

PSR 2014-2020

Sottomisura 3.2.1

Elena Pozzi, Emanuele Bianco

Servizio promozione, statistica agraria e marketing

Sostegno per l'attività di informazione e promozione rivolta ai prodotti di qualità del settore agroalimentare regionale

La politica europea per lo sviluppo rurale pianificata nel 2013, oltre a perseguire gli obiettivi enunciati nel TFUE (Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea), doveva anche incorporare i principali obiettivi strategici enunciati nella Comunicazione della Commissione del 3 marzo 2010, intitolata "Europa 2020. Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva", in tutti i settori, dall'ambito sociale a quello economico. La strategia Europa 2020 è il programma dell'UE per la crescita e l'occupazione per il decennio in corso. Mette l'accento su una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva come mezzo per superare le carenze strutturali dell'economia europea, migliorarne la competitività e la produttività, e favorire l'affermarsi di un'economia di mercato sociale sostenibile.

Il Presidente della Commissione a suo tempo in carica, José Manuel Barroso, nella premessa della Comunicazione citata richiamava gli effetti negativi della grande crisi economica del 2009 e dichiarava che, per fronteggiare la situazione economica in atto, era necessaria una strategia collettiva che consentisse agli Stati Membri (SM) di uscire rafforzati dalla crisi, trasformando l'UE in una economia intelligente, sostenibile ed inclusiva, caratterizzata da alti livelli di occupazione, produttività e coesione sociale.

Infatti, la strategia "Europa 2020" presenta tre priorità che si rafforzano a vicenda:

- crescita intelligente, che mira a sviluppare una

economia basata sulla conoscenza e sull'innovazione;

- crescita sostenibile, che promuove una economia più efficace sotto il profilo delle risorse, più verde e più competitiva;
- crescita inclusiva, che persegue una economia con un alto tasso di occupazione e che favorisce la coesione sociale e territoriale.

Per raggiungere gli obiettivi strategici sopra esposti, sono state individuate dalla Commissione europea 7 iniziative faro, di cui, per lo specifico tema dello sviluppo rurale, si richiamano le seguenti:

- "Youth on the move", per migliorare l'ingresso dei giovani nel mercato del lavoro;
- "Una Europa efficiente sotto il profilo delle risorse", per contribuire a scindere la crescita economica dall'uso delle risorse non rinnovabili e favorire il passaggio ad una economia a bassa emissione di carbonio ed incrementare l'uso delle fonti rinnovabili.

Il Regolamento (UE) n. 1305/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, sul sostegno allo sviluppo rurale da parte del Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR) e che abroga il regolamento (CE) n. 1698/2005 del Consiglio, ha lo scopo di calare gli obiettivi della strategia "Europa 2020" all'interno delle politiche di sviluppo rurale dei singoli SM.

Tali obiettivi infatti non possono essere perseguiti autonomamente dai singoli SM, in considerazione dei legami tra i fondi dello sviluppo rurale e gli altri strumenti finanziari della Politica agricola comune (PAC), delle ampie disparità esistenti tra le varie zone rurali e delle limitate risorse finanziarie di cui dispongono gli Stati membri all'interno dell'Unione. Pertanto, solo l'UE può interve-

nire perseguendo un interesse generale, in base al principio di sussidiarietà sancito dall'art. 5 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, e per tale motivazione mette a disposizione un fondo europeo apposito per lo sviluppo rurale dei Paesi membri.

L'art. 4 del Regolamento citato stabilisce che, nell'ambito generale della PAC, il sostegno allo sviluppo rurale, comprese le attività nel settore alimentare e non alimentare, nonché forestale, contribuisce al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- stimolare la competitività del settore agricolo;
- garantire la gestione sostenibile delle risorse naturali e l'azione per il clima;
- realizzare uno sviluppo territoriale equilibrato delle economie e comunità rurali, compresi la creazione e il mantenimento di posti di lavoro.

Al fine di perseguire i punti di cui sopra, la UE ha individuato, tra gli strumenti idonei in suo possesso, quello riferito alla promozione delle produzioni agroalimentari di qualità, mettendo in campo strumenti normativi volti alla sua valorizzazione. In particolare, l'art. 16 del Reg. 1305/2013, introduce le misure a sostegno della qualità, sia premiando le aziende agricole che aderiscono per la prima volta, in forma singola o associata, a regimi di qualità esistenti, sia garantendo il sostegno nell'ambito dei costi derivanti dalle attività di informazione e promozione svolte da aggregazioni di imprese.

A livello regionale, le politiche europee per lo sviluppo rurale trovano applicazione attraverso la stesura del Piano di Sviluppo Rurale (PSR), redatto dalle singole regioni sulla base di studi specifici che evidenziano lo stato di fatto del comparto agricolo ed agroalimentare, comprendente punti di forza, di debolezza e potenziali linee di sviluppo.

I settori oggetto di finanziamento attraverso il PSR si articolano in varie misure e sottomisure, e, nel proseguo del presente articolo, si approfondirà la tematica relativa alla sottomisura 3.2.1, intitolata "Sostegno per l'attività di informazione e promozione di attività attuate da associazioni di produttori nel mercato interno".

Partendo dall'analisi ex ante del PSR 2014-2020 della Regione FVG, si segnalano i seguenti punti di debolezza, legati alla strategia di promozione dei prodotti certificati:

1 numerosità molto contenuta degli operatori con



produzioni di qualità;

2 numero basso di prodotti certificati (DOP, IGP, STG, biologico, SQN-Sistema Qualità Nazionali e marchio AQUA);

3 basso livello di cooperazione nella filiera agroalimentare che, dunque, manifestava l'esigenza di essere supportata con azioni atte a sviluppare aggregazioni in grado coinvolgere un numero elevato di soggetti produttivi per ottimizzare la distribuzione delle risorse pubbliche, favorire e sostenere le potenzialità del sistema agroalimentare e rurale regionale;

4 scarso potere contrattuale delle aziende nei confronti della distribuzione (soprattutto GDO), dovuto principalmente alla limitata gamma di prodotti, alla polverizzazione dell'offerta, alla difficoltà nel gestire la parte contrattuale della fissazione dei prezzi dei prodotti oltre che alla limitata presenza di certificazioni di prodotto e di processo.

A fronte dei punti critici sopra evidenziati era emersa una crescita interessante della domanda di prodotti di qualità/certificati, a dimostrazione della maggiore attenzione del consumatore verso l'acquisto di prodotti controllati e che garantissero una tracciabilità totale della filiera produttiva.

Tra gli elementi importanti tenuti in particolare considerazione nella stesura dei bandi si ricordano: la spinta all'aggregazione, la riconosciuta possibilità da parte delle aziende di veder aumentare la propria competitività, la possibilità di contrastare i limiti dovuti alla piccola dimensione aziendale ed alla scarsa concentrazione dell'offerta, nonché le difficoltà connesse alla collo-

cazione dei prodotti su mercati non solo locali. Rimane evidenziata e sempre valida dai dati di contesto e dalla SWOT la necessità di strutturare a lungo termine e in modo stabile i processi di cooperazione tra le imprese, con il supporto di soggetti che possano apportare valore aggiunto in tema di promozione e commercializzazione. Da quanto sopra esposto discende la scelta della Regione di premiare le aziende che puntavano sulla certificazione dei prodotti agroalimentari con marchi di qualità comunitari riconosciuti, attraverso la concessione di contributi ad hoc per la promozione e commercializzazione dei prodotti con alto valore aggiunto.

All'interno dei regimi di qualità premianti trovano posto anche quelli che prevedono pratiche colturali sostenibili, come agricoltura conservativa, integrata e biologica, il marchio AQUA, che permettono di conservare la biodiversità, promuovere una gestione responsabile del suolo ed una maggiore garanzia del benessere animale.

Dall'inizio del periodo di programmazione ad oggi la Regione ha pubblicato due bandi, che hanno permesso l'accesso alla sottomisura 3.2.1 da parte delle realtà produttive del territorio.

Il primo bando, approvato con D.G.R. n. 2624 dd. 29.12.2016, ha previsto un approccio individuale da parte del beneficiario.

Il secondo bando, pubblicato con D.G.R. n. 39 del 13.01.2017, ha previsto l'accesso ai contributi mediante l'approccio dei progetti di filiera. Questi ultimi prevedono un accordo (contratto di filiera) che coinvolge diverse realtà produttive, non solo dell'ambito agricolo, che perseguono un interesse di sviluppo comune attraverso un progetto unitario e condiviso che deve essere portato a compimento da tutti i partecipanti. I componenti attivi della filiera, che possono beneficiare di contribuzioni sul PSR, oltre a perseguire lo scopo comune, possono anche presentare domanda di sostegno singola.

I bandi citati, pur appartenendo a due contesti di applicazione diversi, prevedono per la sottomisura 3.2.1 il medesimo approccio per l'accesso alle azioni finanziate.

Nello specifico, i bandi individuano come soggetti beneficiari soltanto associazioni di produttori che comprendono operatori aderenti ai regimi

di qualità riconosciuti a livello comunitario. Tali associazioni devono risultare iscritte alle rispettive Camere di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (CCIAA) e il volume della produzione certificata da loro prodotta deve essere realizzato per la maggior parte da associati con sede in FVG. I soggetti beneficiari, inoltre, potranno promuovere soltanto uno tra i regimi di qualità ai quali aderiscono, utilizzando i fondi pubblici. La sottomisura in parola, che permette l'attivazione di numerose azioni anche molto diverse tra loro per raggiungere gli obiettivi di informazione e promozione, prevede la stesura di un documento denominato appunto "Piano di informazione e promozione", che deve essere obbligatoriamente presentato all'atto della domanda di sostegno e che contiene nel dettaglio la strategia di marketing del soggetto proponente.

I costi ammissibili a finanziamento sono:

- operazioni di informazione finalizzate ad accrescere il livello di conoscenza degli operatori, dei tecnici e dei consumatori sulle caratteristiche principali e i vantaggi del prodotto quali la qualità, i metodi e processi specifici di produzione e le tecniche agricole, la sostenibilità ambientale, l'elevato grado di benessere animale, il rispetto dell'ambiente, nonché sulle proprietà qualitative, nutrizionali ed organolettiche;
- operazioni di promozione commerciale e pubblicitaria finalizzate alla diffusione della conoscenza dei prodotti di qualità presso i soggetti e gli operatori del mercato.

Le azioni contenute nel suddetto Piano di informazione e promozione devono concludersi entro 24 mesi dalla data del provvedimento di concessione del contributo.

Il sostegno concesso è pari al 70% del costo ritenuto ammissibile, che deve essere compreso tra un minimo di euro 40.000,00 ed un massimo di euro 500.000,00.

Ad oggi, prendendo in considerazione entrambi i bandi attivati per la sottomisura 3.2.1, sono state impegnate risorse finanziarie per un totale di euro 1.569.734,81.

I regimi di qualità fino ad ora interessati ad azioni di promozione attivate dai beneficiari riguardano: DOP Montasio, DOP dei vini, IG Grappa Friulana.