

**Modifiche al capitolo “Misura promozione e comunicazione” dell’Allegato A della DGR n. 1496/2018**

1) i contenuti delle lettere a), b), c) sono sostituiti dai seguenti:

“a) 1,5% del fondo di esercizio per ogni annualità del programma operativo esclusivamente nella parte ordinaria (misura 3.2);

b) 1,5% del fondo di esercizio della prima annualità del programma operativo da ripartire nell’arco della durata dello stesso (da tre a cinque anni) in caso di OP con prevalenza (in termini di valore) di prodotti destinati alla trasformazione, esclusivamente nell’ambito della parte ordinaria (misura 3.2). Si precisa che per garantire il rispetto della prevalenza si deve fare riferimento al valore di produzione commercializzata (VPC) per la determinazione del fondo di esercizio della prima annualità del programma operativo;

c) 1,5% del fondo di esercizio per ogni annualità del programma operativo con la possibilità dell’OP di utilizzare una quota di detta percentuale anche per attività di promozione e comunicazione a titolo di prevenzione e gestione delle crisi nell’ambito della parte straordinaria del programma operativo (misura 6) con l’accortezza che la percentuale da impiegare straordinariamente non dovrà essere superiore a quella utilizzata ordinariamente. Nel caso in cui venisse attivata l’azione “Ritiri dal mercato”, la percentuale dell’1,5% viene innalzata al 5% se, nel corso del programma operativo, per almeno due annualità consecutive, il ritiro dal mercato riguardasse quello specifico prodotto ortofrutticolo, a meno che l’OP interessata non dimostri che ha attivato o sta attivando, nell’ambito della misura 4 dedicata alla ricerca e alla produzione sperimentale, un progetto di ricerca finalizzato all’innovazione varietale del prodotto in questione o una ricerca di nuovi mercati e sbocchi mercantili per lo stesso. L’aumento percentuale dall’1,5% al 5% è giustificato dal fatto che in caso di ritiri dal mercato -e quindi in periodo di crisi- è evidente la necessità di potenziare le attività di promozione e comunicazione in assenza di un piano strategico di innovazione da parte dell’OP”;

2) il testo del penultimo paragrafo è sostituito dal seguente “Per questo motivo la percentuale dell’1,5% di cui alla lettera a), riferita esclusivamente ad attività di promozione e comunicazione nella parte ordinaria del programma operativo, viene ridotta allo 0,75% qualora sia prevista la partecipazione di due o più OP, di un’AOP o di due o più OP assieme ad un’AOP”;

3) il testo dell’ultimo paragrafo è sostituito dal seguente “Si precisa che in caso di coinvolgimento di due o più OP, di un’AOP o di due o più OP assieme ad un’AOP, ogni OP (singola o costituente l’AOP) deve concorrere pro quota con la percentuale dello 0,75%”.



7350d6f1

