



**INTERPERA**  
**2015**



Quali strumenti e progetti per  
promuovere il consumo delle pere in  
Italia e nel Mondo

**IL REG.CE 1144 /2014 E  
REGOLAMENTI DELEGATI**



**19-20-21 11 2015**  
FERRARA [ITALIA]



# **Il punto di forza della produzione ortofrutticola europea**

La diversità delle produzioni europee di qualità, sempre più ricercate dai consumatori.



**INTERPERA**  
**2015**

# Obiettivi specifici del nuovo regolamento 1144/2014

- Migliorare la conoscenza dei mercati;
- Aumentare la competitività dei prodotti agroalimentari europei nella UE ed extra UE
- Rafforzare la consapevolezza ed il riconoscimento dei regimi di qualità Dop, Igp, Stg, biologico ecc.
- Aumentare le quote di mercato
- Ripristinare il mercato nel caso di gravi turbative e perdita di fiducia dei consumatori.



# Le azioni di informazione e promozione

- I programmi previsti dal Reg. CE 1144/14 possono essere:
  - **SEMPLICI** = se presentati da uno o più proponenti di uno stesso stato membro
  - **MULTIPLI** = se presentati da:
    - almeno due organizzazioni proponenti provenienti da almeno due Stati Membri
    - uno o più organizzazioni dell'unione.



**INTERPERA**  
**2015**

# Chi sono i soggetti che possono presentare i programmi ?

- **Organizzazioni professionali o interprofessionali** di uno stato membro o dell'Unione rappresentative del settore ( art. 157 del Reg. CE 1308 /13);
- **OP o AOP riconosciute** ( art. 152 e 156 del Reg. CE 1308/2013);
- **organismi del settore agroalimentare** le cui attività abbiano come obiettivo la promozione
- **la Commissione europea**, anche nel caso di turbativa di mercato perdita di fiducia.



# Valutazione, monitoraggio e controlli

- **I PROGRAMMI SEMPLICI** sono valutati e scelti dalla Commissione attraverso una agenzia scelta direttamente .
- la Commissione stessa informa gli Stati Membri per
  - il numero di programmi ricevuti;
  - da quali Stati Membri provengono;
  - quali mercati obiettivo;
  - quali i prodotti interessati.

Gli Stati Membri sono responsabili dei controlli dei programmi semplici e dei relativi pagamenti.

# La partecipazione finanziaria della UE

- La UE cofinanzia i programmi semplici al :
  - 70 % per il mercato interno
  - 80 % nei paesi terzi

La restante quota del 30-20 % sono a carico del proponente



# La partecipazione finanziaria della UE

I valori citati sono essere aumentati al 85 % nel caso grave turbativa di mercato.

Sono inoltre finanziabili:

- Gli studi gli studi di valutazione dei risultati;
- Le spese di consulenza connesse alla realizzazione dei programmi
- Il finanziamento dei programmi stessi.





# I programmi multipli e quelli della UE

- I programmi multipli e le iniziative di mercato effettuate dalla UE sono finanziati dalla UE
- I criteri di partecipazione a questi progetti sono definiti nel bando invito , così come la valutazione.



# La partecipazione finanziaria

La partecipazione finanziaria nei programmi multipli è pari all'80 % delle spese

Questa percentuale può aumentare fino all'85 % delle spese ammissibili nel caso di grave turbativa di mercato.



# Quali le innovazioni introdotte

Il regolamento 1829/2015 definisce meglio chi sono i proponenti dei progetti :

**1) Organizzazioni professionali o interprofessionali** riconosciute (art. 158 del Reg.1308/2014) , che sono considerate rappresentative se coinvolgono almeno :

- Il 50 % dei coltivatori per quel prodotto o dei prodotti interessati.
- Il 50 % del volume o valore del prodotto commercializzato



**INTERPERA**  
**2015**

# Quali le innovazioni introdotte

- **2) Le OP ed AOP** considerate rappresentative del prodotto o dei prodotti se riconosciuta dallo stato membro (art. 154- 156 del Reg. CE 1308/2013 o dell'art 14 del reg. Ce 1379/2013).
- **3) Organismi del settore agroalimentare .**  
L'organismo proponente deve disporre e delle risorse tecniche, finanziarie e professionali atte a svolgere efficacemente il programma



**INTERPERA**  
**2015**

# Progetti, Stati Membri e ammissibilità

- L'organismo proponente può ottenere il finanziamento per il medesimo prodotto e per il medesimo mercato **per non più di 2 volte consecutive**
- Dove ?
  - In almeno **due stati** membri
  - in uno **Stato Membro diverso** da quello d'origine del proponente.



# Progetti, Stati Sembri e ammissibilità

- Il criterio non vale quando la promozione riguarda i prodotti di qualità **DOP IGP o STG**.
- Oppure, nel caso di **BUONE PRATICHE** Agroalimentari.





# Il messaggio e l'impatto sulla salute

- **Mercato interno**

- il progetto deve rispettare il Reg. CE 1924/2006 oppure :
- essere accettato dallo Stato Membro in cui si esegue il programma ( Responsabile Salute Pubblica).

- **Paesi terzi**

- essere accettato dalla autorità nazionale responsabile della salute pubblica del paese in cui si esegue la promozione .

# L'origine del prodotto :( Reg.CE 1831/2015)

- Ogni indicazione sull'origine non deve
  - a) essere una restrizione alla circolazione delle merci
  - b) incentivare il consumatore ad acquistare un prodotto rispetto ad uno di origine diversa
  - c) deve integrare il messaggio principale.

Fanno eccezione i prodotti di qualità DOP, IGP, STG





# Visibilità dei marchi

- I marchi commerciali sono essere visibili solo nel caso delle degustazioni e dimostrazioni
- I marchi commerciali possono essere presenti sul materiale informativo e promozionale esposto o distribuito durante dimostrazioni e degustazioni
- Devono seguire le regole previste all'art 6 del Reg. 1831/2015



**Grazie per l'attenzione**

*Areflh*

[www.areflh.org](http://www.areflh.org)



**INTERPERA**  
**2015**