

**ALLEGATO ALLA DELIBERAZIONE CONSILIARE N. 27 DEL 16 FEBBRAIO 2005.  
PROGRAMMA PROMOZIONALE PER IL SETTORE PRIMARIO L.R. 16/80 – ART. 12.  
ANNO 2005**

**1) IL PROGRAMMA PROMOZIONALE 2005: OBIETTIVI STRATEGICI**

La l.r. 16/80 prevede, all'art. 12, che il programma promozionale per il settore primario individui e coordini tutte le iniziative della Regione e degli enti, aziende ed agenzie dipendenti, e che lo stesso sia corredato di previsioni di spesa per ciascun gruppo omogeneo di iniziative.

Gli obiettivi, di carattere strategico, che attraverso le azioni del programma promozionale 2005 la Regione intende perseguire confermano sostanzialmente gli orientamenti dei precedenti programmi, evidenziando, oltre alla necessaria attenzione verso il target del trade - sul mercato interno ed internazionale -, anche l'interesse per un approccio diretto con il consumatore finale, mediante azioni di informazione e sensibilizzazione da attivare a supporto di settori specifici particolarmente sensibili.

Tali obiettivi vengono di seguito sinteticamente elencati:

- Aumentare il grado di notorietà sul mercato regionale e nazionale, oltre che estero, dei prodotti veneti di qualità, in grado di dare un'immagine positiva e trainante per l'intero comparto (prodotti DOP e IGP, vini DOCG e DOC, prodotti ottenuti con metodo biologico, prodotti agroalimentari tradizionali, prodotti tutelati da marchio regionale di qualità o altro marchio compatibile con la normativa comunitaria);
- Favorire l'azione di penetrazione e di radicamento sui mercati esteri delle aziende e dei prodotti agroalimentari regionali, attraverso azioni e progetti che coinvolgano in modo sinergico le istituzioni pubbliche ed i privati;
- Favorire la realizzazione di azioni coordinate e sinergiche con i programmi promozionali degli altri settori (settore secondario, turismo e cultura) e delle altre istituzioni (Distretti regionali di cui alla l.r. 31/2003, Camere di Commercio, ICE, Enti locali) , anche allo scopo di creare un'immagine unificante, con effetti sinergici, delle produzioni "made in Veneto";
- Realizzare sinergie fra la valorizzazione delle produzioni agroalimentari e la valorizzazione delle risorse turistiche e storico-culturali della Regione, attraverso modalità di fruizione integrata del territorio in chiave turistica, eno-gastronomica e culturale;
- grado di conoscenza, – con particolare riguardo ai responsabili di acquisto delle famiglie - delle produzioni agroalimentari venete, favorendo lo sviluppo di corretti comportamenti alimentari e di consumo, a beneficio del comparto produttivo regionale.

**2) IL PROGRAMMA PROMOZIONALE 2005: LE SCHEDE-PROGETTO**

In considerazione di quanto richiesto dall'art.12 della l.r. 16/80 in merito all'individuazione di gruppi omogenei di iniziative e alla relativa previsione di spesa, e consentire anche un'attuazione e una valutazione più efficace delle azioni, le iniziative previste dal programma promozionale 2005 vengono articolate, secondo una metodologia progettuale consolidata, per schede-progetto, ciascuna delle quali ricomprende una o più iniziative omogenee, accomunate da obiettivi specifici, modalità di attuazione, soggetti coinvolti e procedure amministrative.

**PROGRAMMA PROMOZIONALE SETTORE PRIMARIO 2005 - QUADRO INIZIALE DI SINTESI**

<b>N. SCHEDA PROGETTO</b>	<b>TITOLO SCHEDA-PROGETTO</b>	<b>COSTO PREVENTIVATO (€)</b>
<b>1</b>	INIZIATIVE DI PROMOZIONE COMMERCIALE SUI MERCATI ESTERI A SUPPORTO DELLE IMPRESE VENETE	<b>380.000</b>
<b>2</b>	MANIFESTAZIONI FIERISTICHE E/O INIZIATIVE PROMOZIONALI IN ITALIA	<b>580.000</b>
<b>3</b>	INIZIATIVE DI PROMOZIONE INTEGRATA DEL TERRITORIO	<b>490.000</b>
<b>4</b>	AZIONI INFORMATIVO-PROMOZIONALI A FAVORE DEI CONSUMATORI	<b>250.000</b>
	<b>T O T A L E</b>	<b>1.700.000</b>

Il costo indicato per la realizzazione delle azioni di ciascuna scheda-progetto è di tipo previsionale: pertanto, in fase di attuazione operativa del programma, ed allo scopo di garantire la maggiore elasticità ed efficacia dello stesso, la Giunta regionale potrà apportare variazioni compensative fra una scheda-progetto e l'altra, nonché tra le diverse iniziative ricomprese in ciascuna scheda-progetto.

**SCHEDA-PROGETTO N. 1**

INIZIATIVE DI PROMOZIONE COMMERCIALE SUI MERCATI ESTERI A SUPPORTO DELLE IMPRESE VENETE

<b>INIZIATIVA</b>	<b>SETTORE/I INTERESSATO/I</b>	<b>TIPOLOGIE DI AZIONE PREVISTE</b>	<b>SOGGETTO REALIZZATORE O BENEFICIARIO</b>	<b>SPESA PREVISTA</b>
Attuazione per il 2005 dell'Accordo di Programma Regione-Ministero Attività Produttive (Azione cofinanziata al 50%)  Mercati-obiettivo:  1. Europa: - Russia e Paesi PECO - Area Baltica	Ortofrutticolo, vitivinicolo, lattiero-caseario, carni trasformate, biologico	- Partecipazione a fiere settoriali con collettive regionali; - Presentazione prodotti veneti e degustazioni guidate rivolte a giornalisti, opinion leader e operatori di settore ; - Workshops; - Azioni di merchandising presso la grande distribuzione e verso catene di vendita specializzate; - Azioni di comunicazione verso il trade (newsletter, articoli redazionali su stampa specializzata); - Missioni di operatori (buyer) e	- I.C.E. - Istituto per il Commercio con l'Estero - Centro Estero Camere di Commercio del Veneto  (Collaborazioni operative con U.VI.VE. e Consorzi di Tutela)	220.000

- Nord-Europa 2. Nord-America - Canada - U.S.A. 3. Nuovi mercati (Giappone, Cina, Corea, Australia)		giornalisti stranieri nel Veneto; - Azioni promozionali verso la ristorazione		
FRUIT LOGISTIC (Berlino - 2006)	Ortofrutta	- Realizzazione di stand personalizzato a carattere istituzionale con collettiva aziende e organismi veneti; - Iniziative collaterali a supporto della partecipazione delle aziende venete e/o del sistema veneto	- Messe Berlin (Ente organizzatore)  Collaborazioni operative con Centro Estero Camere di Commercio del Veneto con Consorzi di Tutela e Organizzazioni Produttori	50.000
ANUGA (Colonia 8-12 ottobre 2005)	Agroalimentare (carni, lattiero-caseario, ortofrutticolo, prodotti trasformati, prodotti biologici)	- Realizzazione di stand a carattere istituzionale e/o iniziative collaterali a supporto della partecipazione delle aziende venete e/o del sistema veneto - Organizzazione workshop e missioni di operatori e/o giornalisti in compartecipazione con le Camere di Commercio del Veneto	Centro Estero Camere di Commercio del Veneto	60.000
Iniziative collaterali a supporto dei programmi regionali ed interregionali 2005 sui mercati esteri	- Agroalimentare - Prodotti tipici - Vino e distillati	- Azioni collaterali di interesse regionale (seminari, workshop, eventi promozionali) ad accompagnamento delle iniziative promozionali, anche a carattere intersettoriale, realizzate sui mercati esteri dai distretti produttivi riconosciuti ai sensi della l.r. 8/2003 - Azioni collaterali di interesse regionale, ad accompagnamento delle iniziative promozionali realizzate all'estero da ICE, Regioni e Camere di Commercio - anche estere -.	Centro Estero Camere di Commercio del Veneto - I.C.E.  (Collaborazioni operative con U.VI.VE. e Consorzi di Tutela)	50.000

**SPESA TOTALE PREVISTA SCHEDA-PROGETTO 1: € 380.000**

**SCHEDA-PROGETTO N. 2**

MANIFESTAZIONI FIERISTICHE E/O INIZIATIVE PROMOZIONALI IN ITALIA

<b>INIZIATIVA</b>	<b>SETTORE/I INTERESSATO/I</b>	<b>TIPOLOGIA DELLE AZIONI PREVISTE</b>	<b>SOGGETTO REALIZZATORE O BENEFICIARIO</b>	<b>SPESA PREVISTA</b>
Iniziative autonome di promozione e comunicazione dei prodotti tipici nelle grandi città italiane (Roma, Milano, altre)	Prodotti tipici e tradizionali, vini e distillati	Realizzazione di eventi di promozione e comunicazione integrata che prevedano: - Organizzazione workshop con operatori del trade e della ristorazione; - Eventi di promozione a favore dei consumatori;	Giunta regionale, mediante soggetti dalla stessa incaricati  In collaborazione con Organismi associativi dei produttori	40.000
INIZIATIVE PROMOZIONALI-FIERISTICHE 2005 IN COLLABORAZIONE CON			PadovaFiere  Collaborazione con Camere di Commercio	120.000

<p>PADOVAFIERE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• FIERA CAMPIONARIA 2005</li> <li>• FLORMART 2005 ( settembre 2005)</li> <li>• TEHNORTUS 2005 - Salone professionale dell'orticoltura (Padova 2-4 dicembre 2005)</li> <li>• TECNOBAR E FOOD 2006</li> </ul>	<p>Agroalimentare</p> <p>Floricolo-Vivaistico Orticolo Prodotti agroalimentari, vini</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniziative promozionali e di comunicazione a favore dei prodotti tipici</li> <li>- Iniziative collaterali a supporto della partecipazione delle aziende venete e dell'immagine del sistema veneto</li> <li>- Iniziative di supporto commerciale alla presenza delle aziende venete (workshop operatori esteri e nazionali)</li> <li>- Iniziative promozionali e di comunicazione collaterali</li> <li>- Realizzazione iniziative collaterali, in collaborazione con PadovaFiere, a supporto della promozione dei vini e dell'agroalimentare veneto i presso il circuito commerciale hotel-ristorazione-catering</li> </ul>	<p>del Veneto</p>	
<p>FIERAGRICOLA (Verona - marzo 2005)</p>	<p>Ortofrutticolo, vitivinicolo, altri settori (lattiero-caseario, carni trasformate, biologico)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione a carattere istituzionale con stand e/o con iniziative promozionali e di comunicazione collaterali</li> </ul>	<p>VeronaFiere</p>	<p>60.000</p>
<p>VINITALY - SOL (Verona - 3-7 aprile 2005)</p>	<p>Vitivinicolo-Oleicolo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione a carattere istituzionale con stand e/o con iniziative promozionali e di comunicazione collaterali a supporto delle aziende venete e/o dell'immagine dei vini e degli olii veneti</li> <li>- Progettazione grafica e realizzazione immagine identificativa Regione Veneto sul padiglione veneto, in relazione alle rinnovate esigenze di comunicazione del settore nell'ambito della fiera</li> </ul>	<p>Verona Fiere</p>	<p>220.000</p>
<p>SANA - Salone dell'Alimentazione naturale (Bologna 8-11 settembre 2005)</p>	<p>Prodotti biologici e tipici</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione a carattere istituzionale con stand e/o con iniziative promozionali e di comunicazione collaterali a favore dei prodotti biologici e tipici</li> </ul>	<p>Ente fieristico organizzatore</p> <p>Compartecipazione con Camere di Commercio del Veneto</p>	<p>25.000</p>
<p>Sostegno ad iniziative fieristico-promozionali di importanza nazionale realizzate in Veneto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rassegna Internazionale di' apicoltura "I giorni del miele" (Lazise - ottobre 2005)</li> <li>• SAPORI ITALIANI - LONGARONE FIERE (Longarone - 2005)</li> <li>• Mostra nazionale dello Spumante di Valdobbiadene</li> </ul>	<p>Miele e prodotti dell'apicoltura</p> <p>Prodotti biologici e tipici</p> <p>Vitivinicolo (vini spumanti)</p>	<p>Iniziative di valorizzazione a favore dell'apicoltura veneta (mostra-mercato, iniziative convegnistiche)</p> <p>Partecipazione a carattere istituzionale con iniziative promozionali e di comunicazione a favore dei prodotti biologici e tipici</p>	<p>Comune di Lazise</p> <p>Longarone Fiere</p> <p>Comune di Valdobbiadene</p>	<p>20.000</p> <p>20.000</p> <p>20.000</p>

2005 • Mostra nazionale del Vino Novello di Vicenza 2005	Vitivinicolo (vini novelli)	Iniziative di valorizzazione degli spumanti veneti  Iniziative di valorizzazione dei vini novelli del Veneto	Ente Fiere di Vicenza	20.000
Iniziative a carattere promozionale nel settore zootecnico e della conigliicoltura		- Sostegno finanziario per la realizzazione di manifestazioni a carattere zootecnico	Associazioni Allevatori e Coniglicoltori	35.000

**SPESA TOTALE PREVISTA SCHEDA-PROGETTO 2: € 580.000**

**SCHEDA-PROGETTO N. 3**

INIZIATIVE DI PROMOZIONE INTEGRATA DEL TERRITORIO

INIZIATIVA	SETTORE/I INTERESSATO/I	AZIONI PREVISTE	SOGGETTO REALIZZATORE O BENEFICIARIO	SPESA PREVISTA
Manifestazioni fieristiche e iniziative promozionali riguardanti il settore del turistico enogastronomico:  - BITEG (Riva del Garda – 2005) - FIERACAVALLI (Verona – 2005)	Agriturismo e turismo rurale, prodotti tipici	- Partecipazione a carattere istituzionale con stand e/o con iniziative promozionali e di comunicazione collaterali a favore dell'agriturismo e del turismo rurale, dei vini e dei prodotti tipici.	Enti fieristici organizzatori  Compartecipazione con Amministrazioni provinciali del Veneto	60.000
Iniziative di promozione, anche di tipo intersettoriale, a carattere locale	Prodotti tipici	- Sostegno a iniziative promozionali locali o interprovinciali, di particolare interesse per la Regione ai fini della valorizzazione delle produzioni agricole e agroalimentari regionali tipiche e di qualità  - Sostegno all'organizzazione e alla realizzazione di iniziative e manifestazioni a carattere locale, finalizzate alla promozione dei prodotti tipici regionali	Enti locali e Organismi promotori e gestori delle iniziative	230.000  190.000
Iniziative di supporto ad attività di comunicazione enoturistica e gastronomica a carattere istituzionale	Vini e prodotti tipici	- Attività di approvvigionamento di vini e prodotti agroalimentari in occasione di eventi promozionali di interesse regionale	Enti e Organismi promotori e gestori delle iniziative	10.000

**SPESA TOTALE PREVISTA SCHEDA-PROGETTO 3: € 490.000**

**SCHEDA-PROGETTO N. 4**

AZIONI INFORMATIVO-PROMOZIONALI A FAVORE DEI CONSUMATORI

<b>INIZIATIVA</b>	<b>SETTORE/I INTERESSATO/I</b>	<b>AZIONI PREVISTE</b>	<b>SOGGETTO REALIZZATORE O BENEFICIARIO</b>	<b>SPESA PREVISTA</b>
Azioni a carattere informativo-promozionale a favore delle carni di qualità	Carne bovina Carne avicunicola Settore lattiero caseario	- Iniziative finalizzate promuovere la conoscenza, da parte dei consumatori veneti delle tematiche, legate alla produzione ed al consumo della carne bovina e avicunicola (sistema di etichettatura obbligatorio e volontario; sistemi di allevamento e sui regimi alimentari, ecc.)	Giunta regionale, mediante soggetti dalla stessa incaricati	200.000
Iniziative intersettoriali di promozione e sensibilizzazione a favore del settore vitivinicolo	Vino e distillati	- Iniziative di promozione integrata, a carattere intersettoriale, del corretto consumo di vini veneti di qualità in relazione alla salvaguardia della sicurezza stradale	- VeronaFiere  In collaborazione con Associazioni Ristoratori, e Organismi associativi produttori	50.000

**SPESA TOTALE PREVISTA SCHEDA-PROGETTO 4: € 250.000****3) PROCEDURE AMMINISTRATIVE**

La Giunta regionale provvederà, con propri provvedimenti, a dare attuazione alle iniziative previste dal programma promozionale 2005, sulla base dell'istruttoria tecnica svolta dalla Direzione Politiche Agroalimentari e per le Imprese, struttura regionale competente.

Il Dirigente regionale della struttura competente è inoltre autorizzato ad assumere impegni di spesa, nel limite del budget indicato dal programma, per la realizzazione di attività di approvvigionamento di vini e prodotti agroalimentari in occasione di eventi promozionali di interesse regionale, previste nell'ambito della scheda-progetto n. 3.