

Tabella 3A: Aiuti per la partecipazione dei produttori di prodotti agricoli ai regimi di qualità e per le misure promozionali a favore dei prodotti agricoli

| | |
|---|--------------------------------------|
| <p>I regimi di qualità sono i seguenti:</p> <p>A) regimi di qualità istituiti dai seguenti regolamenti e dalle seguenti disposizioni: i) parte II, titolo II, capo I, sezione 2, del regolamento (UE) n. 1308/2013 per quanto riguarda il settore vitivinicolo; ii) regolamento (UE) n. 1151/2012; iii) regolamento (CE) n. 834/2007 (62); iv) regolamento (CE) n. 110/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio; v) regolamento (UE) n. 251/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio;</p> <p>B) regimi di qualità, inclusi i regimi di certificazione delle aziende agricole, dei prodotti agricoli riconosciuti dagli Stati membri in quanto conformi ai seguenti criteri: i) la specificità del prodotto finale tutelato da tali regimi deve derivare da obblighi tassativi che garantiscono caratteristiche specifiche del prodotto, oppure particolari metodi di produzione, oppure termini di sanità pubblica, salute delle piante e degli animali, benessere degli animali o tutela ambientale; ii) il regime di qualità deve essere accessibile a tutti i produttori; iii) il regime di qualità deve prevedere disciplinari di produzione vincolanti, il cui rispetto deve essere verificato dalle autorità pubbliche o da un organismo di controllo indipendente; iv) il regime di qualità deve essere trasparente e assicurare una tracciabilità completa dei prodotti agricoli;</p> <p>C) regimi facoltativi di certificazione dei prodotti agricoli riconosciuti dagli Stati membri in quanto conformi ai requisiti stabiliti nella comunicazione della Commissione «Orientamenti UE sulle migliori prassi che riguardo ai regimi facoltativi di certificazione per i prodotti agricoli e alimentari».</p> <p>L'attività di promozione deve essere destinata a informare il pubblico sulle caratteristiche dei prodotti agricoli (ad esempio mediante l'organizzazione di concorsi, la partecipazione a fiere commerciali e ad attività di pubbliche relazioni, la divulgazione di conoscenze scientifiche, o mediante pubblicazioni contenenti dati fattuali) oppure a incoraggiare gli operatori economici o i consumatori ad acquistare il prodotto agricolo in questione mediante campagne promozionali. La campagna promozionale deve essere incentrata su prodotti coperti dai regimi di qualità o deve essere di carattere generico e a vantaggio di tutti i produttori del tipo di prodotto in questione. La campagna promozionale deve rispettare il regolamento (UE) n. 1169/2011 e, se del caso, le norme specifiche in materia di etichettatura. Le campagne promozionali con una dotazione annuale superiore a 5 milioni di euro, devono essere notificate individualmente.</p> | |
| A) AIUTI PER LA PARTECIPAZIONE DEI PRODUTTORI DI PRODOTTI AGRICOLI AI REGIMI DI QUALITÀ ¹ | INTENSITÀ MASSIMA AGEVOLAZIONE |
| a) Costi per le ricerche di mercato, l'ideazione e la progettazione del prodotto nonché la preparazione delle domande di riconoscimento dei regimi di qualità ² | Fino al 100% della spesa ammissibile |
| B) AIUTI PER LE MISURE PROMOZIONALI A FAVORE DEI PRODOTTI AGRICOLI ³ | INTENSITÀ MASSIMA AGEVOLAZIONE |
| a) Organizzazione e la partecipazione a concorsi, fiere o mostre, a condizione che gli aiuti siano accessibili a tutti i soggetti ammissibili della zona interessata sulla base di criteri oggettivamente definiti: spese di iscrizione; spese di viaggio e costi per il trasporto degli animali; spese per pubblicazioni e siti web che annunciano l'evento; affitto dei locali e degli stand e i costi del loro montaggio e smontaggio ⁴ . | Fino al 100% della spesa ammissibile |

¹ Gli aiuti sono concessi per la partecipazione dei produttori di prodotti agricoli e delle loro associazioni ai regimi di qualità. Gli aiuti sono accessibili a tutte le imprese ammissibili della zona interessata sulla base di criteri oggettivamente definiti.

² Gli aiuti non devono comportare pagamenti diretti ai beneficiari e devono essere versati al prestatore del servizio di ricerca o al prestatore del servizio di consulenza.

³ Le misure promozionali si riferiscono all'intero settore agricolo. Se la misura promozionale è attuata da associazioni di produttori o da altre organizzazioni, la partecipazione alla misura stessa non è subordinata all'adesione a tali associazioni od organizzazioni e i contributi alle spese amministrative dell'associazione o dell'organizzazione sono limitati ai costi di prestazione della misura promozionale.

⁴ Possono beneficiare dell'aiuto di cui alla lettera a) solo le PMI.



| | |
|---|--|
| b) Costi delle pubblicazioni su mezzi cartacei ed elettronici, siti web e annunci pubblicitari nei mezzi di comunicazione elettronici, radiofonici o televisivi, destinati a presentare informazioni fattuali sui produttori di una data regione o di un dato prodotto, purché tali informazioni siano neutre e tutti i produttori interessati abbiano le stesse possibilità di figurare nella pubblicazione. | |
| c) Costi relativi alla divulgazione di conoscenze scientifiche e dati fattuali su i) regimi di qualità aperti a prodotti agricoli di altri Stati membri e di paesi terzi; ii) prodotti agricoli generici e i loro benefici nutrizionali, nonché sugli utilizzi proposti per essi ⁵ . | |
| d) Costi delle campagne promozionali destinate ai consumatori e organizzate nei mezzi di comunicazione o presso i punti di vendita al dettaglio, nonché di tutto il materiale promozionale distribuito direttamente ai consumatori ⁶ | Fino al 50% della spesa ammissibile ⁷ |

⁵ Le attività promozionali di carattere generico e a vantaggio di tutti i produttori di quel tipo di prodotto, non devono far riferimento al nome di un'impresa, a un marchio o a una particolare origine. La restrizione riguardante il riferimento all'origine non si applica se i) l'attività promozionale riguarda denominazioni riconosciute dall'Unione, purché tale riferimento corrisponda esattamente a quello registrato dall'Unione; ii) se l'attività riguarda prodotti coperti da regimi di qualità diversi dai regimi per le denominazioni riconosciute dall'Unione, l'origine dei prodotti può essere menzionata purché tale riferimento sia secondario nel messaggio. Il riferimento all'origine non deve avere carattere discriminatorio, non deve avere lo scopo di incoraggiare il consumo del prodotto agricolo per il solo motivo della sua origine, deve rispettare i principi generali del diritto dell'Unione e non deve equivalere a una restrizione della libera circolazione dei prodotti agricoli, in violazione dell'articolo 34 del trattato.

⁶ Gli aiuti per le campagne promozionali sono erogati solo sotto forma di servizi agevolati. Prima del lancio di campagne promozionali, devono essere trasmessi alla Commissione UE campioni rappresentativi di materiale promozionale. Le attività promozionali di carattere generico e a vantaggio di tutti i produttori di quel tipo di prodotto, non devono far riferimento al nome di un'impresa, a un marchio o a una particolare origine e non devono riguardare i prodotti di una o più aziende particolari. La restrizione riguardante il riferimento all'origine non si applica se i) l'attività promozionale riguarda denominazioni riconosciute dall'Unione, purché tale riferimento corrisponda esattamente a quello registrato dall'Unione; ii) se l'attività riguarda prodotti coperti da regimi di qualità diversi dai regimi per le denominazioni riconosciute dall'Unione, l'origine dei prodotti può essere menzionata purché tale riferimento sia secondario nel messaggio.

⁷ L'intensità può raggiungere l'80% delle spese ammissibili per attività promozionali nei paesi terzi.

