



ASSESSORATO AGRICOLTURA
DIREZIONE REGIONALE AGRICOLTURA

AIUTI ALLA FILIERA CORTA
LEGGE REGIONALE 23/5/2008, N. 12
CRITERI PER L'ASSEGNAZIONE DEGLI AIUTI PER
L'ALLESTIMENTO DI AREE MERCATALI DESTINATE ALLA VENDITA DIRETTA
DEI PRODOTTI AGRICOLI

1. Premessa

Il presente documento disciplina i criteri per l'accesso ai finanziamenti pubblici previsti dall'art. 11 della legge regionale 23 maggio 2008, n. 12 (legge finanziaria per l'anno 2008) per l'allestimento di aree mercatali destinate alla vendita diretta dei prodotti agricoli ed agroalimentari ottenuti in ambito regionale.

2. Beneficiari

- Comuni, singoli od associati;
- Comunità montane.

3. Iniziative finanziabili

Tipologia a) investimenti materiali.

Lavori a base d'asta per opere edili, impianti, macchinari ed attrezzature per la realizzazione, l'ampliamento, la ristrutturazione, l'adeguamento igienico - sanitario e l'allestimento di aree mercatali ubicate su area pubblica, o su area privata purché aperta al pubblico, riservate ai produttori agricoli, singoli o associati, che intendono vendere direttamente i propri prodotti. Le spese relative agli oneri di sicurezza sono ammissibili nel limite del 4% dei lavori a base d'asta. Le spese tecniche per progettazione, direzione lavori e collaudo, sono ammissibili nel limite dell'8% dei lavori a base d'asta.

Tipologia b) investimenti immateriali.

Spese sostenute nel corso del primo biennio di funzionamento del mercato per attività di formazione e animazione dirette agli operatori coinvolti nell'iniziativa, da svolgersi

anche tramite le Associazioni e le Organizzazioni di rappresentanza degli stessi, nonché per la realizzazione di attività didattiche e informative rivolte ai consumatori.

Gli investimenti immateriali (Tipologia b) sono ammissibili solo se inseriti in progetti che prevedono la realizzazione di investimenti materiali (Tipologia a).

4. Spese non finanziabili

Sono escluse dal finanziamento le spese non espressamente indicate al punto precedente, ed in particolare l'acquisto di immobili e di terreni, spese per demolizioni e rimozioni di opere ed impianti preesistenti, l'acquisto di impianti, macchinari e attrezzature usate, i costi per iniziative promozionali e di marketing.

5. Limiti di spesa ammissibile

- La spesa minima ammissibile per gli investimenti materiali indicati al precedente punto 3 Tipologia a) è di 20.000 euro.
- La spesa massima ammissibile per gli investimenti materiali indicati al precedente punto 3. Tipologia a) è di 100.000 euro.
- La spesa massima ammissibile per gli investimenti immateriali indicati al precedente punto 3. Tipologia b) è di 20.000 euro all'anno per un periodo massimo di due anni.

6. Agevolazioni previste

Contributo in conto capitale fino al 70% della spesa ammessa per gli investimenti che ricadono nelle spese indicate al punto 3. Tipologia a).

Contributo in conto capitale fino al 50% della spesa ammessa per gli investimenti che ricadono nelle spese indicate al punto 3. Tipologia b).

7. Criteri per la selezione dei progetti

Per accedere ai finanziamenti occorre dimostrare la sostenibilità finanziaria dei progetti e la loro cantierabilità. Le domande idonee saranno inserite in una graduatoria di merito stilata utilizzando i punteggi indicati nella sottostante tabella.

TABELLA DEI CRITERI DI PRIORITA' E DEI PUNTEGGI PER LA VALUTAZIONE DEI PROGETTI.

N. ORD.	GRUPPO DI CRITERI DI PRIORITA'.	DESCRIZIONE	PUNTEGGIO
1	Frequenza del mercato	Il punteggio è attribuito in relazione alla maggior frequenza del mercato	1 punto per mercati aperti almeno due volte al mese 2 punti per mercati aperti almeno una volta alla settimana 4 punti per mercati aperti almeno sei giorni alla settimana
2	Numero di posteggi dedicati ai produttori agricoli	Il punteggio è attribuito in relazione al numero di posteggi presenti sul mercato	1 punto per almeno venti posteggi 3 punti per numero di posteggi compresi tra 21 e 30 4 punti per numero di posteggi compresi tra 31 e 50 5 punti per numero di posteggi superiore a 50
3	Autofinanziamento delle spese	Il punteggio è attribuito in relazione all'apporto di capitale proprio a copertura dell'investimento	2 punti per una partecipazione finanziaria superiore al 35% 3 punti per una partecipazione finanziaria superiore al 40% 4 punti per una partecipazione finanziaria superiore al 45% 6 punti per una partecipazione finanziaria superiore al 50%
4	Cantierabilità dell'investimento	Il punteggio è attribuito in relazione alla dimostrazione di un rapido avvio dei lavori	1 punto in presenza del titolo di possesso dell'area 3 punti in presenza del titolo di possesso dell'area e del progetto esecutivo 4 punti in presenza del titolo di possesso dell'area, del progetto esecutivo e della concessione edilizia
5	Interesse delle popolazioni coinvolte	Il punteggio è attribuito in relazione alla consistenza demografica degli enti territoriali coinvolti nel progetto	2 punti in presenza di progetto presentato da soggetto con popolazione compresa tra 6.000 e 50.000 abitanti 3 punti in presenza di progetto presentato da soggetto con popolazione compresa tra 50.001 e 100.000 abitanti 4 punti in presenza di progetto presentato da soggetto con popolazione superiore a 100.000 abitanti
6	Accessibilità	Il punteggio è attribuito in relazione all'accessibilità all'area di mercato	1 punto in presenza di aree di parcheggio limitrofe al mercato o in presenza di linee di trasporto pubblico.

Al fine di consentire una equilibrata assegnazione delle risorse sul territorio regionale, sarà finanziato, in via prioritaria, il progetto meglio classificato di ogni provincia.

Con le risorse eventualmente rimaste si procederà al finanziamento degli altri progetti, secondo l'ordine di graduatoria stilata su base regionale, fino ad esaurimento delle risorse disponibili.

A parità di punteggio la priorità è attribuita in base all'ordine di arrivo delle domande complete in ogni loro parte.

8 . Disciplinare

I comuni e le comunità montane interessate, devono approvare un disciplinare di mercato, sentito il "Comitato" di cui al successivo punto 9. Il disciplinare individua

l'area, regola il funzionamento del mercato (frequenze, orari di esercizio, tariffe, numero di posteggi, ecc.) e definisce i criteri e le modalità per l'assegnazione dei posti e la selezione dei nuovi partecipanti, i diritti e i doveri delle aziende e le sanzioni previste a carico degli operatori inadempienti.

Fatta salva la possibilità per l'ente locale di fissare norme più restrittive, il disciplinare stabilisce che i produttori ammessi al mercato devono:

- essere iscritti al registro imprese di cui all'art. 8 della legge n. 580/93;
- vendere prodotti provenienti dalla propria azienda agricola o dalle aziende agricole dei soci (per le cooperative e altre forme associative) nel rispetto dei limiti della prevalenza di cui all'art. 2135 c.c. In ogni caso l'ubicazione delle aziende e la provenienza del prodotto deve essere di origine e manifattura piemontese;
- garantire la stagionalità e la freschezza dei prodotti posti in vendita;
- rispettare le norme igienico-sanitarie e le norme sull'etichettatura in vigore per i singoli prodotti e garantire l'assenza di prodotti OGM;
- indicare il luogo di origine dei prodotti, la denominazione dell'impresa produttrice ed il prezzo di vendita.

Una cura particolare dovrà essere riservata all'allestimento degli stand per favorire una corretta informazione ai consumatori in ordine all'individuazione dell'azienda agricola, alle caratteristiche di tipicità dei prodotti venduti ed al processo produttivo.

L'attività di vendita deve essere esercitata dal titolare dell'impresa agricola, dai soci della società nel caso di cooperative o altre imprese associate, dai familiari coadiuvanti, nonché dal personale dipendente di ciascuna impresa.

All'interno del mercato può essere prevista un'area destinata a servizi complementari all'attività di vendita ritenuti utili o necessari per una migliore fruibilità. Tale area, complessivamente non superiore al 20% della superficie totale del mercato, può essere destinata anche ad operatori dell'artigianato agroalimentare di qualità, con merceologie non presenti sui banchi dei produttori, a condizione che siano garantiti i requisiti della territorialità, tipicità e utilizzo delle materie prime locali. In ogni caso sono esclusi gli operatori del commercio.

All'interno delle aree mercatali possono essere svolte, inoltre, attività culturali, didattiche e dimostrative legate ai prodotti alimentari tradizionali del territorio rurale di riferimento.

9. Comitato di mercato

In ogni area mercatale dovrà operare un "Comitato di mercato" al cui interno deve essere garantita la rappresentanza degli Enti locali interessati, dei produttori agricoli e dei consumatori. Il comitato, nominato dal comune o dalla comunità Montana interessata, esprime il suo parere sul disciplinare di mercato e vigila sulla sua corretta applicazione, svolge attività di controllo sulla qualità dei prodotti, sorveglia l'andamento dei prezzi e segnala all'ente locale gli eventuali operatori inadempienti.

Il Comitato può promuovere o suggerire all'ente locale la realizzazione di manifestazioni culturali, didattiche e promozionali riguardanti le produzioni tipiche del territorio ed ogni altra attività compatibile con le iniziative volte a favorire lo sviluppo della filiera corta, eventualmente concorrendo alla loro realizzazione.

10. Criteri preferenziali per l'ammissione dei produttori al mercato

Ai fini dell'assegnazione dei posti il comune o la comunità montana interessata, danno priorità alle aziende che prevedono di commercializzare, totalmente o in parte, le seguenti tipologie di prodotti:

- prodotti ottenuti nel rispetto di disciplinari di produzione più rigorosi in ambito ambientale quali i prodotti biologici certificati e quelli ottenuti con tecniche di produzione integrata (misura 214 del PSR 2007-2013);
- prodotti di qualità certificati (DOP, IGP, DOC e DOCG);
- prodotti agroalimentari tradizionali (PAT);
- prodotti che adottano sistemi di etichettatura volontaria e prodotti che adottano sistemi di rintracciabilità ai sensi delle norme UNI 10939, UNI 11020 e ISO 22005.

Costituiscono ulteriori criteri di priorità:

- la titolarità aziendale in capo ad una donna o ad agricoltori di età inferiore a quaranta anni;
- la trasparenza nella formazione del prezzo finale dei prodotti (prezzo chiaro) conseguita mediante l'indicazione del costo di produzione, del costo di trasformazione (eventuale) e del costo di vendita.