



PROGRAMMA PROMOZIONALE DEL SETTORE PRIMARIO ANNO 2016

*Legge regionale 4 agosto 2006, n. 15 - Legge regionale 14 marzo 1980, n. 16
Legge regionale 24 dicembre 2004, n. 33*

1. PREMESSE

La legge regionale 4 agosto 2006, n. 15 “Disposizioni di riordino e semplificazione normativa - Collegato alla legge finanziaria 2006 in materia di agricoltura, foreste, economia montana e caccia” ha profondamente inciso sul riordino in materia in particolare l’art. 1 ha riformato il principale strumento normativo della politica di promozione per il settore agroalimentare che era rappresentato dalla legge regionale 14 marzo 1980 n. 16. Dopo tali modifiche la Giunta regionale è tenuta, sentita la competente Commissione Consiliare, a proporre e successivamente approvare con cadenza annuale, il Programma Promozionale del Settore Primario, con l’individuazione e il coordinamento delle iniziative della Regione e degli enti, aziende ed agenzie dipendenti, corredato delle previsioni di spesa per gruppo omogeneo di iniziative.

La successiva Legge regionale 24 dicembre 2004, n. 33 avente ad oggetto “Disciplina delle attività regionali in materia di commercio estero, promozione economica e internazionalizzazione delle imprese venete”, con l’abrogazione parziale dell’articolo 12 della L.r. n. 16/1980, ha poi mantenuta inalterata la possibilità – limitatamente alla promozione del settore primario – di operare sulla base di programmi annuali approvati dalla Giunta regionale.

Il Programma 2016 risente, come per tanti altri settori, delle diminuite disponibilità di bilancio e per l’esercizio finanziario di riferimento il DDL n. 23 del 16 dicembre 2015 “Bilancio di previsione per l’esercizio finanziario 2016 e pluriennale 2016-2018” prevede una somma complessiva di Euro 1.145.000,00 potendo operare con riferimento ai seguenti capitoli di spesa:

- n. 30020 denominato “Iniziativa regionali per promozione economico-fieristica del settore primario” destinato ad acquisizione di beni e servizi per lo svolgimento di talune attività da parte della Regione, per € 1.000.000,00;
- n. 100875 denominato “Trasferimenti per iniziative regionali per promozione economico-fieristica del settore primario” destinato al trasferimento di fondi regionali ad altri enti pubblici in termini di contributi per e 145.000,00.

Vale la pena ricordare che anche in questo settore della promozione regionale, come avviene per le attività ricomprese nel Piano Turistico Annuale, è possibile operare con la collaborazione della Società per azioni consortile Veneto Promozione, partecipata dalla Regione e dall’Unione Regionale delle Camere di Commercio del Veneto, in quanto in coerenza con gli obiettivi previsti dalla legge regionale n. 33/2004, ed operando in aderenza ai principi dell’ “in house providing” ritenuto lo strumento più idoneo per il raggiungimento delle finalità poste dalla programmazione regionale. Il ruolo di Veneto Promozione è quindi quello di supportare la Regione nello sviluppo operativo e gestionale di iniziative di particolare rilievo in Italia e all’estero.

Il Programma del Settore Primario per l’anno 2016 potrà quindi essere esplicitato, per talune azioni di competenza della Giunta regionale, secondo le direttive citate e le nuove opportunità attrattive, potendo con ciò

coniugare le programmazioni della Regione e del Sistema camerale, oltre a costituire un importante momento di sintesi e di ottimizzazione delle risorse disponibili.

Tale attività di coordinamento dovrà poi fare riferimento anche ad un altro fattore fondamentale della promozione integrata, ovvero coniugarsi e sfruttare al meglio le sinergie derivanti da quelle attività messe in atto con la programmazione prevista dal Piano Turistico Annuale.

Entrambi gli strumenti di programmazione promozionale rappresentano un *unicum* di interventi attraverso i quali promuovere e commercializzare settori economici, prodotti e territorio che rappresentano il complesso dell'offerta veneta, un'offerta articolata, variegata e in grado di soddisfare qualsiasi tipo di aspettativa di qualità.

2. STRUMENTI COMPLEMENTARI IN MATERIA DI PROMOZIONE

Accanto al presente Programma nel corso del 2016 è prevista l'attivazione di una serie di operatività e l'avvio di altre destinate ad integrare e rendere maggiormente sinergiche le attività promozionali e di valorizzazione delle produzioni agricole.

- Programma di Sviluppo Rurale 2014-2020 Misura di sostegno per attività di informazione e promozione svolte da associazioni di produttori nel mercato interno. Si prevede il sostegno finanziario ai sensi della Misura 3.2.1. per la realizzazione di azioni di informazione e promozione dei prodotti agricoli e alimentari che rientrano nei regimi di qualità nel mercato interno e posti in essere da organismi collettivi che raggruppano operatori che partecipano ai regimi di qualità. Con la deliberazione n. 1937 del 23 dicembre 2015 la Giunta regionale ha previsto uno stanziamento complessivo di € 5 Milioni da destinare per: € 2 milioni ai prodotti DOP e IGT dei vini, € 2 milioni per prodotti DOP-IGP-STG dei prodotti agricoli, € 600.000,00 Per sistemi di qualità Q.V. ed € 400.000,00 per le produzioni biologiche.
- Organizzazione Comune di Mercato -Promozione nei Paesi Terzi – Si darà corso alle attività di informazione e promozione sui mercati dei Paesi terzi dei vini a denominazione di origine controllata nell'ambito delle misure previste dall'OCM del settore vitivinicolo. Nel corso del 2016 si andranno a realizzare le iniziative finanziate nel corso dell'anno 2015 per un ammontare complessivo di oltre 20 milioni di Euro e nel corso del primo semestre del 2016 si provvederà ad attivare il bando di selezione dei progetti presentati dalle imprese singole od associate in ATI, e dai consorzi di tutela dei vini per la campagna 2016-2017. In questo caso le iniziative ammesse al beneficio regionale nella misura massima del 50% sono da realizzarsi esclusivamente nei Paesi extraeuropei;
- Misure di promozione delle attività di turismo rurale. In base alla legge regionale n. 28/2012 e successive modificazioni ed integrazioni potranno essere previste attività di valorizzazione e di promozione delle iniziative realizzate nel territorio regionale a valere sul turismo rurale nelle sue diverse espressioni previste appunto dalla legge regionale di settore e che concernono l'agriturismo, l'ittiturismo, il pescaturismo, le fattorie didattiche, le fattorie sociali, ecc..

3. GLI OBIETTIVI DEL PROGRAMMA PROMOZIONALE

Gli obiettivi del Programma del Settore Primario per il 2016, unitamente alle azioni complementari indicate al capitolo 2, si possono così riassumere:

- aumentare la conoscenza e la notorietà delle produzioni agroalimentari venete;
- incrementare le capacità commerciali delle imprese nei mercati nazionali ed esteri;
- incentivare il coordinamento e la sinergia delle azioni promozionali per una promozione integrata del territorio e delle eccellenze turistiche e culturali;
- sensibilizzare il consumatore italiano mediante attività di informazione e comunicazione;
- incrementare la conoscenza dei marchi europei di qualità e del marchio regionale Qualità Verificata.

4. LE AZIONI E GLI INTERVENTI DEL PROGRAMMA

Le iniziative previste dal Programma Settore Primario 2016 verranno articolate per gruppi omogenei di iniziative. La metodologia progettuale impiegata sarà quella consolidata in ottemperanza a quanto previsto dall'articolo 12

della legge regionale n. 16/1980, e quindi le attività sono omogenee in relazione agli obiettivi, alle modalità di attuazione, ai soggetti coinvolti e alle procedure amministrative. Ciascun gruppo omogeneo di iniziative è corredato delle previsioni di spesa in relazione alla somma complessivamente disponibile.

Azione 1. Iniziative promozionali in Italia**Euro 1.000.000,00**

Rientrano in questa linea di attività le iniziative fieristiche in Italia realizzate dalla Regione in collaborazione con enti pubblici, con enti fieristici siano essi in forma autonoma e diretta e in alcuni casi, con il coordinamento regionale, attraverso la collaborazione con associazioni e consorzi rappresentativi del settore e del territorio. Si tratta complessivamente di eventi interessanti la promozione e la comunicazione dei prodotti agro-alimentari e delle attività connesse all' enogastronomia.

Le principali manifestazioni regionali di settore alle quali la Regione prevede di assicurare la propria presenza saranno il Vinitaly, Fieragricola 2016 e Fieracavalli, tutte manifestazioni internazionali organizzate presso l'Ente Fiera di Verona.

Inoltre potrà essere valutata la partecipazione anche ad eventi di dimensione meno rilevante, ma che per il loro forte richiamo costituiscono un valore aggiunto per lo sviluppo economico del settore primario in ragione comunque del mercato locale. Tra questi si individuano le seguenti manifestazioni espositive: TecnoBar & Food presso la Fiera di Padova, Tutto Food di Milano, manifestazione dedicata all'hotellerie, Identità Golose sempre a Milano, Gusto in Scena a Venezia.

Sarà oggetto di intervento finanziario l'iniziativa realizzata da tutti i Consorzi di tutela e valorizzazione dei formaggi DOP del Veneto denominata Caseus Veneti che è considerata dalle stesse imprese partecipanti un mezzo importante per favorire lo sviluppo e la promozione di marchi di qualità nel settore delle produzioni lattiero-casearie, con il fine ultimo di concorrere alla valorizzazione e al miglioramento delle condizioni di commercializzazione delle stesse. Per tale evento, l'unico del settore lattiero-caseario, sarà valutata, risorse permettendo, una internazionalizzazione dell'attuale format della manifestazione che consenta, nell'immediato o in futuro, di divenire riferimento non solo nazionale ma per tutto il mercato caseario internazionale.

Infine appare peraltro opportuno evidenziare che talune manifestazioni necessitano di risorse finanziarie che potranno essere rinvenute dall'assestamento di bilancio anche se di competenza dell'esercizio 2017, in considerazione del fatto che le stesse, realizzandosi nei primi mesi dell'anno, devono essere pianificate nel 2016 anche se la collocazione finanziaria corrispondente a quella di realizzazione.

Per le manifestazioni che per loro caratteristica vengono a realizzarsi principalmente nel periodo compreso nei primi cinque mesi dell'anno successivo al presente Programma, la Giunta regionale è autorizzata nel corrente esercizio e nell'ambito delle azioni approvate, ad assumere i provvedimenti necessari a garantire la loro più efficiente/efficace realizzabilità proponendo in sede di assestamento la competenza finanziaria nell'esercizio seguente.

Azione 2. Iniziative promozionali realizzate all'estero**Euro 120.000,00**

Le iniziative ricomprese nella presente scheda-progetto riguarderanno:

- a) la partecipazione a manifestazioni autonome, workshop, incontri, per promuovere i contatti commerciali fra le imprese venete e gli operatori esteri, la presentazione di prodotti veneti e la degustazione guidata per giornalisti, opinion leader e operatori di settore;
- b) l'acquisto di spazi media di settore anche attraverso il ricorso di Agenzie specializzate, al fine di aumentare la conoscenza delle produzioni agroalimentari e vitivinicole regionali;

- c) le iniziative di promozione sui mercati esteri a carattere integrato, anche plurisettoriali, e la realizzazione di fiere o manifestazioni finalizzate a supportare iniziative di promozione commerciale delle imprese venete nei confronti degli operatori (buyers, distributori, ecc.);
- d) la realizzazione di progetti integrati che attraverso la promozione dei prodotti, dell'offerta turistica e culturale consentano di promuovere il territorio nel suo complesso.

Per quanto concerne fiere o manifestazioni internazionali, si ritiene di privilegiare la partecipazione ad eventi di carattere settoriale, ma rilevanti in termini di notorietà e presenza di operatori, ed interessanti soprattutto, anche se in maniera non esclusiva, i mercati europei tradizionali, nei quali la presenza autonoma degli operatori veneti è consolidata. Gli interventi potranno poi estendersi anche in ambito extra europeo in particolare in quei paesi laddove i margini di sviluppo registrati negli ultimi anni hanno chiaramente indicato un'espansione che necessariamente deve essere guidata e incentivata da una programmazione a regia regionale.

In considerazione dell'attuale disponibilità viene confermata la partecipazione alla più importante fiera del settore ortofrutticolo, la Fruit logistica 2016 di Berlino, la cui adesione è già stata approvata con provvedimento di Giunta regionale nel 2015. Questo particolare ambito settoriale vedrà la partecipazione regionale affiancarsi ai principali mercati ortofrutticoli del Veneto e le attività a sostegno riguarderanno esclusivamente l'export delle produzioni autoctone con esclusione della possibilità di condividere politiche d'importazione sia nazionale che internazionale.

Per la promozione all'estero del settore vitivinicolo, qualora le risorse a disposizione lo consentiranno, sarà operata la presenza unitaria di tutta la produzione veneta a ProWein di Dusseldorf (D), l'evento fieristico più importante in Europa.

Per quanto attiene i mercati esteri del settore agro alimentare e vitivinicolo in considerazione del fatto che le risorse individuate per la promozione per il corrente esercizio non consentono una programmazione di lungo periodo si ritiene che solo nel caso in cui le risorse si rendessero disponibili, direttamente o attraverso altre forme di finanziamento, potrà essere considerata l'organizzazione della presenza regionale ad altre manifestazioni estere. In tal caso la nuova programmazione sarà oggetto di apposito provvedimento della Giunta regionale dandone contestuale informazione alla competente Commissione consiliare. Per quelle elencate si tratta di partecipazioni già sperimentate negli anni precedenti e che hanno consentito di realizzare delle valide sinergie con la presenza congiunta e coordinata delle realtà produttive venete che si sono sempre dimostrate interessate a questi mercati.

Per queste manifestazioni che vedono una compartecipazione finanziaria importante dei soggetti privati, sarà necessario svolgere un'accurata selezione in funzione del ridotto budget a disposizione che potrà comportare un innalzamento della quota dei costi a carico dei partecipanti.

Azione 3. Azioni di comunicazione delle produzioni e del turismo rurale

Euro 25.000,00

Nel corso dell'anno 2016 saranno quindi realizzate iniziative di comunicazione attraverso l'utilizzo dei media in generale anche a carattere integrato. Considerato il budget a disposizione il ricorso da preferire riguarderà il settore web marketing che per costi e ritorni pubblicitari è in grado di garantire il mix migliore di risultati.

Si potranno in essere azioni che hanno come obiettivo quello di incrementare la conoscenza diretta e la notorietà delle produzioni tipiche e di qualità del Veneto, fornendo elementi utili al consumatore per orientarlo nella scelta di produzioni locali, informandoli sull'utilizzo dei prodotti, sistemi di produzione e di trasformazione tipici della realtà regionale. Tali azioni potranno interagire con le attività di informazione, promozione e comunicazione previste dalla normativa di settore e dai programmi di attività del turismo. I criteri di scelta saranno quelli già deliberati nel corso dell'esercizio 2015 dalla Giunta regionale e saranno oggetto di provvedimento del Direttore della Struttura competente. Costo complessivo delle proposte, loro contenuto, periodo di diffusione e ampiezza della medesima saranno quindi anche per l'esercizio 2016 elementi prioritari per la scelta dei contraenti.

Questo gruppo comprende inoltre il cofinanziamento per l'anno 2016, di attività promozionali svolte in collaborazione con altri soggetti pubblici secondo quanto previsto dall'articolo 13 della legge regionale n. 16/1980 secondo una procedura a sportello i cui criteri, condizioni e modalità sono anche in questo caso quelli definiti dalla Giunta regionale con il provvedimento deliberativo adottato al riguardo nel corso dell'esercizio 2015.

Un quota parte delle somma prevista per questa azione sarà destinata alle attività connesse al turismo rurale e alle attività previste dalla legge regionale n. 28/2012 così come modificata dalla legge regionale 35/2013, fra le quali l'agriturismo, le fattorie didattiche e le iniziative di sviluppo del turismo connesso con il settore primario.

4. CONDIZIONI OPERATIVE

In ordine alle eventuali modifiche tecnico-finanziarie al presente Piano, vengono previsti i medesimi criteri adottati nel corso del 2015 unitamente alle seguenti condizioni operative:

- introduzione di nuove iniziative, non riconducibili agli obiettivi ed attività delle azioni previste dal presente Programma, si procederà all'adozione di variazioni dando da parte della Giunta regionale idonea informazione alla competente Commissione consiliare.
- compensazioni finanziarie superiori al 10% della spesa complessivamente individuata e comunque superiori a € 30.000,00 riconducibili a variazioni fra le diverse azioni del Programma saranno autorizzate dalla Giunta regionale;
- compensazioni finanziarie inferiori al 10% e comunque inferiori a € 30.000,00 riconducibili a compensazioni fra le diverse azioni del Programma, saranno operate dal Direttore della Sezione competente con proprio decreto.

In ordine alla attuazione delle azioni di cui al presente Programma si precisa che la Struttura competente per le materie trattate, ai sensi della vigente normativa, è la Sezione Promozione Turistica Integrata cui spetta la gestione tecnica, amministrativa e finanziaria delle attività, con l'eventuale coordinamento per le attività programmatiche e di sinergia con gli altri settori, enti funzionali e locali, del Direttore del Dipartimento Turismo di cui alla deliberazione n. 2931 del 30 dicembre 2013.