto ou serviço e que confirme a percentagem do valor de incorporação local dos mesmos, estando disponível a minuta da referida declaração;

e) Os produtos referidos no ponto relativo às exceções ao cálculo de incorporação das condições de acesso do aderente e do produto são excecionados de submeter o formulário do valor de incorporação local e a declaração do TOC/ROC;

f) Após o envio da ficha do produto, serviço ou estabelecimento aderente, o aderente receberá, caso a candidatura esteja em conformidade, um pedido de visita à unidade de produção, oficina de artesanato, local de prestação de serviços ou estabelecimento aderente por forma a aferir o cumprimento dos requisitos estabelecidos no presente regulamento;

g) Após visita às instalações e aferição do cumprimento dos requisitos estabelecidos no presente regulamento, o aderente receberá validação do cumprimento dos requisitos e informação para submeter a imagem do rótulo ou a imagem da embalagem do produto, ou, no caso dos serviços e

estabelecimentos aderentes, a imagem do meio de divulgação, com as respetivas escalas, na qual deverá integrar o selo da marca Terras de Trás-os-Montes, na versão teste a disponibilizar para o efeito, para prévia aprovação da entidade gestora, conforme as condições de acesso do aderente e do produto, serviço ou estabelecimento aderente;

h) Se da verificação resultar a inadequação do produto/serviço ou a falta de algum requisito, a entidade gestora notificará o aderente indicando-lhe o que deve fazer para o corrigir e o prazo que se concede. O aderente informará a entidade gestora quando já o tiver corrigido, podendo este realizar novas verificações;

i) Formalizados todos os documentos inerentes à candidatura apresentada, e após validação dos resultados e da imagem proposta, a entidade gestora emite ao aderente a declaração de conformidade, identificando a empresa e o(s) produto(s) ou serviço(s) autorizados a usar a marca Terras de Trás-os-Montes, que terá a duração de um ano, renovável por igual período;

j) Para os efeitos previstos nas alíneas anteriores, a entidade gestora poderá solicitar informação complementar e técnica aos departamentos governamentais com competência em razão da matéria;

k) O prazo máximo de análise de cada candidatura é de sessenta dias, suspendendo-se sempre que sejam pedidos esclarecimentos, informação complementar e técnica, ou a junção de documentos adicionais ao aderente.

Artigo 9.º

Registo de utilizadores da marca Terras de Trás-os-Montes

1 — Todas as entidades autorizadas integram o registo de utilizadores da marca Terras de Trás-os-Montes traduzido num catálogo criado pela entidade gestora, no qual constam, entre outros, os dados relativos à entidade à qual foi concedida a autorização, o(s) produto(s) ou serviço(s) autorizado(s), indicando as principais características do(s) mesmo(s), e, nos casos aplicáveis, a marca ou as marcas comerciais que opera.

2 — O catálogo será devidamente publicitado e de fácil acesso ao público, comprometendo-se a entidade gestora a cumprir a legislação de proteção de dados em vigor.

3 — A entidade gestora logo que assim se justifique, irá proceder à criação e divulgação da lista de entidades excluídas e, ou não autorizadas a utilizar a marca Terras de Trás-os-Montes provocado pelo não cumprimento do estabelecido no presente regulamento.

4 — Não há lugar ao pagamento de taxa para a utilização da marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 10.º

Requisitos gerais de acesso

1 — Podem requerer a utilização do Selo da marca Terras de Trás-os-Montes os empresários em nome individual, estabelecimentos individuais de responsabilidade limitada, sociedades comerciais sob qualquer forma jurídica, cooperativas e associações sem fins lucrativos designados por aderente, que, por sua livre e expressa vontade, solicitem a adesão à marca e que obedeçam aos seguintes critérios gerais:

a) Encontrar-se legalmente constituído;

b) Cumprir as condições legais necessárias ao exercício da respetiva atividade;

c) Possuir a situação fiscal e contributiva regularizada perante o Estado e a Segurança Social ou estar abrangido por acordo de regularização da situação fiscal e/ou contributiva;

d) Produzir, elaborar e ou transformar no território de abrangência da CIM-TTM (Concelhos de Alfandega da Fê, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais) — conforme definido no anexo II do presente regulamento:

i) Produtos alimentares destinados ao consumo humano, segundo as regras e exigências que legalmente lhes sejam aplicáveis e cumprir os requisitos e condições estabelecidas no presente regulamento;

ii) Produtos não alimentares produzidos segundo as regras e exigências que legalmente lhes sejam aplicáveis e cumprir os requisitos e condições estabelecidas no presente Regulamento;

iii) Artesanato elaborado segundo as regras e exigências que legalmente lhes sejam aplicáveis e cumprir os requisitos e condições estabelecidas no presente Regulamento;

e) Prestar serviços de apoio a atividade turística (atividades de animação turística, alojamento, restauração, espaços de venda) no território de abrangência da CIM-TTM, segundo as regras e exigências que legalmente lhes sejam aplicáveis e cumprir os requisitos e condições estabelecidas no presente regulamento;

f) Comercializar e/ou distribuir qualquer um dos produtos descritos nas alíneas anteriores, segundo as regras e exigências que legalmente lhes sejam aplicáveis e cumprir os requisitos e condições estabelecidas no presente regulamento.

2 — A apresentação dos documentos de habilitação comprovativos das condições de acesso do aderente será realizada na fase de candidatura, previamente à emissão de declaração de conformidade e inscrição do produto, serviço ou estabelecimento aderente.

3 — Para além dos requisitos gerais de acesso identificados nas alíneas anteriores, as condições específicas para adesão à marca Terras de Trás-os-Montes, consoante as tipologias de produtos ou serviços, encontram-se definidos nos artigos seguintes do presente regulamento.

Artigo 11.º

Requisitos específicos de acesso

Produtos alimentares, não alimentares

Condições de elegibilidade dos Produtos

1 — Os produtos candidatos à adesão à marca Terras de Trás-os-Montes devem observar cumulativamente as seguintes condições:

a) Serem produzidos, elaborados e ou transformados em estabelecimentos ou unidades produtivas localizadas no território de abrangência da CIM-TTM;

b) No caso de produtos transformados, pelo menos 50 % das matérias primas sejam obtidas no território de abrangência da CIM-TTM;

c) Apresentar uma percentagem de incorporação local relativa aos seus custos de produção, resultado da aplicação da matriz de cálculo anexo III, a qual deve ser igual ou superior a 50 %, quando somados os critérios adicionais.

2 — Não é autorizada a utilização do selo Terras de Trás-os-Montes em produtos, de qualquer espécie ou natureza, que, não sendo produzidos no território da CIM-TTM, somente nela sejam objeto de uma mera operação de embalagem ou rotulagem.

3 — O selo da marca Terras de Trás-os-Montes deve estar sempre associado a uma marca de produto, nunca podendo existir sozinho numa embalagem ou rótulo.

4 — O selo da marca Terras de Trás-os-Montes não pode ser associado a produtos de marcas de distribuição, reconhecidas como marcas brancas.

Artigo 12.º

Fórmula de Cálculo da Percentagem de Incorporação Local para produtos

1 — A fórmula de cálculo da percentagem total de incorporação local (PTIL) é a seguinte:

$$PTIL = \% \text{ Incorporação local } (\%IL) + \% \text{ Critérios Adicionais } (\%CA)$$

2 — A percentagem da Incorporação local (%IL) é calculada de acordo aos seus custos de produção, e resulta da aplicação da matriz de cálculo representada no anexo III.

3 — No anexo IV, apresentam-se os critérios de determinação da incorporação local para produtos e no anexo V apresenta-se o cálculo da percentagem total de incorporação local para produtos.

4 — A percentagem de critérios adicionais (%CA) é resultado do cumprimento das condições expressas nos números seguintes.

5 — Critérios Adicionais (CA) — No âmbito da atribuição do selo Terras de Trás-os-Montes, os critérios adicionais aplicam-se:

i) CA1 — À empresa que apresente um número ou percentagem de postos de trabalho nos estabelecimentos ou unidades produtivas localizadas no território abrangido pela CIM-TTM face ao total de postos de trabalho da empresa.

Se for apresentada uma % de emprego no território abrangido pela CIM-TTM igual ou superior a 50 % é atribuída uma majoração de 10 pontos percentuais.

ii) CA2 — À empresa que tenha o produto protegido por direitos de propriedade industrial vigentes em Portugal (marca, patente, modelo de utilidade, desenho ou modelo industrial), são atribuídos 5 pontos percentuais. Este critério abrange registos de propriedade industrial feitos exclusivamente a nível nacional, a nível comunitário ou a nível internacional desde que a proteção inclua o território português.

iii) CA3 — À empresa que apresente uma relação VAB/VN igual ou superior a 20 %, são atribuídos 5 pontos percentuais. O Valor Acrescentado Bruto (VAB) e o Volume de Negócios (VN) são os referentes ao exercício anterior ao ano da candidatura.

6 — Para efeitos do apuramento do VAB — Valor Acrescentado Bruto, a empresa deverá aplicar a seguinte fórmula, segundo o Sistema de Normalização Contabilística — SNC, em vigor:

$$\text{VAB} = + \text{Valor Bruto de Produção (VBP)} - \text{Consumos Intermédios}$$

i) Entende-se por Valor Bruto de Produção — VBP:

$\text{VBP} = + \text{VN} + \text{Variação nos Inventários da Produção} + \text{Trabalhos para a própria Entidade} + \text{Rendimentos Suplementares} + \text{Subsídios à Exploração}$

ii) Entende-se por Consumos Intermédios:

$\text{Consumos Intermédios} = + \text{Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas} + \text{Fornecimentos e Serviços Externos} + \text{Impostos Indiretos}$

Artigo 13.º

Exceções ao cálculo de incorporação local

São excecionados do cálculo da percentagem de incorporação local, dos critérios adicionais e da declaração do TOC/ROC:

a) Os produtos agrícolas e géneros alimentícios transmontanos, abrangidos pelo território da CIM-TTM que beneficiem do regime comunitário de proteção das denominações de origem — DOP, indicações geográficas — IGP e especialidades tradicionais garantidas — ETG (Regulamento (UE) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho de 21 de novembro), sobre os regimes de qualidade dos produtos agrícolas e alimentares e demais normativa aplicável, ou segundo a normativa que, no futuro, substitua a atualmente vigente;

b) Os vinhos reconhecidos como VQPRD (vinhos de qualidade produzidos em região demarcada), VLQPRD (vinhos licorosos de qualidade produzidos em região demarcada) e Vinho Regional, abrangidos pela certificação da Comissão Vitivinícola Regional de Trás-os-Montes — CVRTM e pelo Instituto de Vinhos do Douro e Porto — IVDP, que sejam produzidos e engarrafados no território de abrangência da CIM-TTM;

c) Produtos agrícolas e géneros alimentícios, de origem transmontana, abrangidos pelo território da CIM-TTM obtidos segundo o modo de produção biológico, Produção integrada e proteção integrada.

Artigo 14.º

Artesanato

Condições de elegibilidade do artesanato

1 — A adesão ao selo da marca Terras de Trás-os-Montes, classificados no repertório de atividades de artesanato é simplificada, e não carece de determinar a percentagem de incorporação local (com exceção das classes de joalheria e relojoaria). Não se aplica a produtos acabados e prontos a ser colocados no mercado, provenientes de outras zonas do território.

2 — Os artigos de artesanato candidatos à adesão à marca Terras de Trás-os-Montes devem observar cumulativamente os seguintes critérios específicos:

a) Tenham sido elaborados por pessoas que gozem do reconhecimento oficial, gozem ou integrem uma marca de garantia referente à sua atividade como artesão;

b) Tenham sido elaborados numa oficina de artesanato situado no território abrangido pela CIM-TTM;

c) Que as matérias primas principais procedam do território abrangido pela CIM-TTM, sempre que tal seja possível;

d) No caso em que as matérias primas principais de artesanato não possam ser normalmente obtidas no território abrangido pela CIM-TTM — como por exemplo o burel — tal facto deve ser referido aquando do preenchimento do formulário de inscrição para análise e validação por parte da entidade gestora;

e) Artigos que sejam o resultado de novas manifestações artesanais, entendendo por tais aquelas que, sem obedecer aos tipos de produtos tradicionalmente preexistentes elaborados no território, sejam uma manifestação ou interpretação de algum deles, por exemplo, porque no seu desenho contenham motivos e ornamentos tradicionais.

f) Os produtos cosméticos ou de aplicação no corpo humano que se elaborem com matérias primas de origem natural vegetal obtidas no Território.

Artigo 15.º

Documentos Comprovativos

Nos casos referenciados no artigo anterior o aderente deve remeter, juntamente com a ficha de inscrição, os seguintes documentos comprovativos, conforme o caso:

a) Declaração emitida pelo Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património (CEART), ou pela Comissão Vitivinícola Regional, ou por organismo de controlo do modo de produção biológico em como reúne as condições para o uso da designação protegida, quando aplicável;

b) Declaração, sob compromisso de honra, emitida pelo aderente, que ateste o cumprimento das regras de rotulagem obrigatória para o produto em causa, quando aplicável;

c) Declaração emitida pelo CEART ou documento comprovativo, em como se encontra inscrito como artesão, e certidão, emitida pelo Serviço de Finanças territorialmente competente, que comprove que o aderente se encontra isento da cobrança de IVA, por não ter atingido, no ano económico anterior, € 10.000,00 (dez mil euros) de faturação.

Artigo 16.º

Outras Condições

a) Não é autorizada a utilização do selo Terras de Trás-os-Montes em produtos, de qualquer espécie ou natureza que, não sendo produzidos no território abrangido pela CIM-TTM, somente nela sejam objeto de uma mera operação de embalagem ou rotulagem;



- b) Não se admitem os produtos que tenham sido finalizados fora e introduzidos no território meramente para sua reelaboração e/ou finalização;
- c) O selo Terras de Trás-os-Montes deverá estar sempre associado a uma marca de produto, nunca podendo existir sozinho numa embalagem ou rótulo;
- d) O selo Terras de Trás-os-Montes não pode ser associado a produtos de marcas de distribuição, reconhecidas como marcas brancas.

Artigo 17.º

Serviços

Condições de elegibilidade dos Serviços

Os serviços candidatos à adesão ao selo da marca Terras de Trás-os-Montes devem observar cumulativamente as seguintes condições:

- a) Serem prestados por estabelecimentos ou por unidades produtivas localizados no território abrangido pela CIM-TTM;
- b) Apresentarem uma percentagem de incorporação local relativa aos seus custos diretos de realização, resultado da aplicação da fórmula de cálculo disponível no anexo VI, igual ou superior a 50 %;
- c) Serem realizados em empresas que apresentem uma percentagem de emprego no território da CIM-TTM, face ao total da empresa, igual ou superior a 50 %;
- d) Adequar-se à estratégia global de operacionalização da marca Terras de Trás-os-Montes, procedendo à valorização relevante dos recursos endógenos.

Artigo 18.º

Fórmula de Cálculo da Percentagem de Incorporação local para serviços

1 — A fórmula de cálculo da percentagem total de incorporação local para serviços (PTILs) é a seguinte:

$$PTILs = \text{Incorporação Local para serviços (ILS)} / \text{Custos diretos} * 100$$

2 — A Incorporação local para serviços (ILS) é calculada de acordo os custos diretos, e resulta da aplicação da matriz de cálculo representada no anexo VI.

3 — No anexo VII apresentam-se os critérios de determinação da incorporação local para serviços.

4 — No anexo VIII apresenta-se o cálculo da percentagem total de incorporação local para serviços.

5 — No caso das atividades comércio e restauração, a adesão ao selo Terras de Trás-os-Montes insere-se no conceito estabelecimento aderente, cujos critérios são simplificados, não havendo lugar ao cálculo de incorporação local.

Caso o serviço desenvolvido seja considerado um produto, transacionável, aplica-se as Condições de Acesso do Produto.

Artigo 19.º

Estabelecimentos aderentes

Condições de elegibilidade dos estabelecimentos

1 — O conceito de estabelecimento aderente aplica-se aos aderentes que exerçam a atividade de comércio, de restauração e bebidas e de exploração de empreendimentos turísticos com restauração.



2 — No caso da atividade do comércio, da restauração e similares e no caso dos empreendimentos turísticos com restauração, a adesão à marca Terras de Trás-os-Montes insere-se no conceito de estabelecimento aderente, cujos critérios são diferenciados, e definidos no artigo seguinte não havendo lugar ao cálculo de incorporação local.

3 — Para efeitos de estabelecimento aderente, consideram-se:

- a) Atividades comerciais, as que constam do Anexo IX.
- b) Atividades de restauração e bebidas, as que constam do Anexo X.
- c) Empreendimentos turísticos com restauração, os que se encontram elencados e definidos na legislação.

Artigo 20.º

Condições Específicas de Adesão

Promotores com atividade de comércio

As condições de acesso ao estatuto estabelecimento aderente pelos promotores com atividade comercial, enquadrada na Classificação das atividades económicas — CAE, constantes no anexo IX, são, cumulativamente, as seguintes:

- a) Comercializar, pelo menos, 3 categorias de produtos com marca Terras de Trás-os-Montes, com exceção dos estabelecimentos que se dediquem exclusivamente à comercialização de uma categoria de produtos;
- b) Disponibilizar, no mínimo, 10 produtos com o selo da marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 21.º

Promotores com atividade de restauração e bebidas e de exploração de empreendimentos turísticos com restauração

As condições de acesso ao estatuto Estabelecimento Aderente pelos promotores com atividade de restauração e bebidas, enquadrada nas CAE constantes no anexo X, e de exploração de empreendimentos turísticos com restauração, são, cumulativamente, as seguintes:

- a) Confeccionar pratos da gastronomia tradicional transmontana ou contemporânea, sendo que os estabelecimentos aderentes devem integrar na oferta de serviço, pelo menos, 3 pratos (entradas, pratos principais ou sobremesas), cujo ingrediente principal tenha o selo da marca Terras de Trás-os-Montes atribuído;
- b) Utilizar ou comercializar produtos com o selo da marca Terras de Trás-os-Montes, de acordo com uma medida de progressão, indicada na tabela seguinte:

Número de produtos utilizados	Momento
No Mínimo 3, de Produtos com o selo da marca Terras de Trás-os-Montes, de marcas distintas (entendendo-se por produtos de marcas distintas, a existência de produtos com nomes, marcas ou tipologias diferentes entre si)	Ano de Entrada em Vigor da Resolução, ano N
No Mínimo 6, de Produtos com o selo da marca Terras de Trás-os-Montes de marcas distintas	Ano N + 1
No Mínimo 9, de Produtos com o selo da marca Terras de Trás-os-Montes de marcas distintas	Ano N + 2 e seguintes

- c) Ressalva-se que ao longo do tempo, o número de produtos poderá alterar em função da evolução das adesões ao selo da marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 22.º

Obrigações dos aderentes ao estatuto de Estabelecimento aderente

1 — O estabelecimento aderente com atividade comercial deve comprometer-se a divulgar a adesão através de sinalética marca Terras de Trás-os-Montes no local e por outros meios próprios de promoção.

2 — O estabelecimento aderente, com atividade de restauração e bebidas e os empreendimentos turísticos com restauração, devem divulgar de forma visível o “menu Terras de Trás-os-Montes”, no qual estejam identificados os produtos com selo marca Terras de Trás-os-Montes utilizados, seja através, dos logotipos das marcas dos ingredientes, seja através de outra forma de identificação.

Artigo 23.º

Exceções

Excecionalmente podem candidatar-se à adesão ao selo marca Terras de Trás-os-Montes, estabelecimentos comerciais que não se localizem no território abrangido pela CIM-TTM, sendo que, nesse caso, são aplicáveis cumulativamente as seguintes condições:

a) Proceder à comercialização de produtos produzidos em estabelecimentos ou unidades produtivas localizadas no território da CIM-TTM, não podendo o respetivo estabelecimento vender ou disponibilizar mais de 15 % de produtos que não tenham essa origem;

b) 80 % dos produtos a disponibilizar no estabelecimento comercial, para efeitos de venda, devem ser produtos com selo marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 24.º

Outras condições

A entidade gestora da marca Terras de Trás-os-Montes, não atribuirá selo marca Terras de Trás-os-Montes aos aderentes e respetivos serviços ou estabelecimentos aderentes que não estejam em conformidade com a estratégia global da marca Terras de Trás-os-Montes ou cuja estratégia global do aderente não seja de valorização dos recursos endógenos.

CAPÍTULO IV

Controlo, vigência, renovação e revogação da utilização da marca

Artigo 25.º

Procedimento de verificação e controlo

1 — O procedimento de verificação e controlo é da responsabilidade da entidade gestora podendo a qualquer momento, controlar e verificar se as entidades autorizadas mantêm o cumprimento dos requisitos conforme os quais se concedeu a autorização, assim como de qualquer outro requisito estabelecido no presente regulamento.

2 — A entidade gestora supervisionará a manutenção das condições e o cumprimento dos requisitos por qualquer meio, sistema ou procedimento que considere apropriado para esse fim, e os titulares da autorização serão obrigados a facilitar o acesso às suas instalações e dependências, bem como quaisquer amostras, documentação e informações que possam ser necessárias, à equipa técnica da entidade gestora ou das empresas ou entidades designadas ou contratadas para a referida supervisão.

3 — A equipa técnica deverá ser constituída por meio humanos qualificados nas áreas da comunicação, design e marketing.

Artigo 26.º

Vigência de autorização do uso da marca

1 — A vigência de autorização do uso da marca para um determinado produto, serviço ou estabelecimento está sujeita, a que sejam mantidas as condições e os requisitos segundo os quais foi dada autorização para o uso da marca.

2 — Qualquer alteração efetuada ao produto ou serviço deve ser notificada à entidade gestora no prazo máximo de dez dias úteis, a qual poderá adotar as medidas que considere adequadas, de acordo com a regulamentação vigente, a fim de analisar a dita alteração e garantir o cumprimento dos requisitos estabelecidos para autorização do uso da marca.

3 — A validade do direito à utilização do selo é anual e poderá ser objeto de renovação por iguais períodos.

4 — Não obstante a natureza indefinida da autorização, ela poderá ser suspensa ou revogada pela entidade gestora, como consequência do disposto no artigo contraordenações. Tudo sem prejuízo das sanções correspondentes por infração às normas vigentes em defesa da qualidade e da produção agroalimentar.

Artigo 27.º

Renovação de utilização da marca

1 — O processo de renovação de utilização do selo da marca Terras de Trás-os-Montes, deverá ser realizado, através da reconfirmação ou alteração das condições de acesso do aderente e do produto, do serviço ou do estabelecimento aderente (sendo que, neste último caso, deverá também cumprir a progressão na utilização de produtos com marca Terras de Trás-os-Montes, previsto na alínea *b*) do n.º 1 do artigo 21.º do presente regulamento), com uma antecedência mínima de sessenta dias do seu termo.

2 — No caso de não demonstração do cumprimento da progressão referida no número anterior, não será autorizada a respetiva renovação.

3 — Em caso de não renovação da utilização do selo da marca Terras de Trás-os-Montes ou de retirada do direito de utilização, o aderente deverá retirar de comercialização os produtos ou serviços com aposição daquele selo, ou retirar qualquer menção à adesão ao selo Terras de Trás-os-Montes nos estabelecimentos aderentes, no prazo máximo de sessenta dias contados da cessação da vigência da declaração de conformidade ou de renovação anteriormente autorizada.

Artigo 28.º

Rescisão do direito de uso da marca

1 — O direito de usar a marca expirará em caso de falência, liquidação, fusão, absorção, cessão ou qualquer um de seus elementos da pessoa física ou jurídica autorizada.

2 — A pessoa autorizada não pode dar como garantia o direito de uso que corresponde à marca, nem pode ser apreendido ou estar sujeito a outras medidas de execução.

Artigo 29.º

Revogação de autorização de uso da marca Terras de Trás-os-Montes

A autorização para uso da marca Terras de Trás-os-Montes, como também o uso do seu selo, poderá ser revogada automaticamente pela entidade gestora caso ocorra uma das seguintes situações:

a) Quando o uso da marca pelo titular da autorização contradizer ou exceder as condições estabelecidas no presente regulamento e na própria autorização, ou se o uso for manifestamente

prejudicial para os fins para os quais a autorização foi concedida, como por exemplo usar a marca como marca principal do produto;

b) Quando o titular da autorização ou os produtos para os quais foi autorizado o uso da marca, não cumprirem os requisitos ou não observa as condições que, de acordo com as disposições do presente regulamento, foram levadas em consideração para conceder a autorização ou qualquer de suas modificações, como por exemplo quando a autoridade competente retire ao produtor a certificação oficial (Denominação de Origem, produção biológica, etc) que foi tida em conta ao conceder a autorização para o uso da marca Terras de Trás-os-Montes, ou quando o produtor obtém fora do território da CIM-TTM matérias primas (salvo para aquelas matérias primas principais de Artesanato para as quais se justifica que não se pode obter normalmente no Território), quando o titular da autorização deixe de estar em cumprimento com as obrigações fiscais, laborais e segurança social, de cumprir todos os requisitos legais e estar na posse de todas as autorizações e licenças necessárias ao exercício da atividade;

c) Quando o proprietário não cumprir qualquer das condições e obrigações, formais ou substanciais, impostas pelo presente regulamento ou pela própria autorização, como por exemplo por transmissão da Unidade de Produção, Oficina de Artesanato, Estabelecimento de Hotelaria, Empresa de Lazer ou fundo comercial da pessoa autorizada.

Artigo 30.º

Procedimento para a revogação do uso da marca Terras de Trás-os-Montes

1 — Sempre que se verifique a ocorrência de qualquer circunstância que justifique a revogação do uso da marca Terras de Trás-os-Montes, a entidade gestora comunicará este facto ao aderente, disponibilizando os factos, omissões ou circunstâncias que provocam a revogação da autorização de uso da mesma.

2 — A revogação da autorização de uso da marca Terras de Trás-os-Montes provocará o imediato cancelamento do uso da mesma, devendo o aderente cancelar a utilização de todo e qualquer material publicitário e de divulgação que ostente o logotipo ou selo, como também qualquer menção.

3 — Em caso de revogação de autorização de uso da marca, a entidade gestora concederá um prazo de dez dias para o interessado formular as alegações e entregar os documentos que considere necessários para a sua defesa.

4 — Após este prazo a entidade gestora redigirá um parecer, considerando:

a) Que não se verificam os factos, omissões ou circunstâncias inicialmente consideradas ou, que mesmo verificados, não justificam a revogação da autorização. Neste caso o processo de revogação será arquivado;

b) Que efetivamente se verificam os factos, omissões ou circunstâncias inicialmente considerados e que justificam a revogação da autorização, mas que são passíveis de correção. Neste caso, a decisão estabelecerá um prazo máximo de 2 meses para resolver o incumprimento em que incorre. Se após este prazo o titular da autorização não tiver resolvido o incumprimento, nos termos definidos, a autorização será efetivamente revogada;

c) Que efetivamente se verificam os factos, omissões ou circunstâncias inicialmente considerados e que justificam a revogação da autorização, mas que não são passíveis de correção. Neste caso, a decisão estabelecerá a revogação da autorização do uso da marca.

5 — A revogação da autorização implicará a extinção imediata da autorização do uso da marca concedida, e o aderente deve encerrar qualquer forma de uso que a marca estiver a efetuar.

6 — O aderente não pode reutilizar ou solicitar nova autorização para usar a marca Terras de Trás-os-Montes durante 36 meses a contar da data da retirada.

7 — A entidade gestora registará a exclusão na lista de entidades excluídas e, ou não autorizadas a utilizar a marca Terras de Trás-os-Montes.

Artigo 31.º

Contraordenações

A entidade gestora irá publicitar na página de internet www.terasdetrasmontes.pt a lista de aderentes a quem a utilização da marca terras de Trás-os-Montes foi retirada.

CAPÍTULO V

Disposições finais e Casos Omissos

Artigo 32.º

Ações em defesa da marca

1 — A defesa da marca Terras de Trás-os-Montes está atribuída à entidade gestora, em função dos critérios legais sobre competência dos tribunais que sejam aplicáveis ao facto.

2 — Se as entidades autorizadas tiverem conhecimento de alegada violação da marca Terras de Trás-os-Montes, darão conhecimento de tal facto à entidade gestora que lhes concedeu a autorização, a qual poderá desencadear ações contra antigas entidades autorizadas que não cessem a utilização da marca, uma vez que lhes tenha sido revogada a autorização.

Artigo 33.º

Responsabilidades

1 — As entidades físicas ou jurídicas autorizadas a usar a marca serão as únicas responsáveis pelos defeitos dos seus produtos ou irregularidades nos seus estabelecimentos e não poderão, em caso algum, responsabilizar o proprietário da marca por esse facto.

2 — Serão suportados pelo aderente todas e quaisquer compensações e danos causados a terceiros decorrentes das suas ações ou omissões.

3 — Em caso algum a entidade gestora será responsável por qualquer negligência decorrente do uso indevido da marca pelo aderente a quem o uso foi autorizado.

Artigo 34.º

Disposições sobre proteção de dados de carácter pessoal

1 — Os dados de carácter pessoal que constem nas solicitações remetidas pelos interessados, serão tratados confidencialmente pelo titular que na solicitação deve autorizar expressamente o referido tratamento, com a única finalidade de verificação de cumprimento dos requisitos regulamentados, para outorga da autorização de utilizações da marca Terras de Trás-os-Montes. Para tal fim, os dados poderão ser cedidos às autoridades de certificação mencionadas no n.º 2 do artigo 25.º, às quais se imporá a obrigação de confidencialidade e de cedência a terceiros.

2 — No caso de não ser concedida a autorização, os dados serão eliminados.

3 — Uma vez concedida a autorização, os dados serão tratados para a sua integração no Registo de Pessoas Autorizadas regulado no artigo 9.º (Registo de utilizadores da marca Terras de Trás-os-Montes) será retirada do Registo e eliminados os dados, da pessoa que perde a autorização.

4 — Com carácter geral, e exceto no disposto no n.º 2 do artigo 25.º, ou por obrigação legal, os dados pessoais não são comunicados a terceiros.

5 — As pessoas autorizadas têm direito a obter confirmação sobre o tratamento dos seus dados, que leva a cabo o titular, perante quem pode exercer, na direção que figura no artigo 3.º deste regulamento, seus direitos de acesso, retificação e supressão dos seus dados e de limitação e oposição ao seu tratamento.

Artigo 35.º

Alterações ao regulamento

A CIM-TTM, como proprietária da marca Terras de Trás-os-Montes, será a única entidade autorizada a fazer as modificações ao presente regulamento e seus anexos.

Essas modificações serão notificadas às entidades autorizadas a utilizar a marca, para que possam cumprir as suas disposições.

Artigo 36.º

Entrada em vigor

O presente regulamento entra em vigor no dia seguinte ao da sua publicação no *Diário da República* e no portal de internet www.terrasdetrasosmontes.pt.

ANEXO I

Representação gráfica do selo da marca Terras de Trás-os-Montes

É obrigação do aderente respeitar as normas de utilização gráfica definidas no manual de identidade e uso da marca Terras de Trás-os-Montes, disponível na página de internet www.terrasdetrasosmontes.pt.

ANEXO II

Território de Abrangência da CIM-TTM

Considera-se para efeitos do presente regulamento o seguinte:

a) Território de abrangência definida para produtos alimentares, não alimentares, artesanato e serviços Território abrangido pela CIM-TTM composto pelos concelhos de Alfandega da Fê, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais;

b) Território de abrangência definida para estabelecimento aderente;

i) Território abrangido pela CIM-TTM composto pelos concelhos de Alfandega da Fê, Bragança, Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vila Flor, Vimioso e Vinhais; e/ou

ii) Território fora da abrangência da CIM-TTM desde que o estabelecimento cumpra com o definido no artigo 23.º do presente regulamento.



ANEXO III

Matriz de Cálculo — Produtos

TERRAS DE TRÁS-OS-MONTES - Critérios de determinação da incorporação local - PRODUTOS				
<i>(para o preenchimento, consultar as notas do pósgio final - para os produtos alimentares não alimentares e artesanais)</i>				
Nome do promotor:				
NIF/NIPC:				
Designação Específica Produto:				
NC (Nomenclatura Combinada) - Classificação Postal:				
CNAE (NCE 2008):		Período de Referência: J / J / J		
Unidade Base de Cálculo:		Preencher unicamente se o cálculo não somar. As células somadas contém fórmulas ou valores fixos.		
Unidade monetária: Euros				
Rubrica*		Custos diretos de produção (1)	% de incorporação local (2)	Valor de incorporação local (3)
Código de Conta	Custo merc. Vend. E mat. Consumidas	0		0,0
613 e 618	Materiais primos	0,0000	0,00%	0,0
612	Materiais subsidiários	0,0000	0,00%	0,0
612	Embalagens	0,0000	0,00%	0,0
612	Outros	0,0000	0,00%	0,0
Código de Conta	Fornecimentos e serviços externos	0		0,0
624	Energetidade *	0,0	00%	0,0
6242	Combustíveis * preencher primeiro o quadro inferior	0,0	0%	0,0
6243	Água	0,0	000%	0,0
6221	Trabalhos especializados	0,0	0,00%	0,0
621	Subcontratação	0,0	0,00%	0,0
625, 626 e 6261	Outros Fornecimentos e Serviços	0,0	0,00%	0,0
Código de Conta	Gastos com pessoal	0		0,0
631 e 632	Remunerações Pessoal Direto	0,0	0,00%	0,0
635, 637 e 638	Encargos com Remunerações	0,0	0,00%	0,0
635	Outros gastos com pessoal	0,0	0,00%	0,0
Código de Conta	Outros gastos operacionais	0,0		0,0
643	Gastos com amortizações de ativos intangíveis relacionados com propriedade industrial	0,0	0,00%	0,0
646	Gastos com amortizações de ativos intangíveis relacionados com programas de desenvolvimento	0,0	0,00%	0,0
654	Despesas com royalties	0,0	0,00%	0,0
680	Outros gastos	0,0	0,00%	0,0
TOTAL DOS GASTOS DIRETOS DE PRODUÇÃO		0,0		0,0
<i>(somatório das linhas de coluna (1) / somatório das linhas de coluna (3)) * 100</i>				0%
Critério Adicional 1		Empregos nas Terras de Trás-os-Montes		0,00%
Critério Adicional 2		Registos de propriedade industrial		0,00%
Critério Adicional 3		VAB / Volume de negócios		0,00%
				Percentagem Total de incorporação local
				0,00%
Observação da % de incorporação local na rubrica combustíveis:				
		custos combustíveis	% de incorporação	valor de incorporação
	Gasolina *	0,00	0%	0,0
	Gasóleo *	0,00	0%	0,0
	Gas natural *	0,00	0%	0,0
	GNL *	0,00	0%	0,0
	Biomassa *	0,00	000%	0,0
	Total	0,00	0%	0,0

Para a correcta simulação dos Critérios Adicionais deverão ser obtidos os valores ou informações necessárias para o cálculo.					
Critérios Adicionais	Forma de calculo	variavel 1	variavel 2	calculo	pontos percentuais
CA1. A empresa apresente uma % de Emprego no território abrangido pela CM-TTM face ao total de Emprego da empresa igual ou superior a 50%, são atribuídos 10 pontos percentuais.	Numero de empregados em Portugal / número de empregados que a empresa tem no total (consolidado).	Nº empregados nas Terras de Trás-os-Montes	Nº empregados total	#DIV/0!	#DIV/0!
CA2. A empresa tenha o produto protegido por direitos de propriedade industrial vigentes em Portugal (marca, patente, modelo de utilidade, desenho ou modelo industrial), são atribuídos 5 pontos percentuais.	Abrange registos de propriedade industrial feitos exclusivamente a nível nacional, a nível comunitário ou a nível internacional desde que a proteção inclua o território português.	Nº	0	0	0
CA3. A empresa apresente uma relação VAB P/VN igual ou superior a 20%, são atribuídos 5 pontos percentuais.	VAB: Valor Acrescentado Bruto do exercício do ano anterior ao ano da candidatura. Em euros. VN: Volume de Negócios do exercício do ano anterior ao ano da candidatura. Em euros	VAB	VN	#DIV/0!	#DIV/0!
Total pontos percentuale como resultado da aplicação dos critérios adicionais					#DIV/0!
(2) VAB= +Valor Bruto de Produção (VBP) - Consumos Intermedios					
VBP= + VN + Variação nos Inventários da Produção + Trabalhos para a própria Entidade + Rendimentos Suplementares + Subsídios à Exploração					
Consumos Intermedios = + Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas + Fornecimentos e Serviços Externos + Impostos Indiretos.					

ANEXO IV

Critérios de determinação da incorporação local para produtos

Para efeitos do presente número considera-se:

- a) “Produto” o resultado tangível de uma atividade ou processo de produção que pode ser oferecido num mercado para satisfazer uma necessidade;
- b) “Família de produtos” o grupo de produtos, pertencentes ao mesmo fabricante ou produtor, que partilham características e funções comuns, incluindo a tecnologia do produto, o seu conteúdo ou composição, visando um ou vários nichos de mercado, estando as funções de cada um deles associadas geralmente à mesma finalidade e utilização;
- c) “Unidade de base de cálculo” o parâmetro de referência que deve ter em conta o tipo de produto em avaliação, bem como o processo de fabrico utilizado na sua produção. Poderá considerar-se como unidade de base de cálculo, entre outras, a unidade de produto (peça), unidade de peso (quilograma, tonelada ou outras mais adequadas), a unidade de produção afeta a uma determinada área (quilograma/hectare);
- d) “Valor de Incorporação Local” o valor imputado de incorporação local a cada uma das rubricas de custos diretos referentes ao processo produtivo;
- e) “Percentagem de Incorporação Local” a percentagem dos custos diretos afetos ao processo produtivo de determinado produto ou família de produtos, que corresponde à fração dos custos diretos de produção associados a fatores de produção exclusivamente regionais;
- f) “Percentagem Total de Incorporação Local” a relação percentual entre o valor da incorporação local das diferentes rubricas de custos diretos referentes ao processo produtivo e o valor total dos custos diretos do processo produtivo de determinado produto ou família de produtos;



g) “Custos Diretos do Processo Produtivo” não incluem os custos relativos à organização e direção da empresa, à comercialização, à logística, à distribuição, ao marketing e à publicidade e outros custos indiretos, nem as depreciações de ativos fixos tangíveis utilizados no processo produtivo;

h) “Custos Referentes ao Processo Produtivo” as rubricas para determinação dos custos referentes ao processo produtivo de determinado produto/família de produtos correspondem aos seguintes códigos de contas do Sistema de Normalização Contabilística (SNC) aprovado pelo Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de julho, pelo Decreto-Lei n.º 36-A/2011, de 9 de março, bem como no Código de Contas a que se refere a Portaria n.º 1011/2009, de 9 de setembro e a Portaria n.º 107/2011, de 14 de março:

612 e 613 — Matérias primas, matérias subsidiárias, embalagens e outros materiais necessários ao fabrico do produto em avaliação;

6241 — Eletricidade — iluminação, força motriz, aquecimento, etc., necessários à produção do produto em avaliação, incluindo as respetivas taxas;

6242 — Combustíveis — gasolina, gasóleo e outros combustíveis necessários à produção do produto em avaliação, incluindo as respetivas taxas;

6243 — Água — necessária à produção do produto em avaliação, incluindo as respetivas taxas;

6221 — Trabalhos especializados — trabalhos prestados por outras entidades em domínios diferenciados da atividade/processo da entidade e necessários no âmbito da produção do produto em avaliação;

621 — Subcontratos — trabalhos prestados por entidades terceiras relacionados com o mesmo processo produtivo/mesma atividade da empresa;

6226, 6263 e 6261 — Outros fornecimentos e serviços (manutenção e conservação, seguros, rendas e alugueres, etc) associados ao produto em avaliação;

631 e 632 — Remunerações do pessoal direto, ou seja, os recursos humanos com intervenção direta na produção do produto em avaliação;

635 — Encargos sobre remunerações dos recursos humanos com intervenção direta na produção do produto em avaliação;

636, 637 e 638 — Outros gastos com pessoal — seguros de acidentes de trabalho, gastos com formação, com recrutamento e com fardamento do pessoal, com intervenção direta na produção do produto em avaliação;

643 — Gastos com amortização de ativos intangíveis relacionados com propriedade industrial ou com projetos de desenvolvimento, associados ao produto em avaliação;

6264 — Despesas com *royalties* associados ao produto em avaliação;

6884 — Outros gastos relacionados com ofertas e amostras de inventários próprios associados ao produto em avaliação.

ANEXO V

Cálculo da percentagem total de incorporação local para produtos

A fórmula de cálculo da percentagem total de incorporação local a que se refere o n.º 1 do artigo 12.º é:

$$\text{Percentagem total de incorporação local } Z = Y/X * 100 + C1 + C2 + C3$$

Assim:

Se $Z \geq 50\%$ o produto é elegível para a marca Terras de Trás-os-Montes

Deste modo:

Custos diretos da produção:

$$X = 612 + 613 + 6241 + 6242 + 6243 + 6221 + 621 + 6226 + 6263 + 6261 + 631 + 632 + 635 + \\ + 636 + 637 + 638 + 643 + 6264 + 6884$$



Valor de incorporação local:

$$Y = 612 * A + 613 * B + 6241 * 0,65 + 6242 * U + 6243 * C + 6221 * D + 621 * E + 6226 * F + 6263 * G + 6261 * H + 631 * I + 632 * J + 635 * K + 636 * L + 637 * M + 638 * N + 643 * O + 6264 * P + 6884 * Q$$

em que:

A, B, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P e Q são as percentagens de incorporação local
C = 1

e

U = é a percentagem e incorporação local dos combustíveis = (Custo da Gasolina * 0,38 + Custo Gasóleo * 0,34 + Custo GPL * 0,34 + Custo Biomassa * 1,00)/(Custo da Gasolina + Custo Gasóleo + Custo GPL + Custo Biomassa)

Critérios Adicionais (CA)

No âmbito da atribuição do selo Terras de Trás-os-Montes, aplicam-se os Critérios Adicionais definidos nas alíneas i, ii, iii do n.º 5 do artigo 12.º do regulamento de adesão ao selo Terras de Trás-os-Montes para os Produtos Alimentares, Não Alimentares, Artesanato, Serviços e Estabelecimentos Aderentes

ANEXO VI

Matriz de Cálculo — Serviços

Critérios de determinação da incorporação				
Nome do Promotor: _____				
NIF/NIPC: _____				
Designação Específica da Prestação do Serviço _____				
NC (Nomenclatura Combinada) - Classificação Pautal: _____				
CNBS INE 2008: _____				
Unidade monetária: Euros				
Período de Referência: ____/____/____ a ____/____/____				
Preencher unicamente as células não sombreadas. As células sombreadas contêm fórmulas ou valores fixos.				
Rubrica*	Custos directos (X)	% de incorporação regional (A..I)	Valor de incorporação regional (Y)	
Código de Conta				
0	0			0,0
612 e 613	Materiais-primas, subsidiárias e de consumo	0,0000	0,00%	0,0
623	Materiais	0,0000	0,00%	0,0
Código de Conta	Fornecimentos e serviços externos			0,0
621	Subcontratos	0,0	0,00%	0,0
622	Trabalhos especializados	0,0	0,00%	0,0
624	Honorários	0,0	0,00%	0,0
625	Deslocação e estada	0,0	0,00%	0,0
6241	Electricidade *	0,0	65%	0,0
6242	Combustíveis* * preencher primeiro o quadro inferior	0,0	0%	0,0
6243	Água	0,0	100%	0,0
6264	Riquilmes	0,0	0,00%	0,0
6226, 6263 e 6261	Outros Fornecimentos e Serviços	0,0	0,00%	0,0
Código de Conta	Gastos com pessoal			0,0
601 e 602	Remunerações pessoais directas	0,0	100%	0,0
605	Encargos com remunerações	0,0	0,00%	0,0
636, 637 e 638	Outros gastos com pessoal	0,0	0,00%	0,0
Código de Conta	Outros gastos operacionais			0,0
643	Gastos com amortizações de ativos intangíveis relacionados com propriedade industrial	0,0	0,00%	0,0
643	Gastos com amortizações de ativos intangíveis relacionados com projetos de desenvolvimento	0,0	0,00%	0,0
TOTAL DOS GASTOS TAREFAS		0,0		0,0
Índex de incorporação regional das rubricas (Y) / somatório das rubricas da coluna (X)*100				0%
		Percentag		0,00%
Obtenção da % de incorporação regional na rubrica combustíveis				
	custos combustíveis	% de incorporação	valor de incorporação	
	Gasolina *	0,00	38%	0,0
	Gasóleo *	0,00	34%	0,0
	Gás natural *	0,00	24%	0,0
	GPL *	0,00	34%	0,0
	Biomassa *	0,00	100%	0,0
	Total	0,00	95%	0,0
[*] As percentagens de incorporação regional da Electricidade e dos Combustíveis são definidas pela Direção Regional de Energia				
A empresa apresenta uma percentagem de emprego na RAA face ao total da empresa, igual ou superior a 50% Sim ou Não				

ANEXO VII

Critérios de determinação da incorporação local para serviços

Para efeitos do presente número considera-se:

a) “Serviços”, o valor comercializável não constituído por objeto material;



b) “Valor de Incorporação Local”, o valor imputado de incorporação local de cada uma das rubricas de custos diretos da prestação do serviço em avaliação;

c) “Percentagem de Incorporação Local”, a percentagem dos custos diretos incorporados ou consumidos no serviço em avaliação, que corresponde à fração dos custos diretos associados a fatores de produção exclusivamente regionais;

d) “Percentagem Total de Incorporação Local”, a relação percentual entre o valor da incorporação local das diferentes rubricas de custos diretos referentes ao serviço em avaliação e o valor total dos custos diretos dessas rubricas;

e) “Custos Direto” são os custos incluídos nas rubricas a seguir indicadas, que correspondem aos seguintes códigos de contas do Sistema de Normalização Contabilística (SNC) aprovado pelo Decreto-Lei n.º 158/2009, de 13 de julho, pelo Decreto-Lei n.º 36-A/2011, de 9 de março, bem como do Código de Contas a que se refere a Portaria n.º 1011/2009, de 9 de setembro, e a Portaria n.º 107/2011, de 14 de março:

612 e 613 — Matérias primas, subsidiárias e de consumo incorporadas/consumidas no serviço em avaliação;

623 — Materiais, equipamentos ou outros bens cuja vida útil não exceda, em condições de utilização normal, um período e a sua utilização se esgote nesse mesmo período;

621 — Subcontratos — trabalhos prestados por entidades terceiras relacionados com a mesma atividade da empresa;

6221 — Trabalhos especializados — trabalhos prestados por outras entidades em domínios diferenciados da atividade/processo da entidade e necessários no âmbito da produção do produto em avaliação;

6224 — Honorários respeitantes aos trabalhadores independentes (ex. médicos, advogados, consultores, ROC, etc.);

625 — Deslocação e estada — gastos com alojamento, alimentação fora do local de trabalho e transporte necessário para a atividade;

6241 — Eletricidade — iluminação, força motriz, aquecimento, etc., necessários à prestação do serviço em avaliação, incluindo as respetivas taxas;

6242 — Combustíveis — gasolina, gasóleo e outros combustíveis necessários à prestação do serviço em avaliação, incluindo as respetivas taxas;

6243 — Água — necessária à prestação do serviço em avaliação, incluindo as respetivas taxas;

6264 — *Royalties* necessários para o exercício da atividade cuja vida útil não exceda, em condições de utilização normal, um período e a sua utilização se esgote nesse mesmo período e que não cumpram os requisitos de reconhecimento como ativo;

6226, 6263 e 6261 — Outros fornecimentos e serviços (manutenção e conservação, seguros, rendas e alugueres, etc.) associados ao serviço em avaliação;

631 e 632 — Remunerações do pessoal direto, ou seja, os recursos humanos com intervenção direta na prestação do serviço em avaliação;

635 — Encargos sobre remunerações dos recursos humanos com intervenção direta na prestação do serviço em avaliação;

636, 637 e 638 — Outros gastos com pessoal — seguros de acidentes de trabalho, gastos com formação, com recrutamento e com fardamento do pessoal, com intervenção direta na prestação do serviço em avaliação;

643 — Gastos com amortização de ativos intangíveis relacionados com propriedade industrial ou com projetos de desenvolvimento, associados ao produto em avaliação.

ANEXO VIII

Cálculo da percentagem total de incorporação local para serviços

A fórmula de cálculo da percentagem total de incorporação local a que se refere no n.º 1 do artigo 18.º

Percentagem total de incorporação local

$$Z = (Y/X) * 100$$



Assim:

Se $Z \geq 80\%$ o serviço é elegível para a marca Terras de Trás-os-Montes

Deste modo:

Custos diretos:

$$X = 612 + 613 + 623 + 621 + 6221 + 6224 + 625 + 6241 + 6242 + 6243 + 6264 + 6226 + \\ + 6263 + 6261 + 631 + 632 + 635 + 636 + 637 + 638 + 643$$

Valor de incorporação local:

$$Y = 612 * A + 613 * B + 623 * C + 621 * D + 6221 * E + 6224 * F + 625 * G + 6241 * H + \\ + 6242 * I + 6243 * J + 6264 * K + 6226 * L + 6263 * M + 6261 * N + 631 * O + 632 * P + \\ + 635 * Q + 636 * R + 637 * S + 638 * T + 643 * U$$

em que:

A, B, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T e U são as percentagens de incorporação local

J = 1, correspondente à percentagem e incorporação local da água

H = 0,65, correspondente à percentagem e incorporação local de eletricidade e

I = é a percentagem e incorporação local dos combustíveis = $(\text{Custo da Gasolina} * 0,38 + \text{Custo Gasóleo} * 0,34 + \text{Custo GPL} * 0,34 + \text{Custo Biomassa} * 1,00) / (\text{Custo da Gasolina} + \text{Custo Gasóleo} + \text{Custo GPL} + \text{Custo Biomassa})$

ANEXO IX

Lista de classificação das atividades Económicas — CAE

Comércio

47111 Comércio a retalho em supermercados e hipermercados

47112 Comércio a retalho em outros estabelecimentos não especializados, com predominância de produtos alimentares, bebidas ou tabaco

47210 Comércio a retalho de frutas e produtos hortícolas, em estabelecimentos especializados

47220 Comércio a retalho de carne e produtos à base de carne, em estabelecimentos especializados

47230 Comércio a retalho de peixe, crustáceos e moluscos, em estabelecimentos especializados

47240 Comércio a retalho de pão, de produtos de pastelaria e de confeitaria, em estabelecimentos especializados

47250 Comércio a retalho de bebidas, em estabelecimentos especializados

47291 Comércio a retalho de leite e de derivados, em estabelecimentos especializados

47292 Comércio a retalho de produtos alimentares, naturais e dietéticos, em estabelecimentos especializados

47293 Outro comércio a retalho de produtos alimentares, em estabelecimentos especializados, n.e.

47510 Comércio a retalho de têxteis, em estabelecimentos especializados

47530 Comércio a retalho de carpetes, tapetes, cortinados e revestimentos para paredes e pavimentos, em estabelecimentos especializados

47591 Comércio a retalho de mobiliário e artigos de iluminação, em estabelecimentos especializados

47592 Comércio a retalho de louças, cutelaria e de outros artigos similares para uso doméstico, em estabelecimentos especializados

47593 Comércio a retalho de outros artigos para o lar, n.e., em estabelecimentos especializados



- 47610 Comércio a retalho de livros, em estabelecimentos especializados
- 47620 Comércio a retalho de jornais, revistas e artigos de papelaria, em estabelecimentos especializados
- 47711 Comércio a retalho de vestuário para adultos, em estabelecimentos especializados
- 47712 Comércio a retalho de vestuário para bebés e crianças, em estabelecimentos especializados
- 47750 Comércio a retalho de produtos cosméticos e de higiene, em estabelecimentos especializados
- 47761 Comércio a retalho de flores, plantas, sementes e fertilizantes, em estabelecimentos especializados
- 47770 Comércio a retalho de relógios e de artigos de ourivesaria e joalheria, em estabelecimentos especializados
- 47784 Comércio a retalho de outros produtos novos, em estabelecimentos especializados, n.e.
- 47910 Comércio a retalho por correspondência ou via Internet.

ANEXO X

Lista de classificação das atividades Económicas — CAE

Restauração e similares

- 56101 Restaurantes tipo tradicional
- 56102 Restaurantes com lugares ao balcão
- 56103 Restaurantes sem serviço de mesa
- 56104 Restaurantes típicos
- 56105 Restaurantes com espaço de dança
- 56106 Confeção de refeições prontas a levar para casa
- 56107 Restaurantes, n.e. (inclui atividades de restauração em meios móveis)
- 56210 Fornecimento de refeições para eventos
- 56290 Outras atividades de serviço de refeições
- 56301 Cafés
- 56302 Bares
- 56303 Pastelarias e casas de chá
- 56304 Outros estabelecimentos de bebidas sem espetáculo
- 56305 Estabelecimentos de bebidas com espaço de dança

313882723