

Tito Barbini
Assessore all'Agricoltura, caccia, pesca e foreste - Regione Toscana

UN'ESPERIENZA SULLA PROMOZIONE NEL SETTORE AGRICOLO

La normativa europea che disciplina la promozione e la pubblicità ha subito una evoluzione tale da diventare sempre più articolata e minuziosa.

Questo allo scopo di garantire il rispetto dell'art. 87 del trattato, ovvero che le sovvenzioni pubbliche siano destinate ad attività che non falsino o minaccino di falsare la libera concorrenza favorendo talune imprese o produzioni a discapito di altre.

Tutto ciò si traduce nell'obbligo, da parte di ciascuna Pubblica Amministrazione che voglia istituire un regime di aiuto per le attività di promozione o pubblicità dei prodotti agricoli, di intraprendere un procedimento di notifica presso la Comunità Europea.

E' poi compito della Commissione Europea giudicare se le singole azioni contenute nel piano sono compatibili con i principi contenuti nell'articolo 87 del trattato e approvare il programma promozionale.

La Regione Toscana, in attuazione della L.R. 28/97, ogni anno elabora un programma promozionale che prevede fra l'altro interventi nel settore agroalimentare e per anni ha notificato alla Commissione Europea i programmi promozionali annuali dettagliati, cioè contenenti la descrizione delle singole azioni.

Questo modo di operare ha spesso allungato i tempi la conclusione del procedimento con conseguente ritardo nell'applicazione delle azioni.

D'altra parte uno degli obblighi previsti dalle normative vigenti è quello di dare attuazione al programma solo dopo che la Commissione Europea ha trasmesso l'atto di approvazione sul procedimento di notifica che riassume le modalità attuative del programma stesso.

Ma la Commissione Europea, avendo ricevuto un piano eccessivamente dettagliato, non si è mai limitata a raccomandazioni di "metodo", ovvero su come venivano attuate le azioni, ma è entrata nel "merito" di queste facendo osservazioni anche sulla tipologia dei prodotti promossi, su quali settori, sui mercati, ecc.

Naturalmente, la necessità di aggiustare il programma su singoli punti di dettaglio che, pur non modificando la sostanza dell'impianto, ne determinavano la modifica e il conseguente nuovo iter in Commissione Europea, provocava gravi ritardi nell'attuazione delle azioni promozionali.

L'esperienza maturata negli anni dalla Regione Toscana e la continua attività di collaborazione e dialogo con gli uffici della Commissione Europea ci hanno oggi messo in condizione di elaborare un atto unico, molto innovativo nei contenuti e nella forma chiamato "Regime di aiuto".

Si tratta di un atto di programmazione generale che non ha scadenza e che contiene tutte le tipologie di attività promozionale definite dalla Regione Toscana, nel severo rispetto degli orientamenti comunitari, dettato per grandi linee di intervento e per grandi aree geografiche.

L'atto è stato approvato dalla Giunta Regionale nel Luglio 2003 ed è stato notificato alla Commissione Europea, che lo ha approvato nel Dicembre dello stesso anno.

Il "Regime di aiuto" offre alla Commissione Europea le garanzie necessarie affinché le azioni previste nei programmi promozionali siano compatibili con quanto contenuto negli "Orientamenti comunitari per gli aiuti di stato a favore della pubblicità dei prodotti di cui all'allegato I" di cui alla Comunicazione C 252 del 12 settembre 2001.

Tutto questo ci consente oggi di non dover notificare ogni anno il Programma Promozionale e le varie azioni di animazione economica riducendo in tal modo i tempi burocratici, e venendo incontro ad un principio cardine delle politiche Europee: quello del rispetto delle autonomie regionali.

Nel "Regime di aiuto" sono contenuti gli aspetti sostanziali del programma promozionale, mentre alla Regione spetta il compito di definire aspetti di dettaglio relativi alle singole azioni promozionali quali denominazione, periodo, luogo di realizzazione e tutti gli altri aspetti secondari ed accessori che non interferiscono con i principi basilari della Comunità.

Voglio sottolineare la portata innovativa di questo procedimento che ha rappresentato un notevole vantaggio sia per la Commissione Europea, che può meglio esercitare il proprio ruolo di verifica sulla sostanza politica del programma, sia per la Regione Toscana, che può organizzare la sua attività promozionale, nel rispetto della normativa comunitaria, in piena autonomia circa i contenuti delle singole iniziative e con maggiore tempestività rispetto alle esigenze del mercato agricolo e agro-alimentare.

Come governo regionale siamo soddisfatti di essere stati gli artefici della nascita di questo nuovo strumento che ha permesso di snellire una procedura fino a ieri troppo farraginosa e che dovrebbe fare da apripista per molti altri settori.

Ma entriamo nel merito del "Regime di aiuto".

Innanzitutto è un atto che disciplina l'attività pubblicitaria e promozionale intrapresa a favore del settore agricolo e, come dicevo, ha efficacia a tempo indeterminato.

Una volta approvato dalla Commissione Europea, vincola la Regione Toscana ad approvare, a sua volta, un "Programma annuale delle attività di promozione economica per il settore agricolo"

conforme a questo documento e stabilisce un tetto massimo di spesa complessiva pari a 2 milioni e 700 mila euro.

Questo importo può essere aumentato fino ad un massimo del 20% senza che questo dia luogo ad una nuova procedura di notifica.

Nel caso in cui la Regione non superi il tetto di spesa prefissato dovrà notificare alla Commissione Europea soltanto il rendiconto finale di tutte le singole iniziative.

Il Regime di aiuto suddivide le azioni in due gruppi distinti: "attività pubblicitaria" e "attività promozionale in senso lato", in linea con le definizioni contenute nella Comunicazione C 252 del 12 settembre 2001 sugli orientamenti in materia di aiuti di stato per la pubblicità.

All'interno di ciascuno di questi due gruppi sono state definiti gli interventi che, per la loro natura e modalità di attuazione, rispondono ai requisiti previsti dagli orientamenti.

Fra le attività promozionali in senso lato sono state incluse tutte quelle azioni finalizzate a diffondere conoscenze tecnico-scientifiche come l'organizzazione di seminari, incontri di lavoro, conferenze stampa e attività di comunicazione tecnica necessari a presentare le produzioni a qualità certificata.

A questo gruppo appartengono anche le partecipazioni a manifestazioni fieristiche e l'organizzazione di premi, concorsi e attività di comunicazione istituzionale e assistenza tecnica come ad esempio i corsi di formazione.

Ma al di là della semplice elencazione delle azioni, la vera novità consiste che nel fatto che per questo gruppo sono state definite indicazioni, limitazioni e modalità di attuazione ben precise a seconda della natura del beneficiario.

Infatti possono partecipare alle azioni previste dal Programma Promozionale sia piccole aziende agricole che Medie Imprese con l'obbligo, per queste ultime, di rispettare il principio del "*de minimis*" di cui al Regolamento Ce n. 69 del 12 gennaio 2001.

Più articolata è la sezione dedicata alle "azioni pubblicitarie" perché oltre a descriverle, il "Regime di aiuto" contiene un attento esame delle stesse, elemento necessario a dimostrare la loro compatibilità con il mercato comune.

In questo gruppo sono comprese azioni quali degustazioni di prodotti agricoli ed agroalimentari a qualità certificata, azioni mirate a favorire la conoscenza diretta dei mercati e l'incontro fra imprenditori quali ad esempio l'organizzazione di visite di operatori comunitari collegati al mondo agricolo ed agroalimentare nei luoghi di produzione.

Nel Regime di aiuto, a conferma della sua completezza, sono anche individuate le spese ammissibili per tipologia di azione distinguendo fra quelle promozionali e quelle pubblicitarie. L'atto definisce poi i massimali di aiuto, che nel caso delle iniziative pubblicitarie, assume valori diversi a seconda che le azioni siano realizzate all'interno della Comunità Europea o al di fuori di questa.

L'elaborazione di un Regime di aiuto di questa portata ha dato importanti risultati nella sua prima fase applicativa dato che ha permesso di approvare il programma e di adottarlo nell'arco temporale di riferimento.

Inoltre ha contribuito a dare maggiore trasparenza nell'applicazione delle azioni previste nel Programma Promozionale perché le regole comunque sono definite a monte e sono condivise dalla Commissione Europea.

Io credo che un'attività promozionale aderente alle esigenze delle imprese agricole e capace di comunicare i valori complessivi che il territorio è in grado di offrire, necessita di una politica regionale in grado di rispondere tempestivamente, senza ritardi o appesantimenti burocratici, ai continui cambiamenti imposti dall'evoluzione della produzione agricola sempre più tesa alla ricerca della qualità.