



PROGRAMMA PROMOZIONALE DEL SETTORE PRIMARIO ANNO 2015

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

1. PREMESSE

Lo strumento normativo principale della politica di promozione per il settore agroalimentare è stata fino ad oggi la legge regionale del 14 marzo 1980 n. 16, la quale, alla luce delle modifiche apportate dall'articolo 1 della 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", stabilisce che la Giunta regionale, sentita la competente Commissione Consiliare, approvi annualmente 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 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", ha previsto l'abrogazione parziale dell'articolo 12 della L.r. n. 16/1980, e ha mantenuto inalterata la possibilità – limitatamente alla promozione del settore primario – di operare sulla base di programmi annuali approvati dalla Giunta regionale.

Anche in questo settore della promozione regionale opera la Società per azioni consortile Veneto Promozione, partecipata al 50% dalla Regione e dall'Unione Regionale delle Camere di Commercio del Veneto, avente 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 degli obiettivi posti 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, specie per quanto concerne le manifestazioni fieristiche e quelle svolte all'estero.

Il Programma del Settore Primario per l'anno 2015 potrà quindi essere esplicitato, per talune azioni di competenza della Giunta regionale, secondo le nuove direttive 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.

Il Programma prevede l'importo complessivo di Euro 800.000,00, somma prevista dal Disegno di Legge della Giunta regionale DDL n. 33 del 9 dicembre 2014 "Bilancio di previsione per l'esercizio finanziario 2015 e pluriennale 2015-2017"; se la somma verrà confermata in sede di esame legislativo, si potrà 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 € 700.000,00
- 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 € 100.000,00.

2. STRUMENTI COMPLEMENTARI IN MATERIA DI PROMOZIONE

Accanto al presente Programma nel corso del 2015 è prevista la conclusione di una serie di operatività e l'avvio, prevedibilmente nella seconda parte dell'anno, delle attività previste dal nuovo Programma di Sviluppo Rurale in corso di esame da parte della Commissione Consiliare, attività che avviate nel 2015 dispiegheranno i propri effetti soprattutto nel prossimo anno. Di seguito si indicano le attività impostate nell'anno precedente e che residuano, in termini finanziari, di azioni e di visibilità, nel primo semestre del 2015.

- Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013- Misura 133 "Informazione e Promozione": sono in corso di esaurimento e di conclusione i progetti già approvati con deliberazione n. 1978 del 28 ottobre 2013 inerenti le produzioni identificate con il marchio "Qualità Verificata" che ha messo a disposizione una somma di € 1,5 milioni con un utilizzo di poco meno di 1 milione di Euro.
- Sempre in materia di Qualità Verificata nella prima parte dell'anno in corso andrà a completarsi il programma di competenza della Giunta regionale relativo alla promozione, comunicazione e diffusione del marchio mediante iniziative di comunicazione e attività di informazione e promozione al consumatore.
- Sempre nella primavera di quest'anno si concluderanno anche le attività previste dalla deliberazione n. 2163 del 25 novembre 2013 di incoming, educational e workshop, nonché azioni preparatorie a tali eventi che rafforzino la conoscenza delle produzioni venete e delle aree di produzione.
- Infine 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. Si darà quindi attuazione ai progetti del Programma per la campagna 2014-2015, per cui nel corso del presente esercizio i soggetti beneficiari realizzeranno le iniziative approvate sia in termini di progetti multiregionali sia di progetti autonomi delle imprese singole o meglio associate in reti di impresa.

3. GLI OBIETTIVI DEL PROGRAMMA PROMOZIONALE

Gli obiettivi del Programma del Settore Primario per il 2015 sono:

- 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, delle eccellenze turistiche e culturali e la coniugazione di queste con i prodotti agroalimentari ed eno-gastronomici;
- sensibilizzare il consumatore italiano mediante attività di informazione e comunicazione;
- incrementare la conoscenza dei marchi europei di qualità e del marchio regionale Qualità Verificata.

L'agroalimentare veneto sarà da maggio a ottobre 2015 protagonista assoluto all'Esposizione Universale EXPO Milano 2015 sia in termini di presenza presso il Padiglione Italia sia con l'EXPO dei territori, un insieme di azioni, iniziative ed attività in grado di valorizzare e promuovere direttamente ai numerosi visitatori di EXPO le straordinarie eccellenze di cui il Veneto è dotato e che si possono proporre soprattutto agli stranieri per sviluppare contatti, B&B, workshop, incontri operativi fra delegazioni economiche e istituzionali e le aziende agroalimentari del Veneto.

4. LE AZIONI E GLI INTERVENTI DEL PROGRAMMA

Le iniziative previste dal Programma Settore Primario 2015 vengono articolate, secondo una metodologia progettuale consolidata e in base a quanto previsto dall'articolo 12 della legge regionale n. 16/1980, per gruppi omogenei di iniziative in relazione agli obiettivi, modalità di attuazione, soggetti coinvolti e procedure amministrative. Ciascun gruppo omogeneo di iniziative è corredato delle previsioni di spesa in relazione alla somma complessivamente disponibile.

Azione 1. Iniziative promozionali realizzate all'estero*Euro 270.000,00*

Le iniziative ricomprese nella presente scheda-progetto riguardano:

- a) le iniziative di promozione sui mercati esteri a carattere integrato, anche plurisetoriali, e la realizzazione di fiere o manifestazioni finalizzate a supportare iniziative di promozione commerciale delle imprese venete nei confronti degli operatori (buyers, distributori, ecc.);
- b) 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;
- c) 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.

Per quanto riguarda le fiere o le 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 dalla programmazione regionale. Pertanto, oltre alla partecipazione alle manifestazioni internazionali più affermate quali: Fruit Logistica di Berlino e Fruit Attraction di Madrid per il settore ortofrutticolo, Prowein di Dusseldorf per il settore vitivinicolo sarà valutata, concordemente con le imprese di settore, la possibile partecipazione al London Wine, una delle principali manifestazioni fieristiche del settore vitivinicolo e Vinexpo di Bordeaux, e altre fiere del settore agroalimentare nell'area dell'Est Europeo. 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.

In ambito extra europeo le iniziative che potranno essere oggetto di programmazione riguarderanno i principali mercati di esportazione che storicamente sono rappresentati in via principale dal Giappone e la Cina per l'area asiatica, gli Stati Uniti e il Canada per l'area nord americana e Argentina e Brasile per l'area sud americana.

Singoli interventi potranno infine riguardare alcuni Paesi compresi nell'area dei Paesi Arabi e del Nord Africa, considerato il crescente interesse dimostrato in particolare per esempio da Stati come Emirati Arabi, Israele e Marocco dove di recente la Regione ha sottoscritto appositi protocolli d'intesa o lettere d'intento ed in particolare in Marocco ha dato avvio all'istituzione dell'"Accademia della Cucina Veneta".

Nell'ambito delle iniziative collegate ad EXPO si prevede un forte impegno orientato al mercato cinese e in particolare con alcune Province cinesi con le quali si sono da tempo instaurati rapporti istituzionali, economici e di interscambi commerciali. Alcune delegazioni economiche visiteranno il Veneto per cui si organizzeranno incontri specifici, visite aziendali, confronti di B2B, presentazioni mirate, realizzazione di eventi promozionali presso il Padiglione Cina di Milano.

Azione 2. Iniziative promozionali in Italia*Euro 380.000,00*

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 interessati alla promozione e la comunicazione dei prodotti agro-alimentari, enogastronomico o di vetrina zootecnica. Tra queste, il sistema camerale veneto è interessato alla commercializzazione delle produzioni dei propri associati, per cui congiuntamente con la Regione si valuteranno proposte operative che vedano la sinergia gestionale, organizzativa e funzionale, oltre che finanziaria, dei due enti economici.

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 minore 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 citiamo senz'altro TecnoBar & Food la cui realizzazione è a cura di Fiera Padova, Eurocarne meet experience e Fruit Gourmet programmate da Fiera Verona, Saperi Italiani organizzata dalla Fiera di Longarone Longaronefiere e i due appuntamenti milanesi costituiti da Tutto Food manifestazione dedicata all'hotellerie programmata da Fiera Milano e Identità Golose proposta da Magenta bureau di Milano nonché Gusto in Scena a Venezia.

Sarà oggetto di intervento finanziario l'iniziativa realizzata da tutti i Consorzi di tutela e valorizzazione dei formaggio DOP del Veneto denominata Caseus Veneti che è considerata dalle stesse imprese partecipanti al concorso 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.

Appare peraltro opportuno evidenziare che talune manifestazioni necessitano di risorse finanziarie che potranno essere rinvenute dall'assestamento di bilancio, anche in ordine al fatto che le stesse, realizzandosi nei primi quattro/cinque mesi dell'anno, devono trovare collocazione finanziaria nel programma dell'esercizio precedente a quello di realizzazione per ovvi motivi organizzativi. 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.

Qualora in sede di approvazione di bilancio e/o successivo assestamento vengano assegnati ulteriori fondi al capitolo 100875 art 002 e 003, a tali manifestazioni fieristiche si potrà aggiungere, in collaborazione con organismi consortili e associativi o vari soggetti del territorio, l'adesione e il sostegno a iniziative del settore vitivinicolo con la Mostra Nazionale Spumanti di Valdobbiadene e il Concorso nazionale Vini – Enoteca di Pramaggiore, nonché le manifestazioni del settore agroalimentare della Fiera di Longarone.

Analogamente, per il settore zootecnico e cunicolo, si potrà prevedere la prosecuzione del sostegno a manifestazioni realizzate dalle Associazioni Allevatori del Veneto Produzioni zootecniche e lattiero-casearie, o ad altre manifestazioni a carattere agricolo e zootecnico significative per la realtà produttiva veneta.

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

Euro 150.000,00

La comunicazione è uno degli elementi fondamentali del marketing mix, dove diverse condizioni consentono di suggerire il prodotto al consumatore spingendolo ad acquistarlo. Nel corso dell'anno 2015 saranno quindi realizzate iniziative di comunicazione attraverso l'utilizzo, anche a carattere integrato, di emittenti televisive regionali e della carta stampata, regionale, nazionale ed estera. Potranno essere sfruttati anche i moderni sistemi di comunicazione messi a disposizione da Internet che sono in grado di arrivare direttamente ad un pubblico particolarmente giovane e molto spesso non a conoscenza delle realtà produttive e delle produzioni di qualità venete in campo viticolo, dei formaggi, dell'ortofrutta, in uno stretto legame fra produzioni, territorio e stagionalità.

Si tratta di azioni tese ad incrementare la conoscenza diretta e la notorietà delle produzioni tipiche e di qualità del Veneto, fornendo elementi utili al consumatore/cliente/acquirente/turista 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 normative di settore e dai programmi di attività del turismo. I criteri di scelta saranno oggetto di apposito provvedimento adottato dalle Strutture competenti e dovranno comprendere l'utilizzo editoriale della carta stampata, dell'emittenza radio-televisiva e della rete internet attraverso lo sviluppo di azioni di web marketing. Costo complessivo delle proposte, loro contenuto, periodo di diffusione e ampiezza della medesima saranno elementi prioritari per la scelta dei contraenti.

Questo gruppo comprende inoltre il cofinanziamento per l'anno 2015, 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 saranno definiti dalla Giunta regionale con apposito provvedimento deliberativo.

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 seguenti criteri e 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 ed locali, del Direttore del Dipartimento Turismo di cui alla deliberazione n. 2931 del 30 dicembre 2013.