

Codice DB1113

D.D. 12 marzo 2014, n. 149

D.G.R. n. 28-6194 del 29 luglio 2013 e D.G.R. n. 73-5910 del 3 giugno 2013. Approvazione bozza accordo per collaborazioni interregionali per la promozione e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari.

Viste le misure comunitarie di sostegno alle attività di promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari attivate dalla Regione Piemonte nella programmazione 2007/2013 e di seguito illustrate:

- nell'ambito del Regolamento CE 1698/2006 PSR si è attivata la misura 133 "attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare" che riguarda la promozione e valorizzazione dei sistemi di qualità agroalimentari sul mercato comunitario e che ha permesso di finanziare tutte le produzioni a denominazione di origine, compresi i vini di qualità e il comparto biologico coinvolgendo quasi tutti i consorzi di tutela e generando investimenti per circa 30 milioni di euro in 5 anni; per l'annualità 2013/2014 la sua attuazione è stata regolata dalla D.G.R. n. 28-6194 del 29 luglio 2013 che ne ha dettato gli orientamenti.

- nell'ambito dell'OCM VINO, Regolamenti CE n. 1234/2007, n. 555/2008 e n. 491/2009, si è attivata la misura di sostegno a favore delle aziende vitivinicole per la promozione del vino, soprattutto di qualità, sui mercati dei paesi terzi, che ha permesso di finanziare la maggior parte delle aziende piemontesi che esportano generando investimenti per circa 80 milioni di euro in 6 anni e la cui attuazione per l'annualità 2013/2014 è stata regolata dalla DGR n. 73-5910 del 3 giugno 2013 "orientamenti all'attivazione della misura promozione del vino sui mercati dei paesi terzi"

Preso atto che gli orientamenti regionali per la promozione delle produzioni agroalimentari regolati dalle suddette deliberazioni si sviluppano integrando differenti livelli comunicativi esistenti, ossia:

a) il nome PIEMONTE, che è un valore riconosciuto all'area geografica (territorio) sulla base di un patrimonio di significati (country image) legato alle caratteristiche naturali, sociali, culturali, stratificatesi nel tempo e di cui il consumatore è a conoscenza spesso in maniera superficiale o attraverso stereotipi, positivi o negativi, che devono essere gestiti nella forma più opportuna. Peraltro questo quadro di significati dovrebbe essere coerente con l'insieme dei valori in cui effettivamente si riconoscono le istituzioni e le imprese e la comunità che vivono quel luogo. Teniamo anche conto che la regione assume sempre più un ruolo di ambito territoriale privilegiato dalle convenzioni commerciali, in particolare per i prodotti agro-alimentari;

b) i marchi collettivi di valorizzazione dell'origine (DOC, DOCG, DOP, IGP, IG) o di specifici processi produttivi (BIO) che agiscono generalmente su ambiti territoriali sub-regionali, rendendo maggiormente apprezzabile la specificità locale alla quale si attribuiscono le caratteristiche del prodotto e nella quale si amplia il senso di appartenenza dei produttori; un ruolo prioritario nella loro gestione è svolto dai Consorzi di tutela che, in Piemonte, sono numerosi ma soprattutto controllano la maggior parte dei marchi collettivi e – recentemente – lo fanno in forme aggregate anche complesse di consorzi e associazioni;

c) i marchi aziendali (corporate brand) o di prodotto (brand) che sono specifici della sensibilità e della strategia commerciale di ogni azienda.

Considerato inoltre che tali orientamenti intendono anche creare nuove opportunità di valorizzazione delle nostre produzioni combinando i suddetti elementi con gli stessi elementi di territori diversi di altre Regioni italiane sfruttando il valore aggiunto che tale mix può generare.

Ritenuto quindi necessario, nell'ambito dei suddetti orientamenti regionali, attuare collaborazioni congiunte tra territori appartenenti a Regioni diverse in modo da affrontare in modo efficace un mercato internazionale ormai globale, creando percorsi sempre più virtuosi nell'uso delle risorse pubbliche, nell'armonizzazione delle proposte promozionali regionali e nell'ottica di una migliore immagine del sistema Paese.

Questo processo collaborativo è già stato avviato con il bando 2013/2014 della misura "Promozione del vino sui mercati dei paesi terzi" che ha promosso la proposizione di progetti multiregionali, ed in particolare i progetti presentati che sono stati attivati in collaborazione con la Regione Valle d'Aosta (sulla base della nota prot. n. 10517 del 24.5.2013) e la Regione Liguria (sulla base della nota prot. n. 10803 del 28.5.2013). Tale forma di aggregazione, fortemente sostenuta dalla struttura regionale, ha consentito, oltre a creare sinergie tra aziende di diverse regioni, di recuperare cospicue risorse finanziarie provenienti dal fondo nazionale destinato alla misura.

Poiché la Deliberazione della Giunta Regionale n. 73-5910 del 3 giugno 2013 da mandato alla Direzione Agricoltura di attivare collaborazioni con le altre Regioni e Province autonome per favorire l'attuazione di percorsi di collaborazione finalizzati alla promozione sinergica delle proprie eccellenze produttive e territoriali.

Poiché la Deliberazioni della Giunta Regionale. n. 28-6194 del 29 luglio 2013 "Orientamenti per una strategia regionale di promozione dei prodotti agroalimentari " da mandato alla Direzione Agricoltura di approvare specifici bandi sulla misura 133 favorendo anche lo sviluppo di progetti sinergici con le altre Regioni italiane nell'ambito dell'Expò 2015 quale vetrina dell'agroalimentare italiano.

Al fine di dare attuazione ai propositi sanciti dalle su indicate deliberazioni regionali, e creare nuovi strumenti di valorizzazione che permettano di sviluppare e consolidare l'export italiano, si ritiene di approvare lo schema di accordo allegato alla presente.

Tutto ciò premesso:

IL DIRETTORE REGIONALE

visti gli artt. 4 e 17 del D.lgs. n. 165/2001;
visti gli artt. 17 e 18 della L.R. n. 23/2008;

determina

in applicazione delle disposizioni contenute nella D.G.R. n. 28-6194 del 29 luglio 2013 e nella DGR n. 73-5910 del 3 giugno 2013:

a) di avviare, proseguire e consolidare collaborazioni congiunte interregionali su tematiche di valorizzazione del patrimonio agro-alimentare tra Enti e territori appartenenti a Regioni diverse, per affrontare in modo coordinato ed efficace un mercato internazionale ormai globale, creando percorsi sempre più virtuosi nell'uso delle risorse pubbliche, nell'armonizzazione delle proposte promozionali regionali e nell'ottica di una migliore immagine del sistema Paese;

b) di formalizzare tali collaborazioni interregionali mediante la condivisione di uno schema di accordo tra le Regioni interessate, secondo la bozza allegata alla presente determinazione di cui è parte integrante (Allegato A).

c) di incaricare il responsabile del Settore programmazione e valorizzazione del sistema agroalimentare affinché provveda alla sottoscrizione dell'accordo ed a ogni incombenza conseguente l'adozione della presente determinazione.

La presente Determinazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 5 della legge regionale 22/2010.

Il Direttore
Gaudenzio De Paoli

Allegato

ALLEGATO A
SCHEMA DI ACCORDO PER LA PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE DELLE
PRODUZIONI AGROALIMENTARI STIPULATO TRA:

LA REGIONE PIEMONTE

E

LA REGIONE.....

1.Premessa

Lo scenario in cui le aziende agroalimentari devono confrontarsi è profondamente mutato negli ultimi decenni a causa dell'intensificarsi della competizione internazionale sempre più agguerrita, l'ingresso di nuovi competitors e il cambiamento dei consumi.

Le denominazioni d'origine e le indicazioni geografiche possono essere uno strumento competitivo fondamentale in quanto offrono ai produttori e ai consumatori un'opportunità per rendere riconoscibile un prodotto di qualità, sono quindi un mezzo strategico per comunicare le conoscenze e le competenze dei produttori e le caratteristiche di eccellenza dei territori di provenienza.

Ma le denominazioni d'origine e le indicazioni geografiche non si vendono da sole. Ossia la loro valorizzazione non può prescindere dalla forza e dalla portata delle iniziative di promozione che i produttori e l'intera filiera commerciale sono in grado di sviluppare per aumentarne la conoscenza e la riconoscibilità agli occhi del consumatore.

L'obbiettivo della promozione è fare acquistare il prodotto, sviluppandone la conoscenza nel consumatore, agendo sulla sua curiosità, gestendo la sua propensione all'acquisto e fidelizzandolo con la qualità.

Poiché le nuove frontiere del mercato sono quelle più lontane, occorre elaborare strategie regionali di promozione e comunicazione innovative che tengano ben presente questo aspetto.

Diventa prioritario quindi sviluppare collaborazioni tra territori diversi al fine di massimizzare le sinergie, valorizzare le competenze di ognuno e ottimizzare i costi nell'ottica del servizio reso al sistema agroalimentare italiano nel suo complesso, attingendo alle risorse comunitarie di propria pertinenza.

Le misure comunitarie di sostegno alle attività di promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari a disposizione delle Regioni sono:

- nell'ambito del Regolamento CE 1698/2006 PSR, nel periodo di programmazione 2007/2013, la misura 133 "attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare" che riguarda la promozione e valorizzazione dei sistemi di qualità agroalimentari sul mercato comunitario;
- nell'ambito dell'OCM VINO, Regolamenti CE n. 1234/2007, n. 555/2008 e n. 491/2009, è attivata la misura di sostegno a favore delle aziende vitivinicole per la promozione del vino, soprattutto di qualità, sui mercati dei paesi terzi; la programmazione durerà fino al 2020.

2. Attività oggetto dell'accordo

Si ritiene di fondamentale importanza proseguire, consolidare e attivare percorsi di collaborazione interregionali su tematiche di valorizzazione del patrimonio agro-alimentare, in particolare si ritiene di favorire:

- l'ideazione e la realizzazione di progetti multiregionali, tra aziende appartenenti a regioni diverse, nell'ambito della promozione del vino sui mercati dei paesi terzi;
- lo scambio di esperienze o la proposizione di progetti congiunti di valorizzazione delle rispettive produzioni agroalimentari e peculiarità territoriali attraverso eventi promozionali, manifestazioni fieristiche tra cui riveste un particolare rilievo l'Expo 2015;
- lo sviluppo di iniziative di valorizzazione e promozione congiunte tra Enotecche regionali ed Enti promozionali appartenenti a regioni diverse, che permettano di creare nuovi sistemi di valorizzazione del rispettivo territorio e delle proprie eccellenze produttive;

Nel corso del periodo oggetto del presente accordo potranno essere aggiunte ulteriori attività

3. Modalità operative

Le attività del punto precedente potranno essere oggetto di specifici accordi attuativi che ne disciplineranno nel dettaglio le modalità di esecuzione nel rispetto della normativa vigente.

Il presente accordo non comporta oneri finanziari a carico delle parti, non è vincolante e non prevede forma di controllo o sanzione, è però per i firmatari una presa d'atto della necessità di confrontarsi e di sviluppare collaborazioni sulle suddette tematiche.

4. Durata

La durata del presente accordo rispetterà i termini temporali degli specifici progetti concordati.

Per la Regione Piemonte

Il Responsabile del Settore
Programmazione e Valorizzazione
del sistema agro-alimentare
- Dott. Moreno SOSTER -

Per la Regione _____

Il Responsabile _____
