

Deliberazione della Giunta Regionale 11 marzo 2011, n. 30-1718

Approvazione delle "Linee di indirizzo, orientamento e priorità" per la promozione agricola e agroalimentare 2011" e delle disposizioni per gli interventi previsti con l'art. 41 della L.R. n. 63/78 e dell'art. 8 della L.R. n. 13/99.

A relazione dell'Assessore Sacchetto:

Visto l'art. 41 della L.R. n. 63/78 e sue modifiche e integrazioni, il quale prevede che l'Amministrazione Regionale, per la promozione dei prodotti agricoli, agroalimentari, zootecnici, possa svolgere attività direttamente o avvalendosi di Enti, Associazioni, Istituzioni e Società specializzate, e che possa concedere contributi per finanziare progetti e iniziative realizzate da Enti, Istituzioni, Associazioni, Consorzi.

Visto l'art. 8 della L.R. n. 13/99 il quale prevede che la Regione possa finanziare programmi di informazione e promozione dell'agricoltura biologica e delle sue produzioni.

Vista la DGR n. 21-4797 del 17/12/2001 con la quale sono state approvate le nuove istruzioni per l'applicazione dei suddetti interventi, e che prevedono anche che la Giunta regionale approvi annualmente il documento contenente le linee di indirizzo, orientamento, priorità delle azioni promozionali per l'anno successivo e la data di scadenza di presentazione delle domande di finanziamento.

Ritenuto di dare continuità e di far sempre più evolvere gli interventi promozionali a favore dell'agricoltura e delle produzioni agricole, agroalimentari, zootecniche e biologiche, poiché esse risultano fondamentali per lo sviluppo dell'intero settore primario i cui prodotti, per le forti caratteristiche di qualità, di tradizioni, di legami con i rispettivi territori, presentano un alto valore aggiunto e contribuiscono anche a rilanciare l'immagine e l'accoglienza complessiva del Piemonte.

Rilevato, altresì, che in tema di promozione e valorizzazione dell'agricoltura e delle sue produzioni, il quadro dell'intervento pubblico, specie negli ultimi anni, è cambiato e si è esteso notevolmente, e dunque, si ritiene utile e opportuno descrivere, di seguito, l'elenco completo dei riferimenti legislativi e normativi, aggiuntivi e contestuali a quelli previsti con i suddetti art. 41 della L.R. 63/78 e art. 8 della L.R. 13/99:

- L.R. n. 37/80, "Enoteche regionali e Botteghe del vino", e relativa DGR n. 46-2278 del 27/02/2006 per il finanziamento e coordinamento di tali strutture.
- L.R. n. 17/99 che trasferisce alle Province numerose funzioni.
- L.R. n. 29/2002 con la quale è stato costituito l'Istituto per il Marketing agroalimentare del Piemonte (IMA Piemonte), e la L.R. n. 17/2008 che trasforma l'IMA in *Società in house*;
- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013 del Piemonte, ed in particolare la relativa misura n. 133 sulla promozione dei prodotti dei sistemi di qualità.
- L.R. n. 13/2006 che istituisce il Centro Estero per l'Internazionalizzazione del Piemonte (CEIP), con il compito di sostenere l'economia piemontese, compreso il settore agroalimentare, sui mercati internazionali.

- Regolamento (CE) n. 479/08 sull'OCM Vino, in particolare per la misura "Promozione sui mercati dei Paesi terzi dei vini DOC e DOCG";
- DGR n. 51-12426 del 26/10/2009 che approva le "Linee programmatiche di valorizzazione dei prodotti agroalimentari piemontesi".
- DGR n. 27-12515 del 09/11/2009 che approva il progetto Piemonte Agri Qualità.
- DGR n. 1-11456 del 25/05/2009: modalità di iscrizione all'elenco regionale delle Fattorie Didattiche del Piemonte.

Rilevato che da tale quadro si delinea un complesso sistema di leggi, norme, misure, che innesca nuovi rapporti tra le Istituzioni e gli Enti, che vede crescere il ruolo e le competenze di nuovi attori pubblici e privati anche nel campo agricolo e nella sua promozione e nelle sue correlazioni istituzionali e con i temi economici e sociali della regione.

Ritenuto, a fronte di tale realtà e della critica situazione economica finanziaria, sempre più necessario e utile sviluppare elementi virtuosi di razionalizzazione, attività di coordinamento, criteri di efficacia, efficienza, trasparenza, semplificazione amministrativa e, ancor più, di fare un uso più austero e oculato delle risorse finanziarie con iniziative che portino effettivi benefici al mondo della produzione agricola e all'economia piemontese.

Rilevato, pertanto, che il documento allegato alla presente deliberazione dal titolo "Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agroalimentare 2011", si configura come documento generale di programmazione in materia di promozione e valorizzazione agricola e agroalimentare; esso, infatti, comprende il suddetto quadro normativo legislativo di riferimento, con il programma delle azioni di valorizzazione, promozione e le misure di sostegno, le disposizioni previste con la DGR n. 21-4797 del 17/12/2001 con le misure di finanziamento per il sostegno ai progetti di soggetti terzi ed ancora le attività e le azioni della Regione da svolgere direttamente e in collaborazione con IMA Piemonte e con altri soggetti, come CEIP, Unioncamere e Camere di Commercio, Province; il documento, inoltre, per tutte le iniziative e le misure indica le relative risorse finanziarie disponibili.

Preso atto che sul documento oggetto della presente deliberazione, in data 7 febbraio 2011, è stato sentito il parere della commissione regionale consultiva per l'agricoltura;

Preso atto che gli interventi di cui alla presente deliberazione trovano copertura finanziaria sulle risorse finanziarie assegnate alla Direzione Agricoltura sulla UPB (DB11021).

Vista la L.R. n. 25 del 27 dicembre 2010 "Legge finanziaria 2011";

Vista la L.R. n. 26 del 31 dicembre 2010 " Bilancio di previsione per l'anno finanziario 2011 e bilancio pluriennale per gli anni finanziari 2011-2013";

La Giunta regionale, unanime;

delibera

Di approvare il documento allegato alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale, contenente le Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agricola e agroalimentare 2011, con le relative disposizioni, adempimenti e quadro economico finanziario.

Di dare mandato alla Direzione Agricoltura di procedere negli adempimenti per l'attuazione delle disposizioni previste nelle suddette "Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agricola e agroalimentare 2011".

Di dare atto che le misure ed interventi citati nell'allegato alla presente deliberazione trovano copertura finanziaria negli stanziamenti della competente UPB (DB11021) del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2011.

La presente deliberazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 5 della Legge Regionale n. 22 del 12/10/2010.

(omissis)

Allegato



Linee di indirizzo, orientamento e priorità per la promozione agricola e agroalimentare 2011

Indice

PREMESSA	pag. 3
1. Macro Dati di riferimento del Piemonte agricolo ed agroalimentare	pag. 4
1.1. Dati e valori del Piemonte agricolo e agroalimentare	pag. 4
1.2. Gli scambi agroalimentari del Piemonte con l'estero	pag. 4
2. Il contesto piemontese dell'attività di promozione agroalimentare	pag. 8
3. L'intervento pubblico sul settore agricolo e agro-alimentare e breve descrizione dei settori produttivi	pag. 9
4. Linee di intervento e priorità	pag. 13
AZIONI	pag. 14
1. Rafforzare l'immagine del Piemonte come terra di qualità, promuovendo l'informazione e la conoscenza riguardo ai prodotti, il territorio e le politiche regionali	pag. 14
2. Valorizzare le produzioni agroalimentari piemontesi	pag. 17
3. Promuovere l'alimentazione consapevole dei cittadini attraverso la rete delle fattorie didattiche	pag. 19
4. Sostenere il settore produttivo favorendo la promozione del comparto agroalimentare piemontese dei prodotti di qualità certificata sul mercato nazionale ed internazionale attraverso misure di finanziamento a valere su fondi comunitari	pag. 21
4.1. La promozione dei prodotti aderenti ai sistemi di qualità riconosciuti (DOP, IGP, DOC, DOCG e sistema biologico) attraverso il Programma di Sviluppo Rurale - Misura 133 "Attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare".	pag. 21
4.2. La promozione dei vini sui mercati dei Paesi Terzi nell'ambito dell'OCM Vino.	pag. 25
5. Sostenere il settore produttivo favorendo la promozione dei prodotti agroalimentari piemontesi, il loro territorio di provenienza e le tradizioni attraverso misure di finanziamento a valere su fondi regionali per le attività di promozione agricola e agroalimentare delle Province.	pag. 27
6... Sostenere il settore produttivo favorendo la promozione dei vini piemontesi, il loro territorio di provenienza e le tradizioni attraverso misure di finanziamento a valere su fondi regionali per interventi promozionali nell'ambito della L.R. 37/80 a favore delle Enotecche regionali, le botteghe del vino o cantine comunali.	pag. 28
7. Promuovere l'informazione e la conoscenza da parte del consumatore dei prodotti piemontesi e della qualità attraverso iniziative a regia regionale tra cui manifestazioni fieristiche da attuare anche in collaborazione con l'Istituto marketing Agroalimentare per il Piemonte (IMA) e il Centro estero per l'internazionalizzazione del Piemonte (Ceip).	pag. 29
7.1. Interventi promozionali diretti e compartecipati della Regione	pag. 29
7.2. Concessione contributi a sostegno attività promozionali soggetti terzi per progetti e manifestazioni	pag. 30
8. Rafforzare l'immagine del Piemonte e delle sue produzioni di qualità presso i punti vendita e la grande distribuzione.	pag. 31

Premessa

Con questo documento, vengono tracciate e approvate dalla Giunta Regionale le **linee di indirizzo, orientamento e priorità delle azioni promozionali e pubblicitarie a favore dei prodotti agricoli, agroalimentari, zootecnici e biologici del Piemonte**, come previsto dalla L.R. 63/78 art. 41, la L.R. n. 13/99, art. 8 e dalla D.G.R. n. 21-4797 del 17/12/2001 che approva le istruzioni per l'applicazione dei suddetti interventi.

Il documento descrive le **strategie e le azioni di valorizzazione e promozione dell'agricoltura piemontese e delle sue produzioni tipiche, di qualità certificate, il sostegno alle filiere per azioni di informazione e di promozione sul mercato interno ed estero, la promozione del territorio rurale e della sua offerta enogastronomica, l'informazione al consumatore, la realizzazione dei progetti di educazione alimentare**, nel quadro della programmazione regionale e delle sue linee strategiche (tenuto conto del programma di sviluppo rurale della Regione Piemonte 2007-2013, anche nel contesto del documento di programmazione economica e finanziaria della Regione Piemonte e delle sue politiche di sviluppo e promozione complessive, compresa la compartecipazione a grandi eventi), in una situazione economica e finanziaria che impone una razionalizzazione della spesa e degli interventi pubblici di sostegno e una maggiore oculatezza, assegnando le necessarie priorità.

Tale documento, generale e programmatico, mette assieme in una logica di coordinamento, unitarietà, sinergie, razionalizzazioni economiche e amministrative, l'insieme delle norme, leggi e organismi che riguardano la promozione e valorizzazione dell'agricoltura piemontese e delle sue produzioni, in coerenza con i principi di efficacia, efficienza, economicità, trasparenza, sussidiarietà, semplificazione e in conformità alla normativa vigente in materia di promozione e pubblicità e della regolamentazione degli aiuti di stato.

Il documento tiene conto della seguente **normativa di riferimento**:

- Regolamento CE n. 1698 del 20/09/2005 del Consiglio (FEASR) in merito al programma di sviluppo rurale 2007-2013 per la misura 133 "Attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare";
- Regolamento CE n. 479/2008 e decreto del ministro delle politiche agricole e forestali n. 4123 del 22/07/2010 in merito alla misura "promozione dei vini sui paesi terzi";
- art. 41 della legge regionale 12 ottobre 1978 n. 63, relativa a "interventi regionali in materia di agricoltura e foreste in merito all'attuazione di iniziative promozionali" e D.G.R. n. 21-4717 del 17/12/2001 di applicazione;
- art. 7 della legge regionale 12 maggio 1980 n. 37, relativa a "Le Enotecche Regionali, le Botteghe del Vino o Cantine Comunali";
- art. 8 della legge regionale 25 giugno 1999 n. 13, relativa a "Norme per lo sviluppo dell'agricoltura biologica" e D.G.R. n. 21-4717 del 17/12/2001 di applicazione;
- art. 2 del Disegno di legge regionale n. 101 "Disposizioni collegate alla Legge Finanziaria per l'anno 2011", presentato il 10 Dicembre 2010;
- L.R. n. 29/2002 che istituisce IMA Piemonte (Istituto Marketing agroalimentare) ;

nonché delle **correlazioni con i soggetti istituzionali** quali le Province e la L.R. 17/99, Unioncamere Piemonte e Camere di Commercio, l'Istituto per il Marketing agroalimentare Piemonte, il Centro estero per l'Internazionalizzazione del Piemonte.

L'impostazione del presente documento si inquadra inoltre all'interno della normativa comunitaria vigente e in coerenza con la sua evoluzione determinata dalla proposizione della Commissione europea di regolamento relativo ai sistemi di qualità applicabili ai prodotti agricoli (cosiddetto "**pacchetto qualità**") approvato il 10/12/2010 che oltre alla revisione delle denominazioni di origine e indicazioni geografiche disciplina anche un sistema di qualità applicabile alle menzioni di qualità facoltative individuanti produzioni agroalimentari con specificità di processo e di prodotto, aventi caratteristiche qualitativamente superiori rispetto alle norme di commercializzazione o ai requisiti minimi stabiliti dalla normativa (prodotto da produzione integrata, prodotto tradizionale, prodotto di montagna, prodotto delle aree parco).

Le **strategie programmatiche regionali** quindi in particolare vogliono promuovere i prodotti agricoli ponendo l'accento sulla **qualità come uno degli strumenti fondamentali per favorire il consolidamento e lo sviluppo della agricoltura** (dove per qualità deve intendersi nel senso più ampio: tipicità, qualità organolettiche, biodiversità, sicurezza alimentare, metodi di produzione rispettosi di disciplinari a basso impatto sull'ambiente e sull'uomo) e per contrastare la sempre più agguerrita competizione dei paesi esteri, a fronte di una debolezza intrinseca derivante dalla notevole frammentazione e polverizzazione delle aziende agricole e di una sempre più forte presenza della grande distribuzione (difficoltà accentuate ulteriormente in questo periodo dal doppio effetto negativo dell'aumento dei costi di produzione e servizi e del calo dei prezzi corrisposti ai produttori).

Il documento prevede la realizzazione di vari **interventi**, di cui sono riportati anche i relativi **quadri economici e finanziari**, che sono costituiti sia da azioni dirette e compartecipate, sia da azioni dirette e contestuali a sostegno della promozione svolta da soggetti terzi, sia da altre azioni che si inseriscono nel sistema di promozione regionale.

1. Macro Dati di riferimento del Piemonte agricolo ed agroalimentare

Il Piemonte si caratterizza per una agricoltura complessa e variegata; regione d'eccellenza nell'agroalimentare, nella enogastronomia e in quella che si definisce l'economia del gusto.

L'importanza del settore agricolo e agroalimentare nel contesto economico e sociale piemontese si può dedurre dai dati e valori del Piemonte agricolo ed agroalimentare e dei suoi scambi con l'estero.

1.1. Dati e valori del Piemonte agricolo ed agroalimentare

Il Piemonte agricolo ed agroalimentare è rappresentato da:

- 1 milione di ettari di SAU con circa 120.000 aziende agricole, di cui circa 70.000 quelle operative;
- 70.000 circa gli occupati in agricoltura, di cui 17.000 dipendenti.
- 9.700 circa le aziende agroindustriali con 40.000 addetti;
- 300 cooperative agricole (molte delle quali fanno anche trasformazione e commercializzazione);
- 7.800 aziende artigiane; ad indirizzo agricolo agroalimentare;
- 850 aziende che praticano l'agriturismo;
- 3.208 milioni di euro il valore agricolo a prezzi di base del 2009;
- 3.342 milioni di euro il valore dell'export agricolo agroalimentare nel 2009 (circa il 11% del totale export piemontese).

Altri elementi peculiari sono rappresentati dai paesaggi agricoli e rurali, dall'enogastronomia, che attivano quel crescente fenomeno del turismo agricolo, rurale ed enogastronomico, e dalla difesa delle biodiversità e dal presidio dei territori a rischio di abbandono e marginalità, per cui l'agricoltura in Piemonte è sempre più legata a forti valenze ambientali.

È evidente quindi l'importanza di tutelare e promuovere il sistema agricolo non solo per le sue dimensioni economiche produttive, ma anche per il contributo che esso dà nella immagine, nell'accoglienza e nella crescita complessiva del Piemonte.

1.2. Gli scambi agroalimentari del Piemonte con l'estero

Un apposito studio dell'andamento di mercato dei principali settori agroalimentari piemontesi e delle relative performance in termini di import e export che la Regione Piemonte ha commissionato all'Istituto Nazionale di Economia Agraria ha analizzato gli scambi agroalimentari del Piemonte con l'estero, individuando la posizione del Piemonte rispetto al dato complessivo del commercio dell'Italia. Tale documento è risultato un'utile strumento per la comprensione sia dello stato attuale che delle dinamiche in atto a supporto delle scelte dell'amministrazione regionale.

Per i principali prodotti e/o gruppi di prodotti l'analisi si estende a considerare la posizione relativa del Piemonte rispetto ai concorrenti stranieri sui mercati di riferimento e si propone anche di valutare le dinamiche temporali dei partner commerciali del Piemonte al fine di arrivare a distinguere tra mercati in fase di espansione e mercati maturi. Tali dinamiche possono riguardare sia il mercato di riferimento (per osservare, dunque, se il mercato è in crescita o meno), sia il ruolo del Piemonte, ovvero se la quota del Piemonte rispetto al mercato in esame è in crescita o meno.

Ad un paragrafo introduttivo di carattere metodologico segue un capitolo nel quale viene innanzitutto evidenziato il ruolo rivestito a livello nazionale dal Piemonte in termini di export agroalimentare e dove l'attenzione è focalizzata sui settori (e sulla relativa quota di esportazioni) di maggiore interesse per il Piemonte. A questo proposito, uno specifico indice di performance settoriale consente di individuare quali sono i settori di maggior rilievo non solo in termini di entità dei flussi di esportazione, ma anche in relazione alla loro dinamicità.

Gli strumenti informativi utilizzati ai fini dell'indagine sono rappresentati dalla banca dati INEA sul commercio estero dei prodotti agroalimentari (per il dato nazionale e regionale) e dalla banca dati COMTRADE (per il dato internazionale).

La banca dati INEA, in particolare, partendo dai dati di base forniti dall'ISTAT - attraverso 4.715 codici doganali successivamente riaggregati in voci ritenute funzionali all'analisi del commercio - da circa un ventennio consente all'INEA di monitorare annualmente il commercio agroalimentare dell'Italia.

La banca dati COMTRADE è, invece, la banca dati delle Nazioni Unite contenente tutte le informazioni sugli scambi commerciali, in valore e in quantità, a livello di 6 digit HS, ovvero nella classificazione merceologica condivisa a livello internazionale.

Le variabili di interesse sono quelle classiche di questo tipo di analisi, vale a dire, flussi in valore e quantità, saldo commerciale e saldo normalizzato, con un dettaglio merceologico al massimo grado di disaggregazione possibile e un dettaglio geografico funzionale alla lettura dei dati.

L'indagine è articolata in due parti. La prima parte analizza i principali mercati di destinazione dell'agroalimentare piemontese. Lo scopo è di avere una mappa dettagliata dei partner (Paesi o aggregati di Paesi) per comparti e prodotti, affinché si possano individuare i mercati di riferimento della regione.

L'analisi divide i mercati d'interesse, ovvero individua i settori da analizzare, attraverso due chiavi di lettura: per il peso del settore sul totale esportato e per la dinamicità dei settori.

In entrambe le sezioni si tengono in considerazione i volumi in quantità e in valore dei flussi di esportazioni nonché la dinamicità dei flussi. In sostanza, i prodotti agroalimentari piemontesi oggetto di analisi sono identificati in base alla loro importanza e alla dinamicità dei flussi da essi determinati (in particolare, i volumi sono calcolati sommando i flussi di esportazioni cumulati dal 1998 al 2008).

Il peso di ogni settore è calcolato suddividendo il decennio in due periodi: 1998-2003 e 2003-2008 e dando dei pesi diversi ai valori nei due periodi. Le quote che si ottengono, quindi, sono pesate in modo differente, ed, in particolare, viene dato maggiore rilevanza al quinquennio 03-08, ciò al fine di includere, anche nel calcolo delle quote, la dinamica osservata negli anni più recenti.

La seconda parte dell'indagine sarà intesa a "contestualizzare" i mercati di riferimento (per i principali prodotti di esportazione del Piemonte), con l'obiettivo di individuare i potenziali competitori internazionali per ciascun settore/prodotto.

Per i principali mercati di riferimento di ciascun prodotto vengono calcolate le quote di importazione per ciascun fornitore (come già accennato, a questo scopo è utilizzata la banca dati COMTRADE2).

L'analisi ha anche l'obiettivo di individuare la dinamica dei mercati di riferimento negli ultimi dieci anni (mercato che cresce o si riduce) e delle quote di mercato di ciascun competitor (in crescita, stazionario o in regressione).

Nel 2008 il contributo del Piemonte alle esportazioni agroalimentari dell'Italia si attesta al 13,5%, confermando il terzo posto in graduatoria dopo Lombardia e Emilia Romagna. Dal lato delle importazioni la regione occupa, invece, il quarto posto con una quota del 9%. I prodotti dell'industria alimentare rappresentano la quasi totalità delle esportazioni agroalimentari regionali con una quota superiore al 90% e un peso sul totale nazionale del 15,8%. Il settore primario ricopre, invece, maggiore importanza nell'import agroalimentare regionale con una quota del 54% e un'incidenza sul valore nazionale del 15,8% (tab. 4).

Nel 2008 il saldo agroalimentare complessivo migliora rispetto all'anno precedente attestandosi a 520,7 milioni di euro; anche l'andamento del saldo normalizzato, pari al 7,8%, risulta positivo con un aumento di 1,4 punti percentuali. Tale miglioramento è imputabile esclusivamente all'industria alimentare che raggiunge un saldo complessivo di 1.859,6 milioni di euro e un saldo normalizzato del 36,9%, con un incremento di 1,6 punti percentuali. Al contrario, il settore primario, caratterizzato da un elevato deficit (-1.339 milioni di euro), evidenzia un ulteriore peggioramento, con il saldo normalizzato che passa da -65,3% (2007) a -68% (2008). In questo settore si assiste, infatti, ad un incremento degli acquisti dall'estero (+4,6%) e ad una contestuale contrazione delle esportazioni (-5%). Questi andamenti forniscono un'ulteriore conferma della specializzazione regionale nella trasformazione di materie prime agricole e conseguente vendita di prodotti trasformati.

Nella successiva tabella si evidenziano il valore medio delle esportazioni agroalimentari nel periodo 1998-2008, i principali clienti e i clienti dinamici, ossia quei paesi che hanno evidenziato nel corso del decennio una forte crescita degli acquisti dal Piemonte del settore in esame.

PIEMONTE: ESPORTAZIONI CON L'ESTERO DI PRODOTTI AGROALIMENTARI PER PRINCIPALI AGGREGATI - QUOTE SETTORIALI

Settori	Tot. 98-08 valore (migliaia di euro)	Principali clienti	Clienti dinamici Quota su Italia (%)
2534 - vino	7.184.582,00	Germania	Cina
		Regno unito	Corea del sud
		Francia	Irlanda
		Usa	India
			Romania
			Hong kong
			Ungheria
			Finlandia
			Malaysia
			Panama
			Lituania
			Lettonia
			Sud africa
			Perù
			Russia
			Uruguay
			Emirati arabi
			Singapore
			Repubblica ceca
2420 – zucchero e prodotti dolciari	3.779.355,00	Francia	Cina
		Germania	Lussemburgo
		Bosnia	Estonia
		Belgio	Singapore
			Hong kong
			Corea del sud
			Irlanda
			Ungheria
			Giappone
2560 – altri prodotti alimentari trasformati	2.956.165,00	Francia	India
		Germania	Venezuela
		Regno unito	Corea del sud
			Resto asia
			Messico
			Ucraina
			Lituania
			Ecuador
			Vietnam
			Turchia
			Canada
			Cipro

Osservando i primi risultati dell'indagine in termini di valore delle esportazioni si rileva come i principali settori di riferimento dell'agroalimentare piemontese sono: il vino, i derivati dei cereali, zucchero e prodotti dolciari, altra frutta fresca e altri prodotti alimentari trasformati.

Oltre alla Germania, Francia e Regno Unito si evidenziano altri partner per i singoli settori, quali il Belgio nel caso dei derivati dei cereali, l'USA per il vino, Spagna, Polonia e Paesi Bassi per l'altra frutta fresca e Bosnia-Erzegovina e Belgio per lo zucchero e i prodotti dolciari.

Dal punto di vista dinamico, invece, merita attenzione la Cina che, sia nel caso del vino che dello zucchero e prodotti dolciari, pur pesando ancora poco evidenzia tassi di crescita interessanti. Sempre a livello asiatico, il primo paese per variazione, in aumento, del settore degli altri prodotti alimentari trasformati è l'India (a cui segue il Venezuela). Di un certo interesse, inoltre, sono i casi della Romania e della Corea del Sud, paesi che evidenziano una crescita dei rapporti commerciali con il Piemonte in quasi tutti i settori di punta dell'export agroalimentare.

Osservando i dati anche da un punto di vista dinamico - ovvero la variazione media complessiva nell'arco dei 10 anni e verso tutti i clienti - emergono alcuni settori, oltre a quelli su citati, di minore importanza ma con una dinamica tale da meritare attenzione (>100%). Infatti si evidenziano, come mercati potenziali, quelli legati alle esportazioni di olii e grassi, di prodotti della silvicoltura e dei liquori.

Allo stesso tempo, è interessante notare che alcuni dei comparti di maggiore maturità hanno anche evidenziato una buona performance, in particolare, il vino, gli altri prodotti alimentari trasformati e lo zucchero e prodotti dolciari. Per certi versi, quindi, i mercati esteri dei derivati dei cereali e dell'altra frutta fresca appaiono come quelli "definitivamente" maturi.

Al netto dei settori già commentati, per quello dei liquori è interessante notare la crescente rilevanza del mercato austriaco e di alcuni paesi dell'Europa dell'Est: Lituania, Ungheria e Russia. Per la Silvicoltura la dinamica è completamente concentrata nell'EU.

Nel complesso, comunque, si conferma l'importanza crescente di alcuni mercati, quali quello della Cina e della Corea del Sud e, in misura minore, dell'India. Similmente, da sottolineare una certa crescita come clienti del Piemonte della Romania e del Venezuela.

Visti i risultati dell'indagine si ritiene di dover sviluppare nel 2011, allocando le relative risorse finanziarie, per filiera di riferimento e tenendo conto del rispettivo peso in termini di export nonché del quadro dell'interscambio commerciale verso gli altri paesi europei e internazionali con gli obiettivi di:

- rafforzare la competitività della filiera vitivinicola sui mercati potenzialmente più dinamici extra UE e UE attraverso le misure di sostegno comunitarie;
- rafforzare la competitività delle filiere coperte da denominazioni (DOP, IGP), in particolare quella lattiero casearia sui mercati potenzialmente più dinamici dell'UE attraverso le misure di sostegno comunitarie;
- rafforzare la competitività delle filiere zootecnica e ortofrutticola sul mercato domestico attraverso le misure di sostegno regionale.

2. Il contesto piemontese dell'attività promozionale agroalimentare

Agricoltura e territorio

L'articolazione territoriale del Piemonte che va dall'arco Alpino fino ai confini del mar Ligure, dispiegandosi per montagne, vallate, sistemi collinari, fertillissime pianure, determina una serie di condizioni pedoclimatiche che consentono una vasta e variegata produzione agricola e zootecnica. Si tratta, in buona parte, di prodotti tipici, con caratteristiche peculiari, ottenuti con metodi tradizionali, in luoghi persino affascinanti come paesaggio agrario e rurale.

Un paesaggio agrario e rurale intimamente legato, e molte volte ispiratore, al territorio nei suoi aspetti culturali, turistici, storici, letterari; luoghi in cui il vino e altri prodotti agroalimentari sono diventati dei miti e che hanno reso celebre l'enogastronomia piemontese.

Proprio per tali caratteristiche, gran parte di questi territori, tra l'altro, sono meta di un crescente flusso di turisti interessati, in modo particolare, alle eccellenze agroalimentari, all'enogastronomia, e a fruire della bellezza e dei piaceri offerti dai luoghi della qualità piemontese.

Nella produzione agricola e zootecnica piemontese inoltre risulta preponderante il lavoro diretto e manuale dell'uomo, mai sovrastato dai processi tecnologici e di modernizzazione che sono pur rilevanti; del resto l'agricoltura piemontese in massima parte è costituita da piccole e medie aziende.

I soggetti pubblici e privati operanti nel Piemonte agricolo

Come già accennato il Piemonte agricolo è costituito in gran parte da piccole e medie aziende e da piccoli allevamenti; sono 70.000 le aziende agricole strutturalmente valide e circa 1.000.000 di ettari la SAU (di cui 45% pianura, 29% collina, 26% montagna).

Le cooperative di produzione, trasformazione e commercializzazione sono circa 300 (di cui 54 Cantine Sociali) alle quali aderiscono circa 30.000 soci produttori.

Sono presenti ed operanti un gran numero di Associazioni di Produttori, di Consorzi economici di 2° e 3° grado, di Consorzi di tutela; e poi le Organizzazioni Professionali Agricole con i loro Enti di emanazione tecnici ed economici; centrali cooperative e loro emanazioni tecniche professionali.

Tra gli organismi collaterali al mondo della produzione operano, in campo promozionale, organismi associativi come Associazioni di Enti locali, Associazioni collegate alla promozione dei prodotti, Organizzazioni di Assaggiatori delle varie categorie di prodotti, Organizzazioni culturali, Accademie ed Istituti di valorizzazione della cucina Italiana e Piemontese, Enti di promozione di vari prodotti ed altri ancora.

In campo Istituzionale, attiva e crescente è l'attività dei Comuni; il Piemonte infatti è formato da ben 1206 Comuni, gran parte dei quali piccolissimi e siti in territori prevalentemente rurali e dove, in molti casi, i prodotti tipici, l'agroalimentare, l'enogastronomia, il turismo rurale costituiscono forti elementi di attrazione e di sviluppo.

Rilevante è anche l'attività svolta dalle Province, da Unioncamere e dalle Camere di Commercio del Piemonte. Con tali enti si intensifica il rapporto istituzionale e operativo con accordi di collaborazione per la partecipazione a fiere e manifestazioni promozionali e per i progetti di valorizzazione dei prodotti di qualità, a cominciare dal progetto di certificazione dei Prodotti agroalimentari tradizionali del Piemonte, che rappresenta uno delle azioni del progetto Piemonte Agri Qualità (descritto nelle pagine seguenti di questo documento).

Per quanto riguarda le Province, con la DGR n. 45-761 del 7/10/2010, ai sensi dell'art. 10 della L.R. 17/99, ad esse sono state assegnati i finanziamenti a valere sull'art. 41 della L.R. 63/78, per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari piemontesi (come descritto nelle pagine seguenti di questo documento).

Altre importanti strutture operanti nel campo della valorizzazione dei vini e dei relativi territori sono le Enotecche Regionali e le Botteghe del Vino o Cantine Comunali, costituite e sostenute ai sensi della L.R. n. 37/80.

Queste strutture sono costituite attualmente da 14 Enotecche Regionali e da 33 Botteghe del Vino che svolgono una importante attività di valorizzazione dei vini e dei relativi territori e una preziosa funzione di

accoglienza e informazione dei numerosi turisti e appassionati. Tali strutture costituiscono un sistema (che si sta sviluppando a rete), che rappresenta circa 4500 produttori soci espositori con tutta la gamma di vini DOC e DOCG del Piemonte, e che nell'ultimo anno hanno ospitato quasi un milione di visitatori.

Altri importanti strumenti di promozione dei vini e dei relativi territori sono le strade del vino; quelle riconosciute ed operative attualmente sono sei; la loro attività trova riferimento nella L.R. 29/2008 sui Distretti agroalimentari.

In tema di promozione generale e di territorio, strutture importanti sono le aziende agrituristiche, che in Piemonte sono circa 850, che dispongono di circa 7500 posti letto, e che nell'ultimo anno hanno ospitato circa 200.000 persone.

In tale ambito soggetti peculiari sono le Fattorie Didattiche; queste sono attualmente 285, facente parte dell'elenco delle fattorie didattiche della Regione Piemonte, riconosciute dalla Regione Piemonte poiché aventi i requisiti previsti dalla Carta degli Impegni e della Qualità. Esse sono attrezzate, come strutture, servizi e professionalità per accogliere ed ospitare scolaresche, famiglie e consumatori per svolgere attività di educazione alimentare e di conoscenza del mondo agricolo, rurale, agroalimentare. Pertanto esse costituiscono un grande strumento di promozione e valorizzazione, con grandi potenzialità che saranno sviluppate, a partire dalla costituzione della Rete delle Fattorie Didattiche del Piemonte, come descritto nelle pagine seguenti di questo documento.

3. L'intervento pubblico sul settore agricolo e agro-alimentare e breve descrizione dei settori produttivi

L'intervento della Regione è finalizzato a tutelare, incentivare, valorizzare e promuovere quegli elementi peculiari (in parte citati nei punti precedenti) della agricoltura piemontese e delle sue produzioni agricole, agroalimentari, zootecniche e del territorio che li produce e li propone.

Ciò è finalizzato alla sempre maggiore qualificazione dei prodotti piemontesi e della crescita di valore aggiunto in genuinità, bontà, salubrità. Questi obiettivi strategici nelle politiche della U.E. sono pertanto connessi a scelte di indirizzo di carattere generale per l'agricoltura, quali la tutela degli stessi operatori, lo sviluppo delle zone rurali, la salvaguardia dell'ambiente, la tutela dei consumatori, la difesa della biodiversità, la tracciabilità, l'etichettatura.

I livelli di qualità sono parametri che possono mantenere o accrescere la competitività delle produzioni agricole piemontesi sui sempre più concorrenziali mercati interni ed esteri, e possono anche contribuire a rendere ancor più attrattive turisticamente vaste aree del territorio regionale.

Misure agroambientali, agricoltura ecocompatibile e biologica, sostenibilità

Su tali obiettivi il settore agricolo continuerà a fare la sua parte, a partire dal Piano di Sviluppo Rurale 2007-2013 con gli interventi a favore dei sistemi di coltivazione, produzione e allevamento ecocompatibili e agroambientali, per la tutela del paesaggio agrario e rurale e del patrimonio forestale, la tutela delle biodiversità animali e vegetali, il benessere degli animali da allevamento.

Si fa rilevare che tramite il vecchio PSR e le relative misure Agroambientali, si è consolidato il programma relativo ai metodi di produzione agricola, compatibili con lo spazio naturale e con l'ambiente, che attualmente coinvolge circa 20.000 aziende per una superficie complessiva di circa 300.000 ettari.

In tale contesto occorre considerare l'agricoltura biologica che interessa 37.000 ettari e che coinvolge 1656 aziende che fanno produzione biologica e 389 di quelle che fanno anche trasformazione biologica.

Vitivinicoltura

La vitivinicoltura piemontese risulta praticata per oltre il 50% con metodi ecocompatibili; essa inoltre è tutelata dalla L.R. n. 39/80 sull'anagrafe vitivinicola e sui sistemi di controllo e di repressione delle frodi e sofisticazioni e dalla fascetta di garanzia per i vini DOC.

In Piemonte l'80% dell'intera produzione vinicola, che mediamente è di circa 3 milioni di ettolitri, è a DOC e a DOCG e rappresenta una delle più alte percentuali tra le regioni d'Europa. Sono infatti 44 le DOC e 17 le

DOCG e, sulla stragrande maggioranza di essi, operano attivamente i Consorzi di Tutela. Questi vini sono famosi in tutto il mondo ed, infatti, circa il 60% della produzione va all'estero.

Lattiero – Caseario

In Piemonte sono circa 160.000 le vacche da latte che producono circa 8 milioni di quintali di latte all'anno. In prevalenza esse sono distribuite in piccoli allevamenti siti, in gran parte, in tipiche zone rurali e negli alpeggi, dove si produce un latte genuino e di alta qualità, ideale per il consumo fresco pastorizzato.

Basti pensare a tal proposito che in Piemonte operano oltre 500 margari che ogni anno portano nei pascoli alpini più di 30.000 capi bovini e circa 6.000 ovcapri.

La qualità del latte piemontese trova espressione anche nel pregio dei suoi formaggi (circa 1/3 del latte prodotto viene trasformato in formaggio, per una produzione complessiva di quasi 300.000 q.li di formaggi di cui circa il 30% va all'estero). Formaggi prodotti in gran parte nelle zone montane e nelle zone rurali: 55 riconosciuti come PAT (Prodotti agroalimentari tradizionali), nove come D.O.P. (Denominazione di Origine Protetta): Bra, Castelmagno, Murazzano, Raschera, Robiola di Roccaverano, Toma Piemontese, Gorgonzola, Grana Padano e Taleggio.

Sistema delle DOP-IGP

La DOP (Denominazione di Origine Protetta) e la IGP (Indicazione Geografica protetta), istituite con il Reg. CE 2081/92 e disciplinate dal Reg. CE n. 510/06, costituiscono il massimo riconoscimento in qualità e certificazione e sicuramente sono il migliore strumento per far riconoscere ai consumatori le qualità aggiunte di un prodotto e per tutelarlo da altri prodotti analoghi di dubbia provenienza.

In Piemonte, oltre ai 9 formaggi prima ricordati, vantano la DOP i Salamini italiani alla Cacciatora (interregionale), il Riso di Baraggia Biellese e Vercellese, la Tinca Gobba Dorata del Pianalto di Poirino, il Prosciutto Crudo di Cuneo. Il Salame Piemonte è in fase di istruttoria UE ed in protezione transitoria; ancora in istruttoria risultano le richieste di DOP per: Toumin dal Mel, Saras dal Fen, olio essenziale di Menta di Pancalieri, Maccagno e Macagn Valli Biellesi e Vercellese, Salame Cotto Cuneo, Pesche di Volpedo.

La IGP è riconosciuta per la Nocciola del Piemonte, la Mortadella di Bologna (interregionale), il Salame Cremona (interregionale), la Castagna Cuneo e il Marrone della Valle di Susa. È ancora in istruttoria UE e nella fase di protezione transitoria il Fagiolo Cuneo. Sono in fase di istruttoria le richieste per: Mela Rossa Cuneo, Ciliegia di Garbagna, Riso Valle del Po, Rubatà Chierese, Grissino Stirato Torinese, Vitellone Piemontese della Coscia.

Le carni

Grande il valore e la consistenza del comparto zootecnico e delle carni piemontesi. Coi suoi grandi numeri come aziende, capi, territori, valore economico, ricchezza di razze, ecc. il valore economico rappresenta circa il 30% dell'intero valore agricolo regionale, di cui circa il 18% rappresentato dalle carni bovine.

- Bovine

La consistenza del patrimonio bovino piemontese è di 832.000 capi, (circa il 12% della consistenza nazionale) tra questi oltre 300.000 circa sono della razza bovina Piemontese: pregiata per la produzione di carne di alto valore dietetico e nutrizionale.

Oltre alla celebrità della razza bovina piemontese, sulle carni bovine il Piemonte ha sempre avuto una buona immagine dovuta alla tradizione, alla prevalenza di piccoli allevamenti condotti con sistemi tradizionali, con animali alimentati da foraggi prodotti in aziende, alla diffusione di sistemi per il benessere degli animali.

Al sistema costituito negli anni scorsi sulla L.R. n. 35/88 le Associazioni Produttori daranno continuità attraverso disciplinari produttivi ed il sistema della etichettatura volontaria, proposti con il marchio "margherita su bovino". Altre attività di tutela e valorizzazione della carne di razza bovina piemontese è svolta dal Consorzio Coalvi.

Il Piemonte dunque consolida e sviluppa questo sistema a tutela della qualità, per la tracciabilità e l'identificazione, per le azioni sul benessere degli animali, per i controlli. Ciò per garantire al Piemonte una immagine alta delle sue produzioni zootecniche.

- **Suine**

Settore di grande consistenza (sono oltre 1.200.000 i capi allevati in Piemonte): la carne suina ha raggiunto livelli qualitativi elevati sia come carne fresca sia trasformata in salumi (di cui è ricca la tradizione piemontese) e in prosciutti (buona parte del prosciutto di Parma e di San Daniele deriva da allevamenti piemontesi). A tal proposito è in corso la richiesta di riconoscimento di alcune DOP e IGP, come già indicato nelle pagine precedenti.

Il comparto, anche per la sua enorme massa critica di prodotto rappresentato, soprattutto come carne fresca, e a fronte di una sempre più agguerrita concorrenza di prodotto proveniente da Paesi Europei e/o extraeuropei, sta attraversando una profonda crisi, che mette in ginocchio le aziende piemontesi. In relazione a ciò, oltre a chiedere regole più severe e controlli sugli accordi commerciali internazionali, soprattutto a difesa dei consumatori anche per ragioni sanitarie (vedasi gli ultimi scandali di carni alla diossina provenienti dalla Germania) occorre accelerare sui processi di riconoscimento delle denominazioni e della etichettatura.

E' indubbio comunque che occorrerà incrementare le azioni promozionali su tale comparto, anche con l'adozione di programmi straordinari, con iniziative dirette e a sostegno delle Organizzazioni e Associazioni dei produttori.

- **Altre produzioni zootecniche**

Importante è la consistenza di polli con circa 14 milioni di capi, conigli con circa 1,7 milioni di capi, allevati prevalentemente con sistemi tradizionali. Rilevanti sono gli allevamenti ovini e caprini rispettivamente con circa 100.000 e 60.000 capi, dai quali si ricava una vasta gamma di carni e formaggi tipici e tradizionali grazie anche all'impegno sulla biodiversità e quindi alla presenza di numerose razze autoctone.

Il riso

Il riso rappresenta circa il 10% dell'intero valore agricolo regionale, ed è uno dei prodotti principali del Piemonte rappresentando oltre la metà dell'intera produzione italiana. Qui si producono eccellenti varietà di antica tradizione come Arborio, Carnaroli, S.Andrea, Roma, Balilla, Vialone Nano, Baldo, nuovo Maratelli, ed anche nuove varietà che hanno contribuito a rendere celebre l'enogastronomia piemontese. La risicoltura copre quasi l'intera pianura di Vercelli e Novara e in parte quella biellese e alessandrina dove si è creato un irripetibile e suggestivo paesaggio agrario e rurale denominato, poeticamente, "Terre d'acqua".

Tutte queste peculiarità e unicità della risicoltura piemontese, sostenuta e sviluppata attraverso interventi strutturali, accordi di filiera, tracciabilità, produzioni ecocompatibili, azioni di marketing, acceleramento dei processi di riconoscimento di nuove DOP e IGP sul riso, possono rilanciare, tramite una vasta azione promozionale, la risicoltura piemontese. In tale contesto si considera importante il riconoscimento della DOP per il Riso di Baraggia Biellese e Vercellese, che comprende circa il 25% della risicoltura piemontese, e l'avvio della procedura di riconoscimento della IGP Riso Valle del Po che unifica le precedenti richieste e amplia la dimensione territoriale. La mutata situazione internazionale ha reso strategici i prodotti primari come i cereali e ne ha aumentato la domanda, rendendo ancora più importante la risicoltura italiana e piemontese in particolare per le sue dimensioni rappresentative (115.000 ettari), le sue capacità strutturali e produttive, le sue qualità.

La frutticoltura

La produzione frutticola è concentrata nella fascia pedemontana e principalmente nella provincia di Cuneo e nella zona sud della provincia di Torino, con produzioni significative anche nelle province di Vercelli e Alessandria. La frutticoltura rappresenta circa il 7% del valore dell'intera produzione agricola regionale.

Le produzioni maggiori sono: actinidia o kiwi, mele, pesche, pere; seguono ciliegie, albicocche, susine, fragole e piccoli frutti. In assoluto i kiwi sono la cultura principale, la produzione annua oscilla tra gli 800-900.000 quintali (il 20% della produzione nazionale), buona parte della quale va all'estero.

Altre produzioni peculiari della frutticoltura piemontese sono:

- Nocciola del Piemonte, che ha avuto la IGP nel 1993, derivante dalla varietà Tonda gentile delle Langhe; la produzione di nocciola in Piemonte rappresenta il 13% del dato nazionale, ma è la qualità su cui eccelle, specie per l'utilizzo nei dolci e nel cioccolato;
- Castagne e Marroni: in Piemonte si produce circa il 13% delle castagne nazionali. Si tratta di una produzione con antiche tradizioni tant'è che sono tre le tipologie di castagne e due di marroni, inseriti nell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali del Piemonte; di alto valore è il loro utilizzo nella produzione dolciaria: dal marron glacé alla torta di castagne.

Le condizioni agroambientali, i sistemi di produzione, il fascino dei territori tipici di produzione, la grande disponibilità di cultivar e varietà tradizionali, i riconoscimenti IGP in fase di arrivo sono le peculiarità della produzione frutticola da sviluppare nella promozione.

L'orticoltura

È un comparto agricolo importante che copre circa il 6% del valore agricolo regionale. Di dimensioni produttive rilevanti sono: sedani, cardi, cipolle, porri, fagioli, cavolo verza, fragole, zucchine, asparagi. Complessivamente sono circa 50 le varietà o tipologie di ortaggi facenti parte dei Prodotti agroalimentari tradizionali del Piemonte, tra i quali eccellenti e peculiari varietà di peperoni, cardi, topinambur, cipolline, sedani, ecc: un trionfo di verdure che ha dato vita a quella famosa e conviviale specialità gastronomica piemontese che è la Bagna Cauda.

Il carattere favorevolmente non intensivo dell'orticoltura, l'alto numero di aziende che praticano l'agricoltura ecocompatibile e biologica sono ulteriori valori aggiunti di queste produzioni.

Altre produzioni di pregio

Tra le produzioni varie e di pregio ricordiamo il miele, in una vasta gamma di alta qualità, le piante officinali, i funghi, le lumache, i tartufi e numerose produzioni floricole di rilievo quali azalee, camelie, rododendri e petunie che rappresentano una specializzazione produttiva nelle province di Novara, del Verbano e di Biella.

Prodotti agroalimentari tradizionali (PAT)

A tal proposito, la Regione Piemonte ha provveduto al censimento, catalogazione e riconoscimento di 369 prodotti Agroalimentari tradizionali del Piemonte, ai sensi del Decreto Legislativo n. 173 del 1998 e del Decreto Ministeriale n. 350 del 1999, di cui 72 sono carni e salumi, 55 formaggi, 109 prodotti vegetali, 100 dolci, 17 distillati, ecc.

Un patrimonio immenso e di grande valore che va ben oltre i dati economici-produttivi e che è oggetto del lavoro di revisione e inserimento di nuovi prodotti per i quali sono state presentate richieste e da cui si svilupperà l'azione di promozione e valorizzazione dei PAT, tra cui in particolare il progetto di certificazione, facente parte del programma Piemonte Agri Qualità (come descritto nelle pagine seguenti di questo documento).

Prodotti della pesca e dell'acquacoltura

Tra l'offerta di prodotti agricoli e agroalimentari si inseriscono anche i prodotti della pesca e dell'acquacoltura, tra i quali spicca la DOP Tinca Gobba dorata del Pinalto di Poirino, le Trote e le Lamprede, già inserite nell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali del Piemonte e le anguille.

Il comparto ittico e dell'acquacoltura ha avuto un discreto incremento e sviluppo negli ultimi anni in Piemonte. Sono circa 35 le aziende ittiche operanti e sono numerosi i soggetti (cooperative, Associazioni, Consorzi, Province, Comuni, ecc.) che svolgono attività di tutela, valorizzazione e promozione, grazie anche all'impulso dato dalla Regione Piemonte con l'attuazione delle misure previste in materia di pesca e acquacoltura dal nuovo programma comunitario – Fondo Europeo per la Pesca (FEP) 2007-2013.

4. Linee di intervento e priorità

Dalle cose descritte nei punti precedenti si può rilevare, in sintesi, che il Piemonte dispone di un grande patrimonio di prodotti agricoli e agroalimentari, tra i quali quelli a DOP e IGP, e in generale di produzioni di qualità, sane, genuine. Caratteristiche, queste, assicurate da un sistema di leggi, regolamenti, controlli, disciplinari, organismi di repressione e tutela ma anche dalla proverbiale serietà e laboriosità dei piemontesi, dalla variegata e operosa rappresentanza del mondo della produzione e dal fascino del suo paesaggio agrario e rurale, dai riti e miti della sua enogastronomia.

Tutto ciò da un grande valore aggiunto al Piemonte agricolo e agroalimentare che, in tal modo, raggiunge una importanza economica e sociale considerevole, proponendosi come settore strategico regionale, anche per il prezioso contributo che apporta nel rilancio dell'immagine e della accoglienza del Piemonte.

In tal modo infine il Piemonte si pone all'avanguardia come interlocutore autorevole di quella crescente domanda, nell'economia e nel consumo, di prodotti tipici, genuini, di qualità, che esaltano la tradizione, i sapori, che non sono frutto di forzature e di omologazioni, ma che rispettano l'ambiente, anzi ne fanno integralmente parte, valorizzando il paesaggio agrario e rurale.

Il Piemonte pur caratterizzandosi come regione d'eccellenza nell'agroalimentare, nella enogastronomia e in quella che si definisce l'economia del gusto, risente tuttavia della sempre più agguerrita competizione dei Paesi esteri, di una debolezza intrinseca derivante dalla notevole frammentazione e polverizzazione delle aziende agricole, a fronte di una sempre più forte ed egemonica presenza della grande distribuzione che condiziona non solo la componente agricola ma anche quella agroindustriale. Peraltro in questo momento si è accentuata la difficoltà complessiva delle aziende agricole che risente del doppio effetto negativo derivante dall'aumento dei costi di produzione e servizi e da un calo dei prezzi corrisposti ai produttori agricoli e comunque dalla esiguità dei prezzi delle materie prime agricole che sono insostenibili per l'azienda agricola e ancor più iniqua per il suo valore rispetto a quello attribuito agli altri componenti la filiera (lavorazione, trasformazione, distribuzione).

Pertanto la politica promozionale è rivolta strategicamente a sostegno del sistema agricolo e agroalimentari piemontese e come strumento utile anche con azioni che possano contribuire ad accrescere la competitività, la forza e il potere contrattuale nell'ambito della filiera e soprattutto a far riconoscere ai consumatori anche i termini di prezzi adeguati, tutti quei valori aggiunti espressi dalle produzioni piemontesi.

Pur tenendo presente analisi, dati, indicazioni, come descritti nelle pagine precedenti, il quadro operativo 2011 registra il perdurare della crisi economica internazionale, la conseguente crisi economica finanziaria che investe i Paesi della UE e quindi dell'Italia, con il drastico ridimensionamento delle risorse finanziarie e dell'intervento pubblico, anche a livello regionale. In relazione a ciò, le minori disponibilità di risorse sul bilancio di previsione 2011, anche per quel che riguarda le attività di promozione, impone l'uso sempre più mirato e proficuo di tali risorse, con iniziative, progetti, priorità che diano il massimo di ricadute e risultati positivi, soprattutto a beneficio del mondo agricolo e dei suoi produttori.

In tal senso il 2011 sarà un anno di transizione, in relazione ad una presumibile verifica e modifica di leggi e norme sulla promozione, o quanto meno delle norme di attuazione dell'art. 41 della L.R. 63/78, approvate con la DGR n. 21-4797 del 17/12/2001.

Si ricorda che tale DGR n. 21-4797 del 17/12/2001 prevede che annualmente la Giunta Regionale approvi il documento contenente le Linee di Indirizzo, orientamento e priorità della promozione agricola e agroalimentare (oggetto del presente documento), in cui vengono indicati e descritte le azioni e le iniziative previste nel 2011.

Azioni

1. rafforzare l'immagine del Piemonte come terra di qualità, promuovendo l'informazione e la conoscenza riguardo ai prodotti, il territorio e le politiche regionali attraverso:

Lo sviluppo di un piano comprensivo e coordinato di comunicazione e promozione "Piemonte Agri Qualità" che coniuga l'identità territoriale del Piemonte, le sue produzioni agroalimentari e le politiche regionali di qualità sotto un'unica immagine e impronta comunicativa (brand) e un marchio ben definito "Piemonte agri-qualità" (come da progetto approvato con deliberazione della Giunta regionale n. 27-12515 del 09/11/2009).

Tutte le azioni promozionali facenti parte di questo piano di comunicazione si esplicano in vari settori ma sono tutte coordinate e riconducibili al "SISTEMA PIEMONTE".

Il progetto è stato oggetto di presentazione ufficiale nell'ambito della conferenza stampa dell'11 gennaio 2010 presso il Museo di Scienze Naturali, durante il quale oltre alla presentazione del progetto nel suo insieme è stato presentato anche il logo identificativo.

Il progetto prevede:

- la definizione di un logo e di un nuovo brand;
- la realizzazione di un piano promozionale coordinato del sistema agricolo e agroalimentare di qualità del Piemonte;
- la realizzazione di un piano di comunicazione coordinato del sistema agricolo e agroalimentare di qualità del Piemonte.

Il logo e il nuovo brand "Piemonte Agri Qualità" nello specifico verranno utilizzati per identificare le politiche di qualità attuate dalla Regione Piemonte e le relative produzioni riguardanti:

- i sistemi di certificazione esistenti;
- il sistema di valorizzazione e certificazione di cui al punto 2. che la Regione Piemonte intende avviare (PAT, filiera OGM free, produzioni integrate, produzioni delle terre alte e produzioni delle aree parco);
- le iniziative, manifestazioni, attività informative e pubblicitarie realizzate dall'amministrazione regionale legate alle proprie produzioni e politiche di qualità.

Si è provveduto a predisporre il regolamento d'uso del marchio di valorizzazione e del logo "Piemonte Agri Qualità".

Il regolamento è stato sottoposto all'esame delle Province e delle Camere di Commercio le quali hanno ritenuto lo stesso meritevole di approvazione nell'ambito di una convenzione che disciplina gli impegni reciproci che verrà sottoscritta nel corso del primo semestre del 2011.

In tale ambito viene previsto che il Marchio di Valorizzazione "Piemonte Agri Qualità" dopo il suo deposito all'ufficio marchi e brevetti da parte dell'Amministrazione regionale venga gestito operativamente dal sistema camerale.

Le azioni specifiche di promozione dei prodotti, dei produttori, del territorio saranno realizzate direttamente o in partnership con gli enti locali e altri enti o organismi interessati, in modo da razionalizzare e ottimizzare le risorse finanziarie, e saranno indirizzate a:

- rafforzare il rapporto diretto tra prodotto agricolo e consumatore, attraverso una strategia di comunicazione in grado di spiegare i processi produttivi e le attuali tecniche agricole, far conoscere le proprietà qualitative e organolettiche degli alimenti, fare riscoprire il ciclo naturale delle stagioni e le proprietà salutari dei prodotti;
- rafforzare il rapporto diretto tra prodotto agricolo e ristorazione, attraverso una strategia di comunicazione in grado di far conoscere le produzioni tipiche locali e le loro proprietà qualitative e organolettiche;
- incrementare la conoscenza dei prodotti di qualità nel mercato comunitario, sia presso i punti vendita e la grande distribuzione, sia nei confronti di buyers esteri e ristoratori esteri, sia nei confronti della stampa.

Alcune di tali azioni specifiche di promozione dei prodotti, dei produttori, del territorio saranno inoltre realizzate nell'ambito dell'avviamento del sistema di valorizzazione e certificazione di cui al punto 2, in particolare:

- Realizzazione di progetti pilota nelle province del Piemonte in collaborazione con i soggetti territorialmente interessati (Enti locali, Sistema camerale, organizzazioni professionali, associazioni....) allo scopo di creare "reti sinergiche" tra gli operatori e che permettano di valutare la percezione dei residenti in determinate zone sulla tradizionalità delle produzioni agroalimentari del proprio territorio; valorizzare il patrimonio enogastronomico attraverso una migliore conoscibilità di tali produzioni; promuovere accordi con i ristoratori del territorio per la proposizione loro offerta di almeno un menù tradizionale; promuovere accordi con Comuni ed Enti locali per la fornitura nelle mense scolastiche dei prodotti del territorio.
- Organizzazione di seminari o convegni dove illustrare i risultati raggiunti con i progetti pilota e occasione di promozione dei prodotti agroalimentari tradizionali;
- Realizzazione di accordi o convenzioni con le associazioni che raggruppano i ristoratori, per la costituzione di una rete di ristoranti e trattorie che garantiscano la somministrazione di menù tradizionali locali, legati ai prodotti tipici, ai PAT e alle ricette tradizionali, in modo da assicurare sempre al turista la possibilità di poter gustare le produzioni tradizionali del territorio in cui si trova in quel momento. All'interno di questa rete dovrebbero trovare posto in particolare le attività di ristorazione connesse a siti storici e di forte richiamo turistico;
- Partecipazione ad eventi, fiere, mostre e promozione del sistema dei prodotti agroalimentari della rete e ideazione di una fiera-mercato dei prodotti tipici da organizzare in collaborazione con i soggetti interessati a livello locale, cui parteciperanno i produttori facenti parte della rete, per promuovere, far degustare, vendere i prodotti e nell'ambito della quale si promuoverà anche il territorio a livello turistico-commerciale;
- Ideazione di progetti di educazione alimentare e al gusto, nell'ambito dei quali promuovere la conoscenza e somministrare i prodotti agroalimentari piemontesi: scuole, mense, ospedali, orti scolastici, orti in città, ecc;
- Realizzazione dell'elenco delle ricette gastronomiche tradizionali del Piemonte con la realizzazione del repertorio fotografico di tale elenco per la loro valorizzazione;

Il progetto di comunicazione e promozione prevede che il nuovo brand e l'immagine e logo ben definiti caratterizzino anche uno specifico piano di comunicazione sulle produzioni e politiche di qualità regionali che consisterà:

- nella realizzazione un **portale web "Piemonte Agri Qualità"** accessibile all'indirizzo www.piemonteagri.it che permetta al cittadino consumatore di conoscere le politiche di qualità, orientarsi verso scelte consapevoli di acquisto, avere a disposizione un catalogo completo e aggiornato delle produzioni piemontesi di qualità.

Per la realizzazione di tale portale è stato assegnato al CSI incarico per il suo sviluppo ed è stata costituita una commissione interassessorile tecnica di supporto all'elaborazione dei testi ed al loro aggiornamento.

Il portale web permetterà di avere a disposizione informazioni oltre che sulle produzioni di qualità piemontesi e sui produttori certificati anche informazioni su itinerari turistico-enogastronomici. A tal fine è stato dato incarico a IMA Piemonte per la realizzazione di immagini fotografiche sul paesaggio piemontese e per la definizione dei relativi itinerari e all'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo per la realizzazione della raccolta ragionata e sistematizzata di ricette territoriali storiche da inserire nel portale Piemonte Agri Qualità.

Si prevede il completamento del portale e la sua messa in linea nel corso del 2011.

- nella realizzazione una **campagna di comunicazione e promozione coordinata** "Piemonte Agri Qualità" che prevede la produzione di materiali pubblicitari e promozionali ed inserzioni su quotidiani e riviste (a seguito di una adeguata pianificazione media) .

Il progetto coordinato, articolato nei diversi strumenti, ha i seguenti obiettivi:

- informare ovvero diffondere la conoscenza complessiva sulle produzioni agroalimentari del Piemonte e sulle politiche regionali di qualità;

- aiutare il cittadino consumatore ad orientarsi verso scelte consapevoli di acquisto che tengano presente, oltre alla conoscenza dei prodotti rientranti nei sistemi di qualità alimentare, anche delle regole fondamentali di educazione alimentare e di educazione al consumo sostenibile;
- creare attenzione, empatia, emozione, interesse e curiosità intorno all'identità territoriale del Piemonte e alle sue produzioni agroalimentari anche al fine di promuovere il turismo enogastronomico regionale e la commercializzazione delle sue produzioni di eccellenza.

Il progetto coordinato riguarderà quindi principalmente tre macro tematiche: educazione alimentare e al consumo sostenibile, educazione al consumo consapevole sui sistemi di qualità certificata e produzioni e territorio e verrà pianificato con l'obiettivo di raggiungere sia i cittadini di Torino e della Regione Piemonte, sia i residenti al di fuori del territorio regionale e nazionale.

2. Valorizzare le produzioni agroalimentari piemontesi attraverso:

La creazione di un sistema di certificazione per quelle produzioni che non sono attualmente contemplate in sistemi di qualità riconosciuti a livello comunitario, in particolare per:

- a. Le produzioni agroalimentari tradizionali;
- b. La produzione integrata;
- c. La produzione OGM free;
- d. Le produzioni delle "terre alte" (montane);
- e. Le produzioni delle "aree Parco".

Con l'art. 2 del Disegno di legge regionale n. 101 "Disposizioni collegate alla Legge Finanziaria per l'anno 2011" presentato il 10 Dicembre 2010 è stata approvato Il sistema di certificazione delle produzioni di qualità del nostro territorio al fine di favorire non solo la conoscenza del patrimonio enogastronomico e delle sue caratteristiche specifiche ai consumatori, ma di contribuire al raggiungimento anche degli obiettivi di ampliamento delle attività economiche, comprese quelle relative alle piccole produzioni, di tutto il territorio regionale, quindi anche delle zone più marginali.

Il sistema di certificazione attesta non l'origine del prodotto ma la conformità del prodotto stesso a determinate caratteristiche produttive predefinite in un disciplinare.

Un prodotto certificato è un prodotto che risponde quindi a dei criteri qualitativi distinti, costanti, oggettivi, misurabili, tracciabili, valorizzabili, verificabili e soprattutto verificati che vengono riportati sull'etichetta.

Il sistema di certificazione oggetto del seguente progetto non è in conflitto con le norme relative ai sistemi di certificazione geografici, tutelati a livello comunitario, in quanto si tratta di un sistema di processo, volontario e non territoriale e in cui le norme contenute nei disciplinari potranno essere applicabili in tutti i paesi dell'UE e non prevedono nessuna restrizione di carattere territoriale che impedisca l'adozione del sistema di certificazione agli operatori di altre regioni italiane o dell'UE.

Tale sistema si inquadra inoltre all'interno della normativa comunitaria vigente e in coerenza con la sua evoluzione determinata dalla proposizione della Commissione europea di regolamento relativo ai sistemi di qualità applicabili ai prodotti agricoli (cosiddetto "pacchetto qualità") approvato il 10/12/2010 che oltre alla revisione delle denominazioni di origine e indicazioni geografiche disciplina anche un sistema di qualità applicabile alle menzioni di qualità facoltative individuanti produzioni agroalimentari con specificità di processo e di prodotto, aventi caratteristiche qualitativamente superiori rispetto alle norme di commercializzazione o ai requisiti minimi stabiliti dalla normativa (prodotto da produzione integrata, prodotto tradizionale, prodotto di montagna, prodotto delle aree parco).

a) *Le produzioni agroalimentari tradizionali - Progetti pilota*

Si sono attivati, nel corso del 2010, dei progetti pilota in collaborazione con i soggetti territorialmente interessati e a seguito di specifici incontri coordinati unitariamente sul territorio dalle Province e dalle Camere di Commercio, sono stati individuati 16 prodotti rientranti nell'elenco regionale dei prodotti agroalimentari tradizionali ritenuti meritevoli di essere utilizzati quali test.

I prodotti agroalimentari tradizionali individuati a livello provinciale sono:

- Alessandria: Cipolla di Castelnuovo Scrivia, Salame Nobile del Giarolo;
- Asti: Cardo gobbo di Nizza Monferrato, Sedano dorato astigiano;
- Biella: Paletta, Miele;
- Cuneo: Porro di Cervere, Ramassin del saluzzese;
- Novara: Salame della duja, Fideghin;
- Torino: Ciliegia di Pecetto, Toma del lait brusc;
- Verbania: Erbe officinali, Ossolano;
- Vercelli: Fagiolo di Saluggia, Toma Val Sesia.

Quali organismi tecnici a supporto delle Province piemontesi, delle Camere di Commercio e delle Associazioni di Produttori per la definizione dei disciplinari di produzione dei prodotti agro-alimentari tradizionali sono stati individuati i seguenti soggetti:

- il CRESO per la filiera ortofrutticola;
- l'AGENFORM per la filiera zootecnica e lattiero-casearia.

È stata inoltre approvata la bozza di convenzione tra Regione Piemonte, Unioncamere Piemonte e Province con la quale Unioncamere Piemonte mette a disposizione del progetto quale soggetto deputato alla definizione del Piano dei Controlli e della certificazione sperimentale dei prodotti l'Azienda Speciale Laboratorio della Camera di Commercio di Torino e Agroqualità.

b) La produzione integrata

E' stato attivato il tavolo di lavoro con il Settore Fitosanitario per la definizione di un sistema di qualità regionale sperimentale di certificazione di processo per la produzione integrata e prevedendo una eventuale armonizzazione con il sistema nazionale "produzione integrata" che è in via di approvazione.

c) Le produzioni delle "aree Parco"

E' stato attivato un tavolo di lavoro con il Settore Parchi e gli Enti gestori delle aree parco per la definizione del progetto sperimentale di certificazione dei prodotti rientranti in tali aree e nel contempo si sono presi in considerazione quali progetti piloti i progetti già approvati e finanziati attraverso la misura INTERREG ALCOTRA riguardanti sistemi di certificazione di prodotti ricadenti sui territori transfrontalieri.

In merito alle produzioni OGM Free e a quelle delle "terre alte" (montane) si rimane in attesa della approvazione definitiva da parte della Commissione europea del "pacchetto qualità" sopra citato.

Il programma di attività 2011

Nel corso del 2011 si prevede di approvare definitivamente entro il primo semestre 2011 il regolamento di attuazione del sistema di qualità regionale "Piemonte Agri Qualità" unitamente alla sua comunicazione di notifica in sede comunitaria.

Si provvederà alla attivazione da parte delle Province e delle Camere di Commercio dei sedici tavoli provinciali relativi ai progetti pilota dei prodotti agroalimentari tradizionali individuati, a cui parteciperanno i produttori e gli organismi tecnici al fine di definire i disciplinari di produzione, il piano dei controlli e le verifiche di fattibilità in campo.

Qualora da parte dei sopra citati soggetti emergano problematiche non risolvibili rispetto al prodotto scelto, l'Amministrazione Regionale, d'intesa con le Province e le Camere di Commercio, provvederà ad individuare un nuovo prodotto oggetto di attività sperimentale.

Si provvederà anche alla attivazione, entro il primo semestre 2011, di 4 progetti pilota per la produzione integrata, da scegliersi prioritariamente tra le aziende appartenenti alle Organizzazioni dei Produttori Ortofrutticoli, d'intesa con le stesse.

Si provvederà alla attivazione, entro il primo semestre 2011, di 4 progetti pilota per le produzioni in area parco da scegliersi prioritariamente nell'ambito delle aziende agricole ricadenti nell'ambito di parchi che hanno attivato progetti di certificazione delle produzioni agricole (Gran Paradiso, Parco del Po Alessandrino, Lame del Sesia, Parco del Po Cuneese).

3. **Promuovere l'alimentazione consapevole dei cittadini attraverso la rete delle fattorie didattiche**

La Regione Piemonte ha da alcuni anni investito per sostenere azioni mirate all'educazione al consumo alimentare consapevole da rivolgere ai bambini, ai ragazzi e in generale ai cittadini.

Primo passo formale in questa direzione è stata la stipula di un Protocollo d'Intesa con validità triennale tra Regione Piemonte, Ufficio Scolastico Regionale e organizzazioni professionali agricole finalizzato a far dialogare e a far collaborare il mondo agricolo con quello scolastico soprattutto attraverso lo strumento delle fattorie didattiche.

Le fattorie didattiche sono imprese agricole che da anni operano sul territorio per promuovere le caratteristiche del lavoro agricolo, i prodotti alimentari, il legame e l'interdipendenza dell'agricoltura con l'ambiente, il territorio, la società. Nel 2008 è stata sottoscritta la Carta degli Impegni e della Qualità da Regione Piemonte e organizzazioni professionali agricole che ha fissato i requisiti che le fattorie didattiche devono possedere per essere accreditate: è nato così **l'Elenco Regionale delle Fattorie Didattiche** della Regione Piemonte che, alla prima stesura, era composto da 227 aziende agricole.

Nel 2009 il numero delle aziende agricole è cresciuto attraverso un investimento da parte della Regione sulla formazione di altri operatori di aziende agricole e attraverso un'opera di aggiornamento di quelli delle fattorie didattiche già accreditate.

Sono state coinvolte le Province per la verifica dell'idoneità delle aziende da iscrivere all'Elenco Regionale e per il controllo sul mantenimento dei requisiti di quelle già iscritte. Ciò ha portato ad un totale di 285 fattorie didattiche accreditate.

Dalla Carta degli Impegni e della Qualità alla Rete Regionale delle Fattorie Didattiche

La riscoperta della cultura rurale è necessaria per esprimere valori importanti e rafforzare il ruolo della fattoria in chiave di presidio territoriale per la valorizzazione del paesaggio come interazione tra agricoltura, prodotti tipici e tradizionali del territorio, ambiente naturale, lavoro dell'uomo: in questa direzione le fattorie didattiche rappresentano il contesto in cui approfondire, attraverso l'esperienza diretta, la conoscenza della connessione tra sistemi produttivi, alimentazione, ambiente e territorio.

Il processo di costruzione della Rete Regionale delle Fattorie Didattiche ha preso avvio nel giugno 2010 con la finalità generale di migliorare la qualità dell'intervento educativo sul territorio promuovendo il valore della fattoria didattica come risorsa territoriale da inserire in un sistema educativo complesso, composto da diversi attori. Gli obiettivi principali della costruzione dello strumento della Rete sono principalmente:

- fare sì che le fattorie didattiche diventino soggetti promotori di orientamenti comuni rispetto alle politiche di promozione regionali sull'educazione al consumo alimentare consapevole;
- promuovere e sostenere legami stabili sul territorio tra fattoria didattica, scuola e altri soggetti, attivando la costituzione di Reti locali;
- attivare una sostanziale collaborazione con le Province in termini di migliore operatività e efficacia organizzativa sul territorio.

La prima tappa del progetto, che si è sostanziata nella seconda parte del 2010, è stata un'indagine sulle fattorie didattiche accreditate di tutto il territorio regionale, svolta in collaborazione con le Province competenti per territorio, per conoscere da vicino il modo di lavorare della fattorie didattiche, le loro caratteristiche principali e le loro criticità.

Attività 2011: attivazione progetti pilota territoriali

Per sviluppare la Rete Regionale delle Fattorie Didattiche si attiveranno, nel corso del 2011, nove progetti pilota. Tra questi ne saranno attivati otto territoriali, ovvero uno in ciascuna provincia piemontese; il nono sarà invece creato a livello regionale e coinvolgerà anche gli Istituti Agrari e gli Istituti Alberghieri della Regione.

Per costruire gli otto progetti pilota provinciali verranno costituiti dei gruppi di lavoro a livello territoriale formati da fattorie didattiche, scuole, ASL e, eventualmente, altri soggetti che verranno individuati come strategici in uno specifico territorio.

I gruppi di lavoro si impegneranno a definire dei percorsi educativi e di comunicazione sulle tematiche individuate come strategiche dal Piano di Comunicazione PSR:

- Educazione Alimentazione critica e consapevole;
- Sicurezza alimentare;
- Ruralità e paesaggio;
- Sostenibilità;
- Biodiversità.

I diversi soggetti dei gruppi di lavoro (fattorie didattiche, scuole, ASL, etc.) progetteranno insieme il percorso educativo e di comunicazione legato alle tematiche del Piano di Comunicazione del PSR nel corso di otto incontri; l'obiettivo principale del lavoro dei gruppi di progetto sarà quello di aumentare il bacino di utenza delle fattorie didattiche attraverso l'arricchimento e l'elevamento della qualità educativa della propria offerta didattica e attraverso il consolidamento di legami territoriali che riescano ad includere le aziende agricole in un sistema educativo territoriale.

Saranno previsti anche dei workshop, sempre organizzati a livello provinciale, che tratteranno e approfondiranno alcune questioni emerse nei gruppi di progetto e che coinvolgeranno tutte le fattorie didattiche della Regione con una valenza anche di credito formativo per le aziende.

Nel corso del 2011 per lo sviluppo della Rete Regionale delle fattorie didattiche verranno utilizzate in modo sinergico risorse provenienti dal Settore Tutela della Qualità, Valorizzazione e Rintracciabilità dei Prodotti Agricoli e Zootecnici e dal Settore Programmazione in Materia di Sviluppo Rurale legate al Piano di Comunicazione PSR in questa misura:

€ 250.000,00 dal Settore Programmazione in Materia di Sviluppo Rurale	costruzione dei Progetti Pilota
€ 250.000,00 dal Settore Tutela della Qualità, Valorizzazione e Rintracciabilità dei Prodotti Agricoli e Zootecnici	sostegno all'attuazione e alla realizzazione dei Progetti Pilota (attività che vedrà la continuazione di alcune azioni anche nel 2012)

Altre azioni per il 2011

Verrà rinnovato il Protocollo d'Intesa tra Regione Piemonte (con il coinvolgimento di altri Assessorati oltre a quello dell'Agricoltura quali Ambiente, Sanità, Istruzione), Ufficio Scolastico Regionale, Organizzazioni professionali agricole che dovrà a sua volta attivare un Protocollo d'Intesa tra le Province finalizzato a valorizzare il ruolo educativo e sociale dell'agricoltura e ad aumentare la realizzazione di azioni per promuovere un consumo alimentare critico e consapevole.

Sarà attivato un nuovo corso di formazione per operatori agricoli che hanno richiesto di accreditarsi per entrare a far parte della Rete Regionale; si prevede quindi un ulteriore aumento del numero delle fattorie didattiche accreditate dalla Regione Piemonte.

4. Sostenere il settore produttivo favorendo la promozione del comparto agroalimentare piemontese dei prodotti di qualità certificata sul mercato nazionale ed internazionale attraverso misure di finanziamento a valere su fondi comunitari per:

4.1. La promozione dei prodotti aderenti ai sistemi di qualità riconosciuti (DOP, IGP, DOC, DOCG e sistema biologico) attraverso il Programma di Sviluppo Rurale - Misura 133 "Attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare";

FINALITA' E OBIETTIVI

La misura si propone di sensibilizzare i consumatori all'esistenza e alle caratteristiche dei prodotti tutelati dai sistemi di qualità, attraverso il sostegno alle associazioni di produttori per le attività di informazione e promozione.

Gli obiettivi perseguiti sono:

- Sensibilizzare i consumatori all'esistenza e alle caratteristiche dei prodotti inseriti nei sistemi di qualità;
- Espandere e ricercare nuovi sbocchi di mercato per i prodotti di qualità.

BENEFICIARI

Le associazioni di produttori, cioè organizzazioni di qualsiasi natura giuridica che raggruppano operatori partecipanti attivamente ai sistemi di qualità alimentare sostenuti dalla misura 132 del Programma di sviluppo rurale, come di seguito riportate:

- a) Consorzi di tutela dei prodotti agricoli e agroalimentari a denominazione riconosciuti ai sensi del Regolamento CE 510/06 e loro associazioni o raggruppamenti;
- b) Consorzi di tutela di vini a denominazione riconosciuti ai sensi del Titolo VI del Regolamento CE n. 1493/99 (sostituito dal Regolamento CE n. 479/2008) e loro associazioni o raggruppamenti;
- c) Consorzi o associazioni di produttori biologici ai sensi del Regolamento CE n. 2092/91 e successive modificazioni e integrazioni, (dal 1° gennaio 2009 sostituito dal Regolamento CE n. 834/2007) e loro associazioni o raggruppamenti;
- d) Organismi associativi (associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa, altri organismi associativi operanti nel settore agricolo e loro consorzi), aventi sede nel territorio regionale e loro associazioni o raggruppamenti.

Sono altresì ammissibili le A.T.I o A.T.S. di operatori singoli o associati aventi sede nel territorio regionale, che dovranno presentare un impegno a costituirsi in A.T.I o A.T.S. entro 60 giorni dall'approvazione del progetto.

I componenti del beneficiario devono essere "produttori" ed essere inseriti nei rispettivi sistemi di controllo ai sensi del Regolamento CE 510/06 (dop, igp) e del Regolamento CE n. 479/2008 (docg, doc) per le produzioni del successivo punto 3. e ai sensi del Regolamento CE n. 834/2007 per le produzioni biologiche e la cui produzione deve essere ubicata nel territorio della Regione Piemonte.

Per ogni anno di competenza ogni beneficiario potrà presentare una sola domanda di aiuto o potrà partecipare a un solo raggruppamento per la presentazione di un progetto comune.

Sono escluse le organizzazioni professionali e/o interprofessionali che rappresentino uno o più settori.

TIPOLOGIA DI INTERVENTI AMMISSIBILI

Sono sovvenzionabili unicamente le attività di informazione, promozione e pubblicità sul **mercato interno comunitario**.

Tali attività dovranno attirare l'attenzione sulle specifiche caratteristiche o vantaggi dei prodotti interessati, in particolare sulla qualità, sugli specifici metodi di produzione, sugli elevati standard di benessere animale e sul rispetto dell'ambiente, legati al sistema di qualità alimentare interessato (DOP IGP DOC DOCG BIOLOGICO), e potranno comprendere la divulgazione di conoscenze scientifiche e tecnologiche relative a tali prodotti.

I progetti devono riguardare attività da realizzare nell'anno di competenza dalla data di presentazione della domanda al 31 dicembre 2011.

La misura si attua tramite il sostegno di programmi di intervento che prevedono le seguenti azioni nel mercato interno comunitario:

AZIONE 1: Attività di educazione al consumo consapevole rivolte al consumatore finale

AZIONE 2: Attività di informazione, promozione e pubblicità rivolte al mondo della ristorazione.

AZIONE 3: Attività di informazione, promozione e pubblicità rivolte agli operatori: buyers, giornalisti, addetti di settore nazionali o esteri.

IMPORTO DEL CONTRIBUTO AMMESSO

Viene posto a bando per l'attuazione della presente misura l'importo complessivo di Euro 10.977.273,00.

Per l'anno di competenza 2011 è stata assegnata una dotazione finanziaria di Euro 5.000.000,00.

Dato che la misura 133 si riferisce alle attività di informazione e promozione legate agli operatori partecipanti alla misura 132 si ritiene indispensabile assegnare a ciascun sistema di qualità una dotazione finanziaria proporzionale al peso sull'export agroalimentare complessivo del relativo comparto come si rileva dall'indagine INEA e i cui risultati sono in linea col numero di potenziali beneficiari e l'effettiva partecipazione degli agricoltori alla misura 132 come desunto dal documento di valutazione in itinere PSR.

Per il sistema di qualità DOC-DOCG è assegnata una dotazione finanziaria di Euro 3.500.000,00 pari al 70%.

Per i sistemi di qualità DOP/IGP e BIOLOGICO è assegnata una dotazione finanziaria di Euro 1.500.000,00 pari al 30%.

La quota non assorbita da un sistema di qualità verrà assegnata agli altri sistemi senza tener conto di tale limite.

Il contributo viene erogato in conto capitale ed è pari al:

- 70% della spesa ammessa per progetti di attività di tipo informativo e promozionali;
- 50% della spesa ammessa per progetti di attività pubblicitarie;

La restante quota del 30% o 50% non può derivare da altri finanziamenti statali, regionali o comunitari relativamente alle stesse attività ed è a carico del beneficiario che deve dimostrare di essere in grado di poter far fronte alla copertura della quota di propria spettanza.

Per iniziative che riguardano produzioni ottenute sul territorio di più Regioni o Province Autonome, la quota del contributo sarà proporzionale alla percentuale di produzione ottenuta sul territorio della Regione Piemonte.

SPESA AMMISSIBILE**Spesa minima ammissibile:** Euro 70.000,00 (IVA esclusa).**Spesa massima ammissibile:**

Euro 500.000,00 (IVA esclusa) (Di cui un importo massimo di euro 400.000,00 a favore delle azioni progettuali proprie del soggetto richiedente. Un importo massimo di euro 100.000,00 a favore delle azioni progettuali concordate e realizzate con i soggetti di riferimento del rispettivo contesto locale)	Consorzi di tutela dei prodotti agricoli e agroalimentari a denominazione riconosciuti ai sensi del Regolamento CE 510/06 e loro associazioni o raggruppamenti che presentino progetti integrati col territorio di riferimento (progetti concordati e realizzati con altri soggetti di elevata rilevanza nel rispettivo contesto locale per i prodotti di qualità, quali consorzi di tutela, enoteche/botteghe regionali o cantine sociali).
	Consorzi di tutela di vini a denominazione riconosciuti ai sensi del Regolamento CE n. 479/2008 e loro associazioni o raggruppamenti che presentino progetti integrati col territorio di riferimento (progetti concordati e realizzati con altri soggetti di elevata rilevanza nel rispettivo contesto locale per i prodotti di qualità, quali consorzi di tutela, enoteche/botteghe regionali o cantine sociali).
	Associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa con rappresentatività regionale operanti nel sistema di qualità afferente al Regolamento CE 479/2008 e loro associazioni o raggruppamenti, con almeno 300 soggetti aggregati, che presentino progetti integrati col territorio (progetti concordati e realizzati con altri soggetti di elevata rilevanza nel rispettivo contesto locale per i prodotti di qualità, quali consorzi di tutela, enoteche/botteghe regionali o cantine sociali).
	Associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa con rappresentatività regionale operanti trasversalmente nei sistemi di qualità afferenti al Regolamento CE 510/06 (dop/igp), Regolamento CE n. 479/2008) (doc/docg) e Regolamento CE n. 834/2007 (biologico), e loro associazioni o raggruppamenti, con almeno 300 soggetti aggregati, che presentino progetti integrati col territorio di riferimento (progetti concordati e realizzati con altri soggetti di elevata rilevanza nel rispettivo contesto locale per i prodotti di qualità, quali consorzi di tutela, enoteche/botteghe regionali o cantine sociali).
Euro 400.000,00 (IVA esclusa)	Consorzi di tutela dei prodotti agricoli e agroalimentari a denominazione riconosciuti ai sensi del Regolamento CE 510/06 e loro associazioni o raggruppamenti;
	Consorzi di tutela dei vini a denominazione riconosciuti ai sensi del Titolo VI del Regolamento CE n. 1493/99 (sostituito dal Regolamento CE n. 479/2008) e loro associazioni o raggruppamenti;
	Associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa con rappresentatività regionale operanti nel sistema di qualità afferente al Regolamento CE 479/2008 e loro associazioni o raggruppamenti, con almeno 300 soggetti aggregati.
	Consorzi o associazioni di produttori biologici ai sensi del Regolamento CE n. 834/2007 e successive modificazioni e integrazioni con riconoscimento da parte della Regione Piemonte, e loro associazioni o raggruppamenti.
	Associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa con rappresentatività regionale operanti trasversalmente nei sistemi di qualità afferenti al Regolamento CE 510/06 (dop/igp), Regolamento CE n. 479/2008) (doc/docg) e Regolamento CE n. 834/2007 (biologico), con almeno 300 soggetti aggregati.

Euro 300.000,00 (IVA esclusa)	Organismi associativi (associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa, altri organismi associativi operanti nel settore agricolo e agroalimentare e loro consorzi, A.T.I. o A.T.S.), aventi sede nel territorio regionale e loro associazioni o raggruppamenti, con almeno 50 soggetti aggregati.
Euro 250.000,00 (IVA esclusa)	Organismi associativi (associazioni di produttori riconosciute ai sensi della vigente normativa, altri organismi associativi operanti nel settore agricolo e agroalimentare e loro consorzi, A.T.I. o A.T.S.), aventi sede nel territorio regionale e loro associazioni o raggruppamenti, con meno di 50 soggetti aggregati.

VALUTAZIONE PROGETTI E CRITERI DI PRIORITA'

La nuova regolamentazione comunitaria in materia di Denominazione di Origine riconosce un ruolo primario ai Consorzi di tutela delle D.O. nelle attività di informazione e promozione verso i consumatori quindi nella valutazione dei progetti di valorizzazione delle D.O. si terrà conto prioritariamente delle strategie di valorizzazione dei rispettivi Consorzi di tutela e i progetti presentati da altri soggetti ammissibili dovranno essere coerenti con tali linee strategiche.

I progetti che risulteranno ammissibili in relazione ai requisiti di accesso, saranno valutati e selezionati sulla base dei criteri di priorità di seguito riportati, approvati con la D.G.R. n. 27-11746 del 13 luglio 2009 e tenendo conto degli indirizzi normativi vigenti.

I progetti che risulteranno ammissibili in relazione ai requisiti di accesso, saranno valutati e selezionati sulla base dei seguenti criteri suddivisi in una serie di fattori di valutazione:

1. Qualità della progettazione.
2. Requisiti oggettivi del richiedente.
3. Capacità di aggregazione.
4. Ampiezza del progetto.

I rispettivi fattori di valutazione saranno desunti dalla valutazione complessiva del progetto.

I progetti idonei saranno ammessi a finanziamento, secondo l'ordine della graduatoria, fino ad esaurimento delle risorse disponibili. In caso di parità di punteggio si prenderà in considerazione il beneficiario che comprende il maggior numero di produttori aggregati.

Si terrà conto della prosecuzione dei progetti ammessi nell'annualità 2010 con una valutazione "alta" per quanto riguarda il fattore di valutazione "capacità di costruire progetti pluriennali" all'interno del criterio "Qualità della progettazione".

TERMINI DI PRESENTAZIONE

Le domande di aiuto per l'anno di competenza 2011 devono pervenire a decorrere dal giorno successivo la pubblicazione sul BURP del relativo bando.

Normativa di riferimento:

Programma di sviluppo Rurale 2007-2013 – Misura 133
 Regolamento n. 1698 del 20/09/2005 del Consiglio (FEASR)
 DGR n. 27-11746 del 13/07/2009 (B.U. n. 28 del 16/7/2009)

4.2. La promozione dei vini sui mercati dei Paesi Terzi nell'ambito dell'OCM Vino.

Finalità della misura:

La misura si propone di sostenere l'attività di promozione e informazione verso i Paesi terzi dei produttori di vino riguardo a tutte le categorie di vini a denominazione di origine protetta, ad indicazione geografica nonché i vini spumante di qualità, i vini spumante di qualità aromatico, i vini senza indicazione geografica e con l'indicazione della varietà.

L'obiettivo prioritario è il rafforzamento o la ricerca di nuovi sbocchi di mercato del comparto vitivinicolo piemontese.

Destinatari:

Associazioni di produttori in qualsiasi forma giuridica, organizzazioni professionali e interprofessionali; produttori singoli e associati anche in raggruppamenti temporanei di imprese.

Produzioni oggetto del sostegno:

La promozione riguarda tutte le categorie di vini a denominazione di origine protetta, i vini ad indicazione geografica di cui all'allegato IV del Reg. CE 479/08 nonché i vini spumante di qualità, i vini spumante di qualità aromatico.

Entità del sostegno:

- Contributo erogato in conto capitale pari al massimo al 50 % delle spese sostenute per svolgere le attività di promozione e informazione.
- La percentuale di intervento pubblico potrà essere integrata con fondi regionali, fino ad un massimo del 70% in caso di progetti esclusivamente non commerciali.
- spesa minima ammissibile per ciascun paese di Euro 100.000,00 (IVA esclusa)
- La restante quota del 50% o 30 % non può derivare da altri finanziamenti statali, regionali o comunitari.

Criteri e priorità:

I progetti che risulteranno ammissibili in relazione ai requisiti di accesso, saranno valutati e selezionati sulla base dei criteri di priorità di seguito riportati, approvati con la DGR n. 1-11406 del 18 maggio 2009 e la determinazione dirigenziale n. 843 del 29/07/2010 di approvazione del bando regionale.

- 1) Numero di soggetti aggregati facenti parte del beneficiario
- 2) Progetti economicamente più vantaggiosi per la quota di finanziamento pubblico, in quanto presentati da beneficiari che chiedono un contributo inferiore almeno del 5% rispetto a quello massimo concedibile del 50% e del 30%, in ordine decrescente di intensità % della riduzione;
- 3) Qualità del progetto (valutazione complessiva del progetto: obiettivi, contenuti e coerenza delle metodiche di attuazione e del relativo piano finanziario)

I progetti idonei sono ammessi a finanziamento, secondo l'ordine della graduatoria, fino ad esaurimento delle risorse disponibili.

Ambiti territoriali dell'azione promozionale:

Paesi Extra-Ue

Risorse disponibili:

previste dal DM 4123 del 22 luglio 2010

Campagna 2010-2011 si sono attivate risorse per 7.812.565,00

Campagna 2011 – 2012 si attiveranno risorse per 7.000.000,00

ANNUALITA' 2011

Il bando relativo ai progetti promozionali riguardanti l'annualità 2010-2011 si è chiuso il 30 settembre 2010 con la presentazione di 24 progetti per una spesa complessiva di euro 16.776.902,00 e per un importo complessivo a contributo di euro 7.812.565,00.

Proposta progetto paese

Al fine di rafforzare la presenza piemontese su mercati strategicamente interessanti si è presentato alla filiera vitivinicola la proposta di un progetto paese sul mercato USA coordinato dal Centro estero per l'internazionalizzazione del Piemonte con possibilità di finanziamento al 70%, in quanto progetto esclusivamente non commerciale.

ANNUALITA' 2012

Il bando relativo ai progetti promozionali riguardanti l'annualità 2011-2012 si aprirà entro la metà luglio 2011 e verrà messa a bando una dotazione di almeno 7.000.000.00 euro.

Proposta progetto paese

Si ritiene necessario continuare la collaborazione con il Centro estero per l'internazionalizzazione del Piemonte per sostenere il comparto vitivinicolo piemontese sui mercati internazionali ed in particolare sui quei mercati che hanno elevate prospettive di crescita e quindi si riproporrà alla filiera la proposta di costruire insieme un progetto paese cofinanziato dalla Regione Piemonte

Il mercato/i obiettivo individuato/i sarà comunque oggetto di discussione in sede di tavolo di filiera con una priorità verso quei paesi che oggi risultano strategicamente interessanti quali la Cina e l'area del sud est asiatico.

Procedura:

Disposizioni per accedere all'aiuto saranno stabilite nel rispettivo bando di attuazione.

Normativa di riferimento:

Regolamenti (CE) n. 479/08 e 555/08 relativi all'organizzazione comune del mercato vitivinicolo
DGR n. 1-11406 del 18/05/2009 (B.U. n. 20 del 21/05/2009).
D.M. n. 4123 del 22/07/2010 e successive modifiche
Determinazione dirigenziale n. 843 del 29/07/2010.

5. Sostenere il settore produttivo favorendo la promozione dei prodotti agroalimentari piemontesi, il loro territorio di provenienza e le tradizioni attraverso misure di finanziamento a valere su fondi regionali per le attività di promozione agricola e agroalimentare delle Province.

Finalità dell'iniziativa:

La misura di finanziamento si propone di sostenere le Amministrazioni provinciali per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari piemontesi.

Procedura di operatività della misura di finanziamento:

L'art. 10 della legge regionale n. 17 dell'8 luglio 1999 prevede che ogni anno avvenga il riparto dei fondi per l'anno successivo relativi all'esercizio delle funzioni conferite;

Con la DGR n. 45-761 del 7/10/2010 sono state ripartite alle province le seguenti risorse a valere sull'art. 41 della legge regionale 63/78:

- Per interventi di valorizzazione delle produzioni agroalimentari e zootecniche di montagna, sulla base dell'accordo sottoscritto tra la Regione Piemonte e la provincia del Verbano-Cusio-Ossola in merito all'applicazione dell'art. 8 dello statuto, l'importo di euro 40.000,00;
- Per interventi per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari l'importo di euro 135.000,00;

Tipologia degli interventi ammissibili:

Le azioni oggetto del sostegno devono riguardare la valorizzazione del patrimonio agroalimentare del territorio piemontese e delle sue tradizioni.

Criteri di priorità:

Le Province, sulla base del riparto, provvederanno a formulare programmi operativi annuali secondo la normativa sopra richiamata.

Risorse finanziarie disponibili:

Le iniziative trovano copertura finanziaria sugli stanziamenti iscritti all'UPB (DB11021) del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2011, come riportato negli allegati 2 e 3.

Normativa di riferimento:

art. 41 della legge regionale 12 ottobre 1978 n. 63 relativa a "interventi regionali in materia di agricoltura e foreste in merito all'attuazione di iniziative promozionali e legge regionale n. 17 dell'8 luglio 1999 "riordino delle funzioni amministrative in materia di agricoltura, alimentazione, sviluppo rurale, caccia e pesca" ha trasferito alle Province l'esercizio delle funzioni amministrative ricomprese nell'art. 2.

6. Valorizzare e promuovere i vini piemontesi, il loro contesto produttivo e territoriale attraverso il finanziamento delle Enotecche regionali, Botteghe del Vino e Cantine Comunali riconosciute ed operanti ai sensi della L.R. 37/80.

Finalità delle iniziative:

Sostenere finanziariamente, con la concessione di contributi, le Enotecche regionali, Botteghe del vino, Cantine comunali per le spese della loro costituzione, restauro, manutenzione, funzionamento e attività.

Destinatari:

- Le Enotecche Regionali;
 - Le Botteghe del vino e Cantine comunali,
- riconosciute ed operanti ai sensi della L.R. n. 37/80;

Azioni oggetto di sostegno:

Tutte le spese relative a: costituzione, l'acquisto dei locali per la sede, le spese progettuali per la ristrutturazione, il restauro, la manutenzione della sede, e tutte le altre spese relative al funzionamento e alle attività.

Produzioni oggetto del sostegno:

Vini a denominazione di origine protetta.

Ambiti territoriali dell'azione promozionale:

Locale, regionale, nazionale e internazionale.

Entità contributi, criteri, procedura e termini di presentazione:

Sono stabiliti dalla D.G.R. n. 46-2278 del 27 febbraio 2006.

Risorse finanziarie disponibili:

Le iniziative trovano copertura finanziaria sugli stanziamenti iscritti all'UPB (DB11021) del bilancio di previsione per l'anno finanziario 2011, come riportato negli allegati 2 e 3.

Normativa di riferimento:

art. 7 della legge regionale 12 maggio 1980, n. 37 relativa a "Le Enotecche Regionali, le Botteghe del Vino o Cantine Comunali".

7. Promuovere l'informazione e la conoscenza da parte del consumatore dei prodotti piemontesi e della qualità attraverso iniziative a regia regionale tra cui manifestazioni fieristiche da attuare anche in collaborazione con l'Istituto Marketing Agroalimentare per il Piemonte (IMA) e il Centro Estero per l'Internazionalizzazione del Piemonte (Ceip);

Tali iniziative vengono realizzate sia attraverso interventi promozionali diretti e compartecipati della Regione sia attraverso la concessione di contributi per azioni e attività promozionali ai vari soggetti pubblici e privati indicati nella suddetta DGR.

7.1. Interventi promozionali diretti e compartecipati della Regione

Le iniziative a livello internazionale si svolgeranno in collaborazione con CEIP Piemonte (Centro estero per l'internazionalizzazione del Piemonte), istituito con la L.R. 13/2006, e sulla base del protocollo d'intesa approvato con la DGR n. 70-6602 del 30/7/2007, ma anche in raccordo con le azioni unitarie e di collaborazione (Italia ed estero) con tutte le strutture della Regione, IMA Piemonte, Unioncamere Piemonte, le Camere di Commercio, le Province.

- Partecipazione alla fiera annuale **Fruit Logistica** di Berlino (9-11 febbraio 2011), una delle più importanti fiere internazionali del comparto frutticolo, su un mercato di grande interesse per la produzione piemontese;
- Partecipazione alla fiera annuale **Prowein** di Dusseldorf (27-29 marzo 2011), una delle più importanti fiere internazionali del comparto vino, su un mercato di grande interesse per i produttori piemontesi;
- Partecipazione alla fiera biennale **Vinexpo** di Bordeaux (19-23 giugno 2011), una fiera internazionale importantissima, la cui partecipazione vuole essere anche un tentativo di dare una presenza più unitaria e coordinata di preesistenti e tradizionali, ma sparse, presenze di rappresentanze istituzionali e produttive piemontesi;
- **Progetto Scandinavia**. Esecuzione secondo anno (2011) del programma di promozione sui mercati di Svezia, Norvegia, Finlandia, Danimarca, coordinato dall'ICE con Piemonte e altre 4 Regioni;

Per un totale complessivo di spesa di € 160.000,00.

Progetto Promozionale in India

Nell'ambito della convenzione ICE-Regione Piemonte sull'India è previsto un progetto paese a sostegno delle imprese piemontesi dei settori mezzi di trasporto, meccatronica, agroalimentare e vino e gomma, rivolto a responsabili acquisti e tecnici di case costruttrici indiane di mezzi di trasporto, a responsabili acquisti e tecnici commerciali di buyer del settore meccatronica, a trader settore agroalimentare, a trader settore moda e gioielleria e a agenti. In particolare sono previsti workshop con incontri B2B previa una specifica attività di formazione propedeutica.

In tale ambito si inserisce l'intervento dell'Assessorato Agricoltura a sostegno delle aziende e del sistema agricolo e agroalimentare piemontese per lo sviluppo della promozione commerciale sui mercati dell'India.

L'intervento prevede anche la creazione di una Piattaforma di supporto in loco che svolga attività continuative di monitoraggio del mercato locale e promozione allo scopo di consentire alle aziende piemontesi del settore un accesso facilitato ad un mercato vasto, complesso e articolato come quello indiano.

La gestione della piattaforma potrebbe essere supportata in loco da una istituzione nazionale pubblicamente riconosciuta a livello governativo ed erogherà esclusivamente alle aziende piemontesi i seguenti servizi:

- attività di indagine e ricerche di mercato e studi di fattibilità;
- attività di consulenza e servizi di supporto alle aziende e al sistema piemontese;
- azioni promopubblicitarie e informative da svolgere con i mezzi di informazione;
- azioni per lo sviluppo dei rapporti con la piccola e grande distribuzione e altri canali;

A sostegno delle aziende agricole e agroalimentari piemontesi interessati all'iniziativa, anche per usufruire dei servizi erogati dalla Piattaforma, la Regione Piemonte – Assessorato Agricoltura mette a bando la concessione di un contributo sotto forma di voucher con procedura pubblica di selezione analoga a quella avvenuta con le recenti misure sui voucher per la partecipazione a fiere e progetti integrati di promozione all'estero.

La spesa complessiva utilizzabile è prevista in € 450.000,00.

Le iniziative a livello nazionale, costituite anche da partecipazioni e compartecipazioni a fiere e manifestazioni, si svolgeranno in collaborazione con IMA Piemonte (Istituto per il Marketing agroalimentare piemontese), istituito con la L.R. 29/2002, e con il coinvolgimento delle enoteche regionali, anche in raccordo con l'attività unitaria e coordinata con altre strutture della Regione, con Uniocamere Piemonte e con le Province.

- Partecipazione alla fiera annuale **Vinitaly** di Verona (7-11 aprile 2011), la più importante a livello internazionale del comparto vino, dove c'è una tradizionale e forte partecipazione, unitaria e coordinata del sistema Piemonte, di un gran numero di Istituzioni e di circa 600 produttori.
- Compartecipazione alla manifestazione "**Settimana del biologico**", rientrante nel programma nazionale Ministero Regioni sulla promozione dell'agricoltura biologica;
- **CHEESE**, fiera biennale di Bra (18-21 settembre 2011). La grande kermesse internazionale sui formaggi e il lattiero caseario, con circa 180.000 presenze. Iniziativa che serve a mettere in risalto tutta la attività svolta sul comparto, assieme a tutta la filiera, e a presentare le nostre produzioni e tutto il sistema produttivo e il suo contesto;

Per un totale complessivo di spesa di € 400.000,00.

Nel corso dell'anno, in base ad effettive necessità e fattibilità, si faranno delle verifiche ed eventuali modifiche sulla quantità di spese previste sulle singole iniziative. Inoltre, da eventuali economie, per iniziative non realizzate o per minori spese, o da nuove risorse, potranno essere effettuate altre iniziative promozionali, coerenti col presente documento, di interesse promozionale, ancor più individuate nell'ambito della collaborazione e dei tavoli di lavoro col sistema Camerale Piemontese e le Province.

Altre eventuali iniziative e interventi suppletivi e aggiuntivi a quelli sopra descritti e finanziabili, sono quelle possibili nell'ambito del processo in atto del **riconoscimento UNESCO** dei territori del vino, e nell'ambito della **partecipazione della Regione Piemonte all'AREPO** (Assemblea Regioni Europee prodotti d'origine), **dell'AREV** (assemblea regioni europee viticole), **dell'AREFLH** (Assemblea Regioni Europee frutticole floricole).

Molte sono inoltre le iniziative nel 2011 legate alle celebrazioni del **150° Unità d'Italia**: mostre, rassegne, convegni, raduni nazionali di vari corpi e armi (come gli Alpini, i Bersaglieri) e in tale ambito l'Assessorato Agricoltura collaborerà con la Presidenza e gli altri Assessorati per promuovere l'agricoltura e i suoi prodotti, con incontri, degustazioni, materiale promozionale, gadget, pubblicazioni, una bottiglia con etichetta speciale commemorativa; ed ancora una iniziativa sul vino nell'ambito della Assemblea Nazionale della Associazione Donne del Vino, in programma a Torino nel novembre 2011. La spesa prevista è di 30.000,00 Euro.

Rientrano in questo ambito anche alcune **attività editoriali e promopubblicitarie** da svolgere direttamente o in collaborazione con riviste e pubblicazioni di interesse agricolo e agroalimentare, quali stampa libri, opuscoli, redazionali con riviste e pubblicazioni, acquisto volumi, pagine e inserzioni pubblicitarie, da svolgere anche in occasioni di fiere e manifestazioni.

7.2. Concessione contributi a sostegno attività promozionali soggetti terzi per progetti e manifestazioni.

Questo rappresenta il secondo filone degli interventi con la concessione di contributi a sostegno di progetti e manifestazioni per la promozione agricola e agroalimentare 2011 svolta da soggetti terzi.

Come ricordato nella premessa di questo documento, tale azione farà leva sulle risorse disponibili sulla **misura 133 del Programma di Sviluppo Rurale del Piemonte 2007-2013** (Attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare: DOP, IGP, Biologici, DOC, DOCG), secondo il bando per l'anno 2011 riportato al paragrafo 4.1

Altra misura su cui si farà leva sono le risorse disponibili per la **promozione dei vini sui Paesi Terzi** (extra UE) dall'OCM Vino di cui al reg. CE 479/08 e 555/08, al DM 3890 dell'8/5/09 e della DGR n. 1-11406 del 18/5/09, il cui bando per l'anno 2011 è riportato al paragrafo 4.2.

I fondi regionali previsti nel bilancio di previsione, saranno inoltre impegnati, ai sensi della L.R. n. 63/78, art. 41, per le seguenti iniziative e attività:

- Euro 250.000,00, come contributi **per mostre e rassegne zootecniche anno 2011**, ai sensi dell'art. 17 della L.R. 63/78;
- Euro 100.000,00, come contributo ai soggetti associativi e consortili floricoli piemontesi per le spese di partecipazione a **Euroflora di Genova** (21 aprile - 1 maggio 2011) a cui parteciperanno, come tradizione, in maniera unitaria e coordinata come sistema Piemonte. La fiera, che si svolge ogni 5 anni, rappresenta la più grande e importante manifestazione kermesse sulla floricoltura;
- Euro 10.000,00, come contributo alla Provincia di Alessandria per la realizzazione del Salone **del Biscotto Piemontese**, in programma ad Alessandria dal 30 settembre al 2 ottobre 2011. Si tratta di una fiera che coinvolge le Province e che, dopo 6 edizioni itineranti, dal 2011 assume una forma stabile e permanente, con cadenza biennale, ad Alessandria, coordinata dalla Provincia e in collaborazione con le altre Province e l'insieme degli assessorati regionali interessati e della filiera produttiva;
- Euro 40.000,00, a favore dell'Associazione Accademia del Barolo per la realizzazione della 12° ed. dell'**Asta del Barolo** (12-14 marzo 2011).
- Euro 60.000,00, come descritto nelle pagine precedenti, al Consorzio La Venaria Reale, come contributo per la promozione agroalimentare del Piemonte nell'ambito delle **iniziative celebrative del 150° Unità d'Italia**.

Programma Promozionale di IMA Piemonte

In relazione al potenziamento delle attività di IMA Piemonte, istituito con la L.R. n. 29/2002, e che con la L.R. n. 17/2008 è stata trasformata in Società a totale capitale pubblico (*in house*), è prevista una assegnazione a IMA Piemonte di Euro 325.000,00, in base ad un programma di interventi promozionali diretti, di compartecipazione e sostegno ad eventi e progetti di promozione e valorizzazione dell'agricoltura e dell'agroalimentare piemontese. In coerenza con le indicazioni del presente documento la Direzione Agricoltura, con appositi provvedimenti, procederà nelle modalità di definizione e attuazione di tale programma da parte di IMA Piemonte. Tali provvedimenti potranno essere estesi anche ad iniziative di promozione agroalimentare di filiera.

Come già ricordato in precedenza, nel corso dell'anno, all'istruttoria e verifica su tutte le iniziative, risultassero economie da una parte o maggiori esigenze dall'altra, potranno essere effettuate variazioni e compensazioni finanziarie, a modifica dei suddetti riparti. Modifiche e compensazioni potranno anche essere effettuate tra capitolo di spesa e capitolo di contributo, anche in relazione alla possibilità di finanziare iniziative promozionali eccezionali, contingenti, attualmente non programmabili, comunque coerenti con il presente documento.

8. Rafforzare l'immagine del Piemonte e delle sue produzioni di qualità presso i punti vendita e la grande distribuzione

Il Piemonte è da sempre riconosciuto come patria di numerosi prodotti d'eccellenza del *Made in Italy* in campo agroalimentare.

Le nuove normative, emanate a livello Comunitario a tutela delle produzioni tipiche (Regolamenti CE 509-510 del 2006) hanno fatto sì che si attivasse una fitta rete di relazioni, tra la Pubblica Amministrazione ed i settori produttivo, della distribuzione e dei consumi. Il vasto patrimonio agroalimentare non si esaurisce con le 13 DOP (Denominazione di Origine Protetta), le 4 IGP (Indicazione geografica protetta) e i 365 PAT (Prodotti Agro-alimentari Tradizionali) l'intera Regione, anche nelle zone più remote, è caratterizzata da prodotti frutto delle tradizioni contadine che soprattutto in questi anni, con l'avvento della globalizzazione, l'abbandono dei territori marginali e la destrutturazione dei pasti, rischiano di scomparire.

Da queste considerazioni risulta di grande importanza l'interesse espresso dalla Regione Piemonte per le produzioni agro alimentari tradizionali, che cerca costantemente di promuovere per scongiurare il rischio

di una loro scomparsa, causando così, oltre che un danno al patrimonio culturale della Regione anche delle perdite sul piano prettamente economico – occupazionale.

Nell'ambito del programma di attività 2010 di IMA, Piemonte è stato attuato un Progetto di fattibilità per la promozione dei prodotti di qualità e dei prodotti tipici e tradizionali presso la GDO.

Per la realizzazione di detto progetto è stata chiesta l'attiva partecipazione ai lavori del Dipartimento di Valorizzazione e Protezione delle Risorse Agro-forestali della facoltà di Agraria (Università degli Studi di Torino).

Attività 2010

Lo studio prendeva in considerazione sia la fattibilità dell'introduzione dei prodotti tipici, PAT in particolare, nel canale della GDO (sulla scala regionale e/o interregionale), sia la possibilità di introdurre prodotti agroalimentari trasformati di interesse per le PMI (Piccole e Medie Imprese).

Il progetto è stato articolato nelle seguenti attività:

- **Fase I** (a cura di DIVAPRA- Unito) Analisi della fase agricola, che prevedeva la selezione di alcuni prodotti, quali la "Cipolla di Castelnuovo Scivria", il formaggio "Ossolano" e la "Paletta biellese", ed ulteriori 5 prodotti di interesse per le piccole e medie imprese (PMI), facenti parte dei settori produttivi carne, ortofrutta, latte e riso.
- **Fase II** (a cura di Fit-Italia) Confronto con operatori della GDO al fine di individuarne le categorie merceologiche d'interesse; definizione di criteri di scelta, requisiti minimi, necessità logistiche, ecc; individuazione ambiti territoriali d'interesse; possibili iniziative di comunicazione congiunta; modalità di negoziazione di tali prodotti (diretta fra produttori e buyer, intervento dei Consorzi, Associazioni).
Analisi della presenza nella GDO dei prodotti piemontesi tipici/tradizionali, indagandone posizionamento e iniziative promozionali connesse alla loro commercializzazione; quadro dei prodotti tipici/tradizionali di provenienza extra-regionale presenti attualmente nella GDO; Quadro dei prodotti agroalimentari trasformati di provenienza locale che potrebbero interessare le PMI.

Dalle conclusioni a cui è approdata l'indagine sulle produzioni prese in esame emerge uno scenario piuttosto variegato. Sono stati estrapolati i dati riguardanti i punti salienti delle singole realtà, riportati nella seguente tabella.

Prodotto	Azienda	Produzione totale	Produzione Singola azienda	Vendite	Possibile incremento Produzione
C.C.S.		250.000 quintali/anno			
	Stella		5.000 quintali/anno	80% grossisti (destinazione prevista Emilia); 20% (AS.PRO.PAT)	10-15%
O.	Latt. Soc. Antig		60.000 forme/anno	50% GDO; 50% negozi specializzati	20%
	Macugnaga		60 forme/anno	Azienda e negozi di alimentari	No
	Bernardini		1000 forme/anno	95% Azienda e negozi di alimentari; 5% Ho.Re.Ca e GAC (Lombardia)	No
P.B.	Gabba		20.000 forme/anno	52% Ho.Re.Ca; 25% negozi specializzati; 13% GDO; 10% ingrosso	30%
Sp.	Nadia		60 quintali/anno	80% macellerie; 15% GDO; 5% Ho.Re.Ca.	Possibile decuplicare
G.B.P.	Capello			Ingrosso; Ho.Re.Ca.	
A.M.P.	Frutto permesso		150 quintali/anno	Azienda, negozi specializzati; mercati locali	No
	Castagnè Gros		60 quintali/anno	70% mercati "Campagna Amica"; 20% azienda; 10% negozi specializzati	Si
P.L.	15 produttori	200 quintali/anno		Mercati locali; Ho.Re.Ca	-
P.V.	Volpedo Frutta		14.000 quintali/anno	90% GDO; 10% mercati Nord-Ovest	Possibile raddoppiare
T.L.B.	Lat. Bruzolese		230 forme/anno	55% Azienda; 29% GDO; 13% gastronomie e Ho.Re.Ca; 3% Fiere e Sagre	Possibile quintuplicare
R.R.	Casagrossa		110.000 forme/anno	98% GDO; 2% Ho.Re.Ca. + Fiere e sagre	Si
T.L.C. G.S.	Demartini		T.L.C. 2000 quintali/anno G.S. 8000 quintali/anno	40% negozi specializzati; 30% Ho.Re.Ca; 15% Export; 10% spaccio aziendale	50%

Legenda:

C.C.S: Cipolla di Castelnuovo Scriveria - O: Ossolano - P.B: Paletta Biellese - Sp: Salampatata -G.B.P: Gallina Bionda Piemontese - A.M.P: Antiche Mele Piemontesi - P.L: Pesca Limonina - P.V: Pesca di Volpedo - T.L.B: Toma del Lait Brusca - R.R: Robiola di Roccaverano - T.L.C: Torcetto delle langhe e del Canadese - G.S: Grissino Stirato

L'interesse per le produzioni regionali nei canali distributivi risulta elevato da parte delle aziende del settore che ne stimolano la presenza fino a sviluppare anche prodotti con il loro marchio.

Questi prodotti però risultano difficili da gestire, sia dal punto di vista logistico che commerciale, poiché provengono in genere da PMI poco strutturate; sono soprattutto prodotti freschi di difficile gestione, non sono sempre facilmente riconoscibili dal cliente se non nei casi tradizionalmente più noti. La conferma di queste indicazioni è data dal fatto che la presenza maggiore dei suddetti prodotti è in genere legata ad aziende strutturate, non riconducibili alla realtà delle piccole PMI ma già ad un livello industriale o a soggetti che possono essere identificati non solo come produttori ma anche come selezionatori.

Questo tipo di prodotto è molto interessante ma necessita di uno sforzo organizzativo e promozionale che non può essere lasciato all'azienda distributiva, deve partire dai produttori stessi, trattandosi di PMI, o da loro forme associative.

Il livello di servizio necessario si manifesta a partire dall'evidenza delle garanzie di base sui requisiti del fornitore; passa attraverso l'organizzazione logistica, l'organizzazione commerciale dell'offerta volta a garantire quantità e continuità, il *merchandising* e le iniziative promozionali nel punto vendita.

L'interesse del Distributore per le produzioni regionali è elevato; esso cerca di rispondere alla tendenza dei consumi della società attuale. Il Distributore però è un commerciante e come tale disposto ad offrire spazi per la vendita di prodotti la cui valorizzazione spetta alle realtà produttive che, anche grazie al supporto istituzionale, devono riuscire a trovare le forme organizzative necessarie a cogliere l'opportunità offerta dai canali della moderna distribuzione.

Attività 2011: creazione di un rapporto commerciale tra produzioni tradizionali e Grande Distribuzione Organizzata.

Da quanto emerso nello studio infatti, pur con tutte le cautele del caso, risulta che lo spazio per queste produzioni nei canali distributivi può essere importante e possono occuparlo le PMI solo a condizione che venga fatto uno sforzo al fine di trovare forme di gestione efficaci, in grado di garantire ai punti vendita quel livello di servizio che può rendere i prodotti commercialmente interessanti.

La sfida che ci si propone di affrontare è quella di facilitare la costruzione di un rapporto commerciale stabile tra produzioni tradizionali - GDO attraverso la creazione di un punto centralizzato di raccolta delle suddette produzioni, che sia in grado di garantire alle catene di distribuzione e alle aziende che gestiscono la ristorazione collettiva, i livelli minimi di servizio e garanzia richiesti.

In prima battuta si è proposto alle organizzazioni professionali e alle centrali cooperative regionali, di individuare un soggetto, che rappresenti i produttori, in grado di proporre ai responsabili sviluppo di alcune catene distributive e di ristorazione collettiva (Auchan, Esselunga, METRO, Autogrill, CAMST) un listino di prodotti tradizionali per i quali sia possibile iniziare una introduzione in alcuni punti vendita e in alcuni menù della ristorazione collettiva.

QUADRO ECONOMICO FINANZIARIO DI RIFERIMENTO

MISURA/NORMATIVA	NORMATIVA DI RIFERIMENTO FINANZIARIO	SOMME PREVISTE	
		2010	2011
PSR 2007 – 2013 Misura 133 Attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare	Regolamento (CE) n. 1698/2005 DGR n. 44- 7485 del 19/11/2007	3.092.479,98	5.000.000,00
promozione sui mercati terzi nell'ambito dell'OCM Vino per le produzioni doc/docg	Regolamento (CE) N. 479/2008 in base al riparto stabilito dal D.M. del Ministro delle politiche agricole n. 3890 del 8/05/2009.	2.556.024,00	7.800.000,00
TOTALE SPESA PREVISTA (FONDI COMUNITARI)		5.648.503,98	12.800.000,00
art. 41 Legge regionale 12 ottobre 1978, n. 63 "interventi regionali in materia di agricoltura e foreste" - spese cap. 128317 - 111103	L.R. n. 25 del 27/12/2010 "legge finanziaria per l'anno 2011" - L.R. n. 26 del 31/12/2010 Bilancio di previsione anno 2011	2.802.500,00	1.555.000,00
art. 41 Legge regionale 12 ottobre 1978, n. 63 "interventi regionali in materia di agricoltura e foreste" - contributi cap. 188402	L.R. n. 25 del 27/12/2010 "legge finanziaria per l'anno 2011" - L.R. n. 26 del 31/12/2010 Bilancio di previsione anno 2011	2.936.500,00	845.000,00
art. 7 legge regionale 12 maggio 1980, n. 37 "enoteche regionali, le botteghe del vino o cantine comunali, i musei etnografico-enologici, le strade del vino" - contributi cap. 175694	L.R. n. 25 del 27/12/2010 "legge finanziaria per l'anno 2011" - L.R. n. 26 del 31/12/2010 Bilancio di previsione anno 2011	1.227.000,00	400.000,00
TOTALE SPESA PREVISTA (FONDI REGIONALI)		6.966.000,00	2.800.000,00
TOTALE GENERALE		12.614.503,98	15.600.000,00

QUADRO ECONOMICO FINANZIARIO MISURE E INIZIATIVE DI PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI

MISURA/BANDO/AZIONE/INIZIATIVE	NORMATIVA DI RIFERIMENTO	BENEFICIARI	ANNO 2011		NOTE
			EURO	EURO	
133 attività di informazione e promozione riguardo ai prodotti che rientrano nei sistemi di qualità alimentare	Regolamento (CE) n. 1698/2005 DGR n. 44- 7485 del 19/11/2007	Associazioni di produttori in qualsiasi forma giuridica che aggregano operatori che partecipano attivamente ad un sistema di qualità sostenuti dalla misura 132 del PSR	5.000.000,00		PSR 2007 - 2013
OCM Vino Misura promozione sui mercati dei paesi terzi	regolamento (CE) n. 479/2008 DM 3890 del 8/05/2009	Associazioni di produttori in qualsiasi forma giuridica e produttori singoli	7.800.000,00		Risorse previste da OCM VINO con il DM del Ministero dell'Agricoltura 8 maggio 2009 e Decreto dipartimentale 12 agosto 2009 di riparto tra le Regioni
TOTALE PROGRAMMA 2011 (FONDI COMUNITARI)			12.800.000,00		
Contributi per la partecipazione a rassegne fieristiche	art. 41 L.R. 63/78 - contributi	Enti organizzatori fiere ai sensi della legge regionale 31/2008	845.000,00	210.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
Organizzazione di mostre e rassegne zootecniche	art. 17 L.R. 63/78 - contributi			250.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
Iniziativa di valorizzazione dei prodotti agroalimentari	art. 41 L.R. 63/78 - contributi	Province		175.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
Contributi per la realizzazione di progetti per l'alimentazione consapevole dei cittadini attraverso la rete delle Fattorie Didattiche	art. 41 L.R. 63/78 - contributi	Province		250.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
art. 7 legge regionale 12 maggio 1980, n. 37 "enoteche regionali, le botteghe del vino o cantine comunali, i musei etnografico-enologici, le strade del vino" - contributi cap. 175694	art. 7 legge regionale 12 maggio 1980, n. 37 - contributi cap. 175694	Enoteche, Botteghe del Vino	400.000,00		Bilancio di previsione anno 2011
partecipazione a manifestazioni fieristiche in Italia in collaborazione con IMA	art. 41 L.R.63/78 - spese	in collaborazione con IMA	1.515.000,00	430.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
partecipazione a manifestazioni fieristiche nel mondo e azioni specifiche in collaborazione con CEIP	art. 41 L.R.63/78 - spese	in collaborazione con CEIP		610.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
Spese per realizzazione progetto Piemonte Agriqualità	art. 41 L.R.63/78 - spese			150.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
Programma di attività promozionale con IMA Piemonte	art. 41 L.R.63/78 - L.R. n. 29/2002			325.000,00	Bilancio di previsione anno 2011
TOTALE PROGRAMMA 2011 (FONDI REGIONALI)			2.800.000,00		