

## ALLEGATO A

### PROGRAMMA DI INIZIATIVE REGIONALI PER LA PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI

ANNO 2011

#### 1. PREMESSA

Il presente documento traccia le principali linee di attività del “Programma di iniziative regionali per la promozione dei prodotti agroalimentari lombardi – anno 2011”, in armonia con le strategie politiche-programmatiche delineate dal *Programma Rurale di Sviluppo 2007/2013* e dagli obiettivi di governo della IX Legislatura.

Regione Lombardia – Direzione Generale Agricoltura si propone di confermare il proprio ruolo di programmazione e coordinamento di un programma di attività di promozione che intendono coerentemente sostenere il comparto agro-alimentare lombardo: valorizzazione del territorio e delle produzioni tipiche e di qualità, azioni di informazione e di promozione sul mercato interno ed estero, coinvolgimento e sostegno del sistema produttivo locale e dei soggetti pubblici e privati a vario titolo rappresentativi del comparto agroalimentare e degli interessi del territorio, azioni di informazione e sensibilizzazione dei consumatori.

#### 2. SCENARIO

Il contesto economico globale, apparentemente superata la fase più critica, mostra una situazione fortemente perturbata e di difficile previsione. Nel contesto della crisi internazionale, anche in Italia si è registrato un deciso rallentamento del PIL nazionale (dati ISTAT 2009), con caduta dei consumi e del valore aggiunto di tutti i principali comparti, soprattutto l'industria - 15%. Un po' meglio, ma sempre di segno negativo, il dato sull'agricoltura (- 3%).

In questo contesto, il settore agro-alimentare, dopo l'**aumento dei prezzi del biennio 2007/2008** e il conseguente boom delle produzioni, ha subito una generale contrazione sia sul fronte dei prezzi che su quello della domanda/offerta di prodotti agricoli. Tale instabilità, pur attenuata a livello europeo dai meccanismi collaudati della **Politica Agricola Comune (PAC)**, ha risentito dell'incerta evoluzione delle politiche agricole, esponendo l'agricoltura comunitaria alle turbolenze del mercato internazionale.

##### 2.1. LA LOMBARDIA

Il 41,7% del territorio lombardo è ad uso agricolo. Cremona, Mantova e Lodi sono le province con maggiore incidenza di territorio agricolo. Tuttavia, in Lombardia l'agricoltura incide sul PIL regionale meno che nel resto d'Italia (11% contro la media nazionale del 14%) con valori che nel 2009 si confermano in ulteriore diminuzione in linea con il trend negativo che negli ultimi decenni ha visto gradualmente diminuire l'importanza economica dell'agricoltura rispetto all'industria e al settore terziario.

Nel 2009 il valore della produzione agricola regionale, a prezzi di base, è stato di 6,3 miliardi di euro, pari a - 9,3% rispetto al 2008, diminuzione ascrivibile soprattutto ad un **calo dei prezzi dei prodotti agricoli**, mentre sono rimasti invariati i volumi di produzione. Considerando anche il contributo fornito dal valore aggiunto della distribuzione e della ristorazione, il valore del sistema alimentare è stimato pari a 37,5 miliardi di

euro, circa il 16% del valore nazionale e l'11,5 % del PIL regionale; mentre il valore aggiunto del settore agricolo e dell'industria alimentare contribuiscono alla formazione del rispettivo valore nazionale per l'11,5% e il 19%.

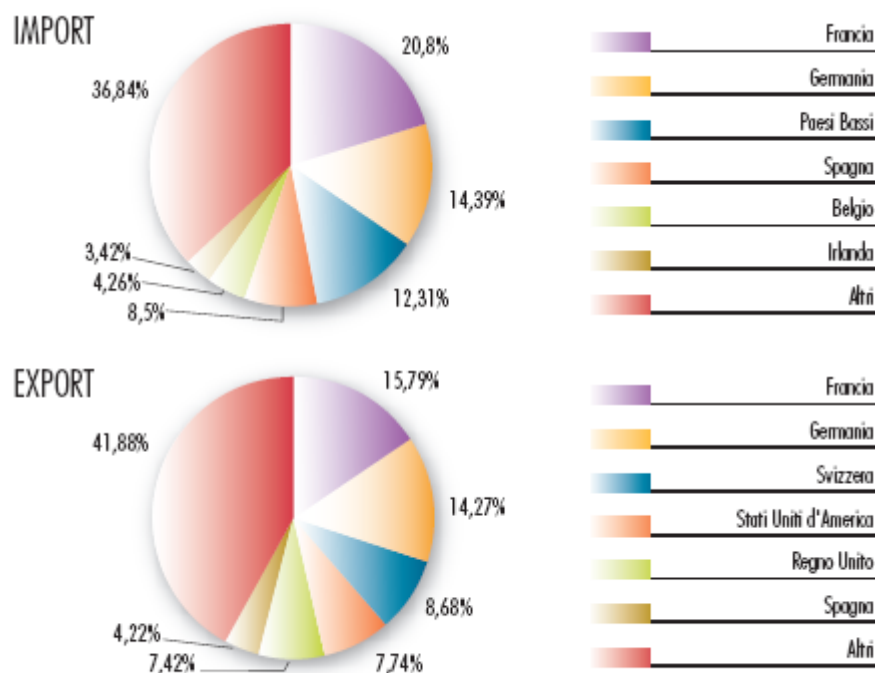
La **zootecnia** si conferma come uno dei settori più forti a livello regionale (60,8 % il valore della produzione a prezzi di base, contro una media nazionale del 33%) su cui incidono maggiormente le carni bovine e suine e il latte, coprendo circa il 26% della produzione zootecnica nazionale. Molto più contenuto il valore del comparto erbacee (30% contro una media nazionale del 54%) che nel 2009 ha perso il 15% del valore nel suo complesso, con cali più significativi per i cereali -27,7%, ad eccezione del **riso** (-5%), che in Lombardia si conferma come una delle coltivazioni più diffuse (43% della produzione nazionale).

**Occupazione:** coerentemente con il calo generalizzato del settore, anche il numero di occupati in agricoltura è diminuito rispetto agli anni scorsi dell'1,2%. Rispetto al totale degli occupati in Lombardia, solo una piccolissima parte trova impiego nell'agricoltura (2,7%, al di sotto della media nazionale e comunitaria) con livelli di presenza femminile più bassi rispetto ad altre regioni del Nord.

**Distribuzione:** la Lombardia si conferma come una regione dove predomina e cresce costantemente la distribuzione moderna che fa capo alle grandi catene private: +5% i punti vendita rispetto al 2008 (soprattutto ipermercati e discount), +3,6% le superfici di vendita con una **densità dei punti vendita** tra le più alte d'Europa.

**Import/export:** in linea con le tendenze nazionali, anche in Lombardia il 2009 ha segnato un calo degli scambi con l'estero di prodotti agroalimentari del territorio (-8%). Soprattutto le esportazioni sono crollate del 16%, valore compensato dalla crescita dei prezzi (+10%). Di seguito un grafico che identifica, per importazioni ed esportazioni, i **principali mercati di riferimento** e il loro valore: con Francia e Germania i maggiori scambi, sia in entrata che in uscita. Mentre, sul fronte delle esportazioni, Svizzera e Stati Uniti si confermano come i paesi extra-comunitari maggiormente destinatari dei nostri prodotti.

**Consumi alimentari:** se, come abbiamo visto a livello nazionale, il 2009 ha registrato una contrazione dei consumi medi delle famiglie italiane del 1,7%, in Lombardia il calo è stato molto più ridotto (-0,4%) confermando la regione al primo posto per consumi mensili medi, seguita da Veneto ed Emilia Romagna. Anche per quanto riguarda i generi alimentari e le bevande, i consumi in Lombardia sono **più alti rispetto alla media nazionale** e alle regioni del nord. Tuttavia appena il 16% della spesa delle famiglie viene destinata ai generi alimentari, contro una media nazionale che sfiora il 19%.



Fonte: elaborazioni SMEA su dati ISTAT nella classificazione SH6.

**Prodotti a denominazione e tradizionali lombardi:** con 22 prodotti DOP, IGP e STG su un totale nazionale di 216, la Lombardia si colloca tra le regioni con il **maggior numero di prodotti a denominazione** certificata. L'ultimo riconoscimento è quello della mela di Valtellina IGP, ottenuta nel marzo 2010. A questi si aggiungono i 209 prodotti agroalimentari tradizionali iscritti nell'elenco curato dal MIPAAF.

Categoria	Prodotto	Denominazione	Territorio
Formaggi	Bitto	DOP	SO, comuni della provincia di BG
	Formai de Mut dell'Alta Valle Brembana	DOP	Comuni della provincia di BG
	Gorgonzola	DOP	BG, BS, CO, CR, LC, LO, MI, PV, VA
	Grana Padano	DOP	BG, BS, CO, CR, LC, LO, MN (sinistra Po), MI, PV, SO, VA
	Parmigiano Reggiano	DOP	MN (destra Po)
	Provolone Valpadana	DOP	CR, BS, comuni delle province di BG, MN, LO
	Quattroformaggio Lombardo	DOP	BG, BS, CO, CR, LC, LO, MI, PV, VA
	Taleggio	DOP	BG, BS, CO, CR, LC, LO, MI, PV
	Valtellina Casera	DOP	SO
Salumi	Bresaola della Valtellina	IGP	SO
	Cotechino Modena	IGP	BG, BS, CO, CR, LC, LO, MN, MI, PV, VA
	Mortadella Bologna	IGP	Intero territorio regionale
	Salame Brianza	DOP	Comuni delle province di CO, LC, MI
	Salame Cremona	IGP	Intero territorio regionale
	Salame d'oca di Mortara	IGP	Comuni della provincia di PV
	Salame Varzi	DOP	Comuni della provincia di PV
	Salamini italiani alla cacciatora	DOP	Intero territorio regionale
	Zampone Modena	IGP	BG, BS, CO, CR, LC, LO, MN, MI, PV, VA
Oli d'oliva	Olio extravergine d'oliva Garda	DOP	Comuni della provincia di BS
	Olio extravergine d'oliva Laghi Lombardi	DOP	Comuni delle province di BG, BS, CO, LC
Ortofrutticoli	Mela di Valtellina	IGP	Comuni della provincia di SO
	Pera Mantovana	IGP	Comuni della provincia di MN

\* Situazione al 1° Ottobre 2010.

Fonte: DG Agricoltura Regione Lombardia.

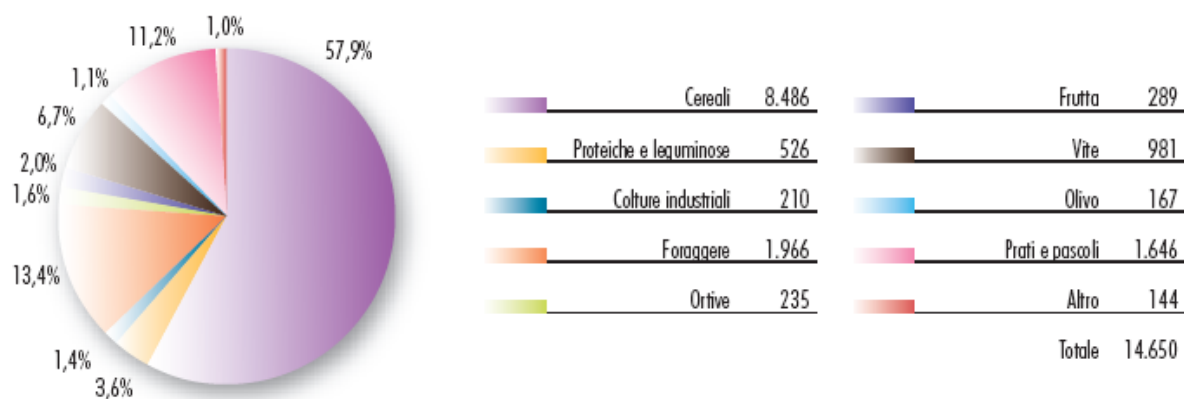
Per quanto riguarda il **comparto vitivinicolo**, la Lombardia vanta una gamma di 5 DOCG, 22 DOC e 15 IGT. Nel 2009, gli ettari di vigne a denominazione certificata sono stati complessivamente 20 mila su un totale di 24 mila.

**Agricoltura biologica:** in Lombardia l'agricoltura biologica trova minore diffusione rispetto ad altre realtà regionali occupando solo il 2% della superficie agricola complessiva. Se da un lato la domanda di prodotti biologici da parte dei consumatori è molto alta ed ancora in forte espansione, l'offerta di prodotti agricoli si mantiene piuttosto contenuta, compensata solo in parte da una forte industria alimentare, anche di tipo artigianale, che trasforma e commercializza materie prime provenienti anche da altre regioni.

Il primato del biologico lombardo spetta alla provincia di Pavia, che dedica al biologico quasi il 65% delle proprie superfici agricole e detiene il primato anche per numero di aziende biologiche.

	Aziende		Produttori		Preparatori		Superficie biologico
	numero	%	numero	%	numero	%	
Bergamo	127	10,9	71	10,0	70	13,1	1,8
Brescia	183	15,7	126	17,8	71	13,2	5,4
Como	53	4,5	34	4,8	25	4,7	1,8
Cremona	55	4,7	25	3,5	35	6,5	2,8
Lecco	41	3,5	27	3,8	18	3,4	0,9
Lodi	20	1,7	8	1,1	13	2,4	3,5
Mantova	145	12,4	100	14,1	55	10,3	9,2
Milano e Monza	192	16,4	36	5,1	160	29,9	7,1
Pavia	281	24,0	246	34,7	48	9,0	64,7
Sondrio	29	2,5	13	1,8	17	3,2	1,4
Varese	43	3,7	22	3,1	24	4,5	1,3
<b>Lombardia</b>	<b>1.169</b>	<b>100,0</b>	<b>708</b>	<b>100,0</b>	<b>536</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Quanto alle produzioni, di seguito uno schema che riporta le principali colture del biologico in Lombardia. Molto contenuta risulta infine l'incidenza della zootecnia biologica rispetto al totale della produzione regionale.



Fonte: SINAB.

**Filiera corta e vendita diretta:** secondo i dati forniti da Agri 2000, il numero di aziende agricole che praticano attività di vendita diretta sono in Lombardia 6.700, l'11% del totale nazionale (dati 2008), seconda soltanto alla Toscana. Piante e fiori, formaggi e infine vini sono i prodotti più diffusamente venduti

attraverso la vendita diretta. Per la vendita diretta il 74% delle aziende si avvale di propri locali o commercializza attraverso mercati e fiere locali.

### **3. OBIETTIVI E PROGETTI 2011**

Il programma 2011 di iniziative regionali è finalizzato a valorizzare e promuovere la conoscenza delle produzioni tipiche e di qualità della Lombardia – in particolare DOP, IGP, vini DOCG e DOC e produzioni biologiche - e sostenerne la competitività e la commercializzazione, in Italia e all'estero, attraverso azioni dirette, affidamento a Enti strumentali del Sistema Regionale o attraverso il sostegno a soggetti terzi, promotori di iniziative e progettualità di particolare interesse.

Interlocutori principali nell'attuazione delle attività sono: ERSAF - Ente regionale per i servizi all'Agricoltura e alle Foreste di cui alla l.r. 31/2008 e alla l.r. 30/2006, Unioncamere Lombardia, ASCOVILO (Associazione dei Consorzi di Tutela Vini della Lombardia), i Consorzi di Tutela, le Associazioni di impresa e di prodotto, la Federazione regionale delle Strade dei Vini e dei Sapori. In particolare con Unioncamere e con le Camere di commercio lombarde, in continuità con gli scorsi anni, si sviluppano progettualità integrate nell'ambito dell'*Accordo di Programma con il Sistema Camerale Lombardo per lo sviluppo economico e la competitività*. A livello nazionale, i partner principali sono ICE (Istituto Commercio Estero) e Buonitalia S.p.a. (Società del MIPAAF, alla quale partecipano anche Unioncamere, ICE e ISMEA) con i quali sono stati sottoscritti accordi di particolare interesse finalizzati ad integrare risorse e progettualità ed accrescere l'impatto delle iniziative rivolte a sostenere le imprese agroalimentari sui mercati esteri.

Gli obiettivi che faranno da guida all'azione regionale per il 2011 sono stati individuati in continuità e sulla base degli esiti dei precedenti programmi di promozione, nonché in coerenza con altre iniziative regionali di sostegno al settore agro-alimentare lombardo e ai suoi operatori, in particolare la Misura 133 - Attività di informazione e promozione dei prodotti agroalimentari di qualità, la Misura 132 - Sostegno agli agricoltori che partecipano ai sistemi di qualità alimentare e la Misura 313 - Incentivazione attività turistiche del Piano Rurale di Sviluppo 2007-2013 e il Programma di azione nazionale per l'agricoltura biologica e i prodotti biologici (PAN).

In un contesto di risorse decrescenti, le priorità di investimento sono state individuate sulla base dei seguenti criteri:

- livello di interesse e ritorno diretto per le imprese;
- addizionalità di risorse da parte di partner pubblici e privati;
- coerenza e complementarietà nell'ambito di una strategia di comparto complessiva, perseguita nel tempo con diverse azioni sostenute da varie fonti di finanziamento (fondi nazionali, europei).

In particolare sono stati individuati i seguenti obiettivi:

1. promuovere l'immagine della Lombardia e dei suoi prodotti tradizionali e di qualità presso il consumatore finale e gli operatori della distribuzione e ristorazione sviluppando proficue sinergie con altre politiche regionali, quali il turismo, l'artigianato e il commercio;
2. sostenere gli operatori del comparto agricolo a vario titolo coinvolti nella filiera agroalimentare lombarda e vitivinicola affiancandoli nelle attività di internazionalizzazione, penetrazione di nuovi mercati e commercializzazione;

3. promuovere l'informazione e la conoscenza da parte del consumatore dei prodotti enogastronomici lombardi, dei marchi di qualità certificata e dei temi della filiera corta, della vendita diretta e dei corretti comportamenti alimentari.

Sulla base degli obiettivi sovraesposti, sono state individuate le seguenti schede progetto:

- **Scheda progetto n. 1:**  
"Strumenti ed eventi di informazione e valorizzazione delle produzioni di qualità"
- **Scheda progetto n. 2:**  
"Promozione sul mercato nazionale ed estero a supporto delle imprese lombarde"
- **Scheda progetto n. 3:**  
"Programma di promozione dell'agricoltura biologica"

## SCHEDA PROGETTO N. 1

### STRUMENTI ED EVENTI DI INFORMAZIONE E VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI DI QUALITÀ

La strategia di comunicazione si basa sulla realizzazione di eventi e su un sistema coordinato di materiali e strumenti di comunicazione.

I principali **target** di riferimento per la comunicazione sono:

- il pubblico indifferenziato dei consumatori;
- i consumatori cosiddetti motivati, target emergente che ricerca prodotti di qualità;
- gli operatori del settore ed in particolare della distribuzione e della ristorazione.

Azioni previste:

- **MATERIALI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE.** Realizzazione di materiale informativo e promozionale e/o ristampa ed aggiornamento di materiale già realizzato (volumi, cd, cataloghi, brochure, depliant) in linea con l'immagine coordinata di Regione Lombardia; sviluppo di strumenti ICT e di strumenti di comunicazione on line.

In particolare si prevede di realizzare un volume illustrativo sul tema dell'innovazione, tradizione e qualità in agricoltura e materiale informativo a supporto delle attività di degustazione dei prodotti tipici.

Sarà rivisto l'attuale sito web [buonalombardia.it](http://buonalombardia.it) che, avviato nel 2001 insieme a Unioncamere Lombardia, necessita di essere ripensato in termini di obiettivi, funzioni e destinatari. Attualmente il sito promuove il comparto agroalimentare e vinicolo lombardo di qualità presentando contenuti anche a valenza turistica, culturale e ambientale. Si rivolge principalmente a utenti interessati al territorio lombardo e ai prodotti agroalimentari tipici; imprese e operatori del settore agroalimentare, che trovano informazioni e servizi specifici a supporto delle loro attività; insegnanti, educatori e famiglie, cui sono offerti contenuti specifici di educazione alimentare.

Nel 2011 si intende garantire la funzionalità del sito, in prospettiva di una revisione complessiva per il riposizionamento del portale che avverrà nel 2012. Per il 2011 sono a carico di Unioncamere Lombardia gli oneri della piattaforma informatica di gestione dei contenuti del sito web mentre sarà a cura della Direzione Generale Agricoltura l'attività redazionale e di aggiornamento del sito. L'iniziativa rientra nell'ambito dell'Accordo di Programma con il Sistema Camerale Lombardo per lo sviluppo economico e la competitività – asse 2.

*Spesa prevista per materiali e strumenti di comunicazione: € 50.000,00*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **EVENTI, SEMINARI E CONVEGNI.** Sulla base dell'esperienza maturata negli anni precedenti, si intende promuovere la realizzazione di eventi, seminari e/o convegni di carattere informativo - divulgativo su tematiche di interesse per il settore agroalimentare lombardo e i suoi operatori, in sinergia con altri settori e/o soggetti esterni e istituzioni. Tali iniziative possono essere un seguito di azioni già realizzate in precedenza, riconfermandosi come un appuntamento fisso anche negli anni successivi, o essere connessi ad iniziative già programmate di rilevanza nazionale o internazionale. Lo scopo è anche quello di promuovere su un pubblico più ampio la conoscenza e l'impatto comunicativo delle iniziative di

promozione, del territorio lombardo e dei suoi prodotti agroalimentari, promosse da Regione Lombardia e dai suoi partner istituzionali.

In tal senso, potranno essere realizzate alcune iniziative anche in collaborazione con associazioni professionali quali: ONAV – Organizzazione Nazionale Assaggiatori di Vino, ONAF – Organizzazione Nazionale Assaggiatori Formaggio, AIS – Associazione Italiana Sommelier, Associazioni di cuochi e di ristoratori lombardi.

*Spesa prevista per eventi seminari e convegni: € 60.000,00*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **PARTECIPAZIONE A FIERE ED EVENTI SUL TERRITORIO, REALIZZAZIONE DI LABORATORI DEL GUSTO**, con l'obiettivo di sensibilizzare ed educare i consumatori relativamente ai prodotti di qualità e promuovere la conoscenza dei processi produttivi e la valorizzazione del mondo agricolo. Si tratta di promuovere presso i cittadini anche la conoscenza dei mercati contadini e della vendita diretta quali opportunità per acquisire prodotti di qualità e sviluppare un rapporto diretto con i produttori.

Come eventi ai quali partecipare sono state identificate le seguenti manifestazioni:

- **Squisito!** (San Patrignano – Coriano, 29 aprile – 2 maggio)

*Target: consumatore generico e motivato*

Rassegna enogastronomica tra le più importanti a livello nazionale, organizzata dalla Comunità di San Patrignano, che nel 2011 giungerà alla sua ottava edizione. E' una manifestazione dedicata al cibo di qualità, caratterizzata da una forte interattività con il visitatore, al quale viene offerta la possibilità non solo di visitare ma anche di vivere l'esperienza delle produzioni artigianali. Regione Lombardia avrà uno stand istituzionale collocato all'interno del "Villaggio degli Artigiani".

*Spesa prevista: € 20.000,00*

*Soggetto organizzatore: Comunità di San Patrignano*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **MIPAM - Mostra animali e prodotti di montagna** (Laveno Mombello, agosto)

*Target: consumatore generico e motivato*

La manifestazione si propone di promuovere e valorizzare il grande patrimonio di conoscenze e tradizioni legate all'agricoltura di montagna e all'allevamento. Il MIPAM prevede ogni anno concorsi ed esposizione di animali, iniziative didattico - educative per i bambini e le famiglie, eventi e degustazioni di prodotti tradizionali. La Regione parteciperà all'organizzazione della manifestazione e sarà presente con uno spazio espositivo e materiale informativo.

*Spesa prevista: € 40.000,00*

*Soggetto organizzatore: Comunità Montana Valli del Verbano*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **Mostra agricola zootecnica di Tradate** (Tradate, settembre)

*Target: consumatore generico e motivato*

La manifestazione si propone di far conoscere i prodotti zootecnici e la realtà produttiva agricola sotto l'aspetto tecnico-economico e culturale. Sulla base di un articolato programma di eventi e degustazioni verranno promosse e valorizzate le specialità del territorio e la multifunzionalità dell'azienda agricola anche attraverso forme di turismo enogastronomico rappresentate dalla "Strada dei Saperi delle Valli Varesine". La Regione parteciperà con uno spazio espositivo e materiale informativo.

*Spesa prevista: € 20.000,00*



*Soggetto organizzatore: Comune di Tradate*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **Mostra del Bitto e dei prodotti della Montagna** (Morbegno, ottobre)

*Target: consumatore generico e motivato*

La Fiera di Morbegno è la principale manifestazione regionale sull'agricoltura di montagna ed è quindi un'importante occasione per concentrare l'attenzione del pubblico e dei media verso questo segmento e verso il suo ricco patrimonio di cultura e tradizione enogastronomica. La Regione parteciperà con uno spazio espositivo e materiale informativo.

*Spesa prevista: € 30.000,00*

*Soggetto organizzatore: Valtellina Che Gusto Scarl*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **Rassegna gastronomica lodigiana** (Provincia di Lodi, ottobre/novembre)

*Target: consumatore generico e motivato*

La Rassegna Gastronomica del Lodigiano, giunta alla sua 23° edizione, è diventata negli anni un evento di riferimento per la promozione del territorio lodigiano dal punto di vista artistico/culturale e della sua ricca produzione agricola. Realizzata in collaborazione con la Strada del vino di San Colombano e dei sapori del lodigiano, la manifestazione ha registrato negli anni passati una media di 30.000 visitatori e si articola in diversi eventi culturali e appuntamenti gastronomici con la cucina lodigiana organizzati dai ristoranti del territorio. Regione Lombardia parteciperà con iniziative a supporto dell'introduzione dei prodotti di filiera corta nella ristorazione locale.

*Spesa prevista: € 15.000,00*

*Soggetto organizzatore: Provincia di Lodi*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **Premio Lombardia Agricoltura** (Milano, 11 novembre)

*Target: Istituzioni/Enti Locali, operatori del settore, media.*

Premio Lombardia Agricoltura è un evento celebrativo dedicato al mondo agricolo lombardo promosso da Regione Lombardia con il coinvolgimento delle 12 Province lombarde. L'evento avrà come tema portante l'innovazione nel rispetto della tradizione in ambito agricolo: per questo sarà previsto un momento di premiazione e riconoscimento pubblico delle realtà agricole ed imprenditoriali più significative sotto il piano dell'innovazione e del rispetto della tradizione.

*Spesa prevista: € 30.000,00*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **Fiera Autunnale di Codogno** (Codogno, novembre)

*Target: consumatore generico e motivato*

La manifestazione si propone di far conoscere i prodotti agroalimentari tipici e di qualità con particolare riferimento a quelli zootecnici. Durante la manifestazione si svolgeranno concorsi zootecnici interregionali, convegni per un diretto confronto tra i diversi soggetti del mondo e agricolo e incontri di carattere informativo con il mondo scolastico. La Regione parteciperà con uno spazio espositivo e materiale informativo.

*Spesa prevista: € 20.000,00*

*Soggetto organizzatore: Comune di Codogno*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

Altre manifestazioni e iniziative realizzate da amministrazioni pubbliche sul territorio lombardo a valenza sovracomunale potranno essere individuate successivamente e integrate nel presente programma tramite decreto del direttore generale. La spesa regionale per la partecipazione ai suddetti eventi, nell'ambito del budget complessivo previsto per le attività di cui alla presente scheda progetto 1, potrà essere fino a € 5.000,00 per eventi a rilevanza provinciale e fino a € 10.000,00 per eventi a rilevanza almeno sovraprovinciale.

- **PROGETTO DI PROMOZIONE DEI PRODOTTI A MARCHIO DOP, IGP, DOC, DOCG, IGT NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE LOMBARDA**, in collaborazione e cofinanziamento con il Sistema Camerale lombardo, il Consorzio di Tutela del Grana Padano e con altri Consorzi di Tutela lombardi. Il progetto, che rientra nell'ambito dell'AdP con il Sistema Camerale lombardo - asse 2, sarà attuato a partire dal mese di settembre e prevede di realizzare attività di informazione e degustazione rivolte ai consumatori presso la grande distribuzione anche al fine di sostenere la filiera lombarda del latte in un momento di particolare difficoltà del settore.

*Spesa prevista: minimo € 300.000,00 di cui € 75.000,00 a carico di Regione Lombardia e il resto a carico del Consorzio di Tutela Grana Padano e del Sistema Camerale lombardo.*

*Soggetto beneficiario e attuatore: Unioncamere Lombardia*

- **PROGETTO DI PROMOZIONE DEI VINI LOMBARDI** si svolge in collaborazione e cofinanziamento con ASCOVILO - Associazione dei Consorzi Vitivinicoli di Tutela Lombardi, che rappresenta circa l'85% della produzione lombarda dei vini di qualità (DOCG – DOC – IGT). Le azioni previste si integrano nella strategia complessiva di azioni a supporto del settore vitivinicolo, tra cui la realizzazione del Padiglione Lombardia a Vinitaly, l'attuazione della Misura OCM Vino – Promozione sui mercati dei Paesi Terzi e l'organizzazione della presenza delle imprese a eventi di promozione. Il progetto prevede l'organizzazione della giornata dei Vini di Lombardia e attività di supporto alle azioni regionali di promozione all'estero, tra cui la partecipazione all'Italian Wine Week 2012 (vedi scheda progetto n.2).

*Spesa prevista per progetti di promozione dei vini lombardi: € 42.850,00 di cui € 30.000,00 a carico di Regione Lombardia e € 12.850,00 a carico di ASCOVILO*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ASCOVILO*

- **PROGETTO DI PROMOZIONE DEL TURISMO ENOGASTRONOMICO** in collaborazione e cofinanziamento con la Federazione regionale delle Strade dei Vini e dei Sapori della Lombardia, che rappresenta le 12 Strade riconosciute da Regione Lombardia ai sensi della Dgr n. 2575/2000 e il Movimento del Turismo del Vino Lombardo, che è l'associazione più rappresentativa, a livello regionale e nazionale, del turismo del vino. Le azioni si inseriscono coerentemente nel contesto delle attività regionali di promozione a supporto della diversificazione in agricoltura e dello sviluppo dell'attrattività del territorio realizzate anche in collaborazione con la DG Turismo e tramite l'attuazione della Misura 313 - Incentivazione attività turistiche del PSR 2007 – 2013.

In particolare, in riferimento al Movimento del Turismo del Vino è previsto l'acquisto di una pagina istituzionale sull'opuscolo "Guida dell'Enonauta" che verrà distribuito nel corso dell'anno sia in occasione delle iniziative: Cantine Aperte (29 maggio), Calici di Stelle (10 Agosto), Benvenuta Vendemmia (18 settembre), San Martino in Cantina (13 novembre) e Natale in Cantina (11 dicembre), sia presso i punti di informazione turistica presenti sul territorio regionale.

Con la Federazione delle Strade dei Vini e dei Sapori sono previste una serie di azioni promozionali da svolgersi nell'anno: l'evento "Incontri a Palazzo", finalizzato a presentare le eccellenze gastronomiche

e articolato su due giornate, che si terrà sia a Milano sia in Oltrepò; incontri di informazione e formazione rivolti agli operatori che operano nei territori delle singole strade per favorire lo sviluppo della rete web creata dalla Federazione e divulgarne le opportunità agli operatori; attività di accoglienza di giornalisti e tour operator al fine di promuovere la conoscenza delle Strade.

*Spesa prevista: € 90.0000,00 di cui € 45.000,00 a carico della Federazione delle Strade dei Vini e dei Sapori, € 45.000,00 a carico di Regione Lombardia. € 5.000,00 a carico di Regione Lombardia per l'acquisto di una pagina istituzionale sulla Guida dell'Enonauta.*

*Soggetti attuatori e beneficiari: Federazione Strade dei Vini e dei Sapori / Movimento del Turismo del Vino Lombardo*

## **SCHEDA PROGETTO N. 2**

### **PROMOZIONE SUL MERCATO NAZIONALE ED ESTERO A SUPPORTO DELLE IMPRESE LOMBARDE**

Obiettivo principale è sostenere gli operatori del comparto agricolo e vitivinicolo lombardo - imprese agricole, associazioni di imprese, consorzi di tutela e associazioni di consorzi - nelle attività di internazionalizzazione, penetrazione di nuovi mercati e commercializzazione.

Questo obiettivo si declina come segue:

- consolidare le esportazioni ed aprire nuovi mercati all'estero;
- cercare nuovi canali distributivi e nuovi partner;
- sfruttare l'effetto trainante dell'immagine del *Made in Italy* a favore dell'insieme delle produzioni agroalimentari, rafforzando l'immagine della Lombardia come terra a forte vocazione agricola e ricca di prodotti di qualità.

Quest'attività viene attuata prevalentemente nell'ambito dell'Accordo di Programma con il Sistema Camerale lombardo per lo sviluppo economico e la competitività e in collaborazione con ICE – Istituto Commercio Estero nel quadro dei programmi interregionali e dell'Accordo di programma con il Ministero dello Sviluppo Economico per la promozione all'estero.

La strategia di approccio al mercato nazionale ed internazionale parte dal rafforzamento dell'immagine della Lombardia come territorio ricco di prodotti agroalimentari di qualità. Le azioni proposte si inseriscono nel contesto di interventi già avviati o in corso di realizzazione, tra cui in particolare si richiamano:

- la realizzazione del Padiglione Lombardia a Vinitaly 2011, che prevede una collettiva di 220 aziende lombarde del settore vitivinicolo e la compartecipazione finanziaria delle imprese e delle Camere di Commercio lombarde;
- le azioni di promozione sui mercati dei Paesi Terzi realizzate dalle imprese vitivinicole nell'ambito dei finanziamenti nazionali erogati sulla misura OCM Vino – Promozione sui mercati dei Paesi Terzi (€ 1,4 milioni messi a bando per la campagna 2010/2011 e € 2,4 milioni previsti per la campagna 2011/2012);
- il progetto biennale denominato "Dalla Lombardia al Nord America" rivolto ai mercati USA e Canada, realizzato da Buonitalia Spa – Società del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali – in collaborazione con Unioncamere Lombardia e Regione Lombardia, avviato nel 2010 con la partecipazione di 107 aziende e un investimento di circa € 1.200.000,00 ripartito tra Buonitalia, Sistema Camerale lombardo e Regione Lombardia. Il progetto prevede il sostegno delle aziende lombarde del settore agroalimentare nel processo di internazionalizzazione, apertura e consolidamento di nuovi canali distributivi, assistenza nelle procedure di spedizione e facilitazione delle pratiche sanitarie e doganali.

Le azioni 2011 si articolano in uno specifico programma di promozione nei mercati esteri ed in partecipazioni a manifestazioni fieristiche in collaborazione con partner collaudati e in continuità con progetti già sviluppati. Le iniziative di promozione all'estero verranno condotte in collaborazione con ICE e Sistema Camerale Lombardo nell'ambito dei rispettivi Accordi di Programma.

Azioni previste:

- **EUROFLORA (GENOVA, 21 APRILE - 1 MAGGIO 2011)**  
Target: consumatore generico e operatori del settore florovivaistico

Euroflora è una manifestazione internazionale dedicata agli operatori del settore florovivaistico che si svolge ogni 5 anni alla Fiera di Genova. Giunta quest'anno alla sua decima edizione, la manifestazione è tra le più seguite in Europa tra gli eventi e le fiere di floricoltura, con più di mezzo milione di visitatori. Oltre ai suggestivi e variopinti allestimenti (20.000 mq di esposizione), la manifestazione prevede l'organizzazione di concorsi tecnici ed estetici, l'allestimento di un'area mercato per l'acquisto di piante e fiori direttamente dagli espositori e punterà a sensibilizzare il pubblico sui temi della biodiversità e dell'eco-sostenibilità. Si prevede che la prossima edizione di Euroflora possa essere organizzata nel 2015 (con un anno di anticipo rispetto ai tempi previsti) in occasione di Expo 2015. La presenza di Regione Lombardia rientra tra le azioni previste nell'Accordo di Programma con il Sistema Camerale lombardo, asse 2.

*Spesa prevista: € 300.000,00 di cui € 20.000,00 a carico di Regione Lombardia; € 10.000,00 a carico della Società Expo 2015 S.p.A.; € 90.000,00 a carico del Sistema Camerale Lombardo; € 180.000,00 a carico delle imprese florovivaistiche lombarde.*

*Soggetto beneficiario: Unioncamere Lombardia*

*Soggetto attuatore: Assoflora Lombardia*

- **TUTTOFOOD (MILANO, 8 -11 MAGGIO 2011)**

*Target: consumatori e operatori del settore (imprese della produzione e della distribuzione), pubblico internazionale*

Fiera enogastronomica internazionale e luogo ideale di riflessione e confronto tra gli operatori (con organizzazione di workshop, seminari, convegni e meeting), Tuttofood è una manifestazione biennale dedicata all'intera filiera dell'industria agro-alimentare. Ha ospitato, nell'ultima edizione, 1.750 espositori da tutto il mondo, le maggiori catene di distribuzione organizzata e visitatori per il 40% provenienti da paesi stranieri. Per l'edizione di quest'anno sarà realizzato uno stand istituzionale di circa 600 mq in cui le aziende saranno ospitate secondo due diverse modalità: stand fisso (per tutta la durata della manifestazione, suddiviso per province) e temporary stand (per le partecipazioni di un solo giorno, con un piccola area degustazioni). Si intende inoltre organizzare la presenza delle imprese in modo da garantire la rappresentanza dei principali settori dell'agroalimentare lombardo. Il progetto rientra nelle azioni previste nell'Accordo di programma con il sistema camerale, asse 2.

*Spesa prevista: € 169.000,00 di cui € 30.000,00 a carico di Regione Lombardia; € 119.000,00 a carico delle Camere di Commercio lombarde, € 20.000,00 a carico delle imprese aderenti.*

*Soggetto beneficiario: Unioncamere Lombardia*

*Soggetto attuatore: Agrimercati e Fiera di Milano*

- **FIERA INTERNAZIONALE DEL BOVINO DA LATTE (CREMONA, dal 27 AL 30 OTTOBRE 2011)**

*Target: operatori del settore (allevatori, agricoltori, veterinari, agrotecnici, distributori)*

La manifestazione, giunta quest'anno alla 66° edizione, si conferma come un importante appuntamento di livello mondiale per il settore zootecnico e lattiero-caseario, con un numero crescente di espositori nazionali ed esteri e di visitatori professionali. Proseguendo quanto realizzato negli anni scorsi, si prevede la realizzazione di una zona espositiva e incontri informativi.

*Spesa prevista: € 50.000,00*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ERSAF*

- **PROGETTO NORD AMERICA.** Il progetto denominato "Dalla Lombardia al Nord America" rivolto ai mercati USA e Canada, avviato nel 2010 con la collaborazione tra Buonitalia Spa, Unioncamere Lombardia e

Regione Lombardia, prevede il sostegno delle aziende lombarde del settore agroalimentare nel processo di internazionalizzazione, apertura e consolidamento di nuovi canali distributivi, assistenza nelle procedure di spedizione e facilitazione delle pratiche sanitarie e doganali. A seguito dei buoni risultati ottenuti nel 2010, si propone il proseguimento del progetto con attività da svolgere tra il 2011 e il 2012 al fine di consolidare i risultati raggiunti e definire nuove attività a supporto delle imprese. Il progetto rientra nelle azioni previste nell'Accordo di programma con il sistema camerale, asse 2. Tra le azioni 2011 si prevedono in particolare le seguenti attività:

- proseguire la collaborazione con importatori e distributori fidelizzati nel corso del progetto 2010 e scouting su nuove aree, soprattutto metropolitane a bassa penetrazione di prodotti *Made in Italy*;
- formazione/training al gruppo di imprese lombarde aderenti al progetto su tematiche inerenti le procedure di marketing internazionali;
- organizzazione di incontri d'affari tra operatori nordamericani e lombardi attraverso missioni all'estero ed incoming in Lombardia;
- esplorazione di nuove metodologie di spedizione e dogana semplificata.

Tra le azioni a supporto delle attività di esportazione dei prodotti agroalimentari è prevista in particolare la collaborazione con la D.G. Sanità per la semplificazione delle attività di certificazione a carico delle aziende e diverse per ogni Paese.

*Spesa prevista: minimo € 600.000,00 di cui € 100.000,00 a carico di Regione Lombardia - € 30.000,00 sul bilancio 2011 a titolo di anticipo e € 70.000,00 sul bilancio 2012 a saldo delle attività - e il resto suddiviso tra Buonitalia e Sistema Camerale lombardo.*

*Soggetto beneficiario: Unioncamere Lombardia*

*Soggetto attuatore: Promos*

• **PROGRAMMA INTERREGIONALE ICE DI PROMOZIONE NEI PAESI SCANDINAVI – SECONDA ANNUALITÀ**

*Target: consumatori, importatori, distributori, operatori del canale ho.re.ca., giornalisti e opinion leader scandinavi*

Il programma "I veri saperi e sapori delle Regioni italiane in Scandinavia" è un progetto biennale interregionale finalizzato a promuovere le eccellenze alimentari e vinicole regionali sui mercati di Svezia, Norvegia, Danimarca e Finlandia. Giunto al suo 2° anno di attività, il progetto è realizzato da ICE – Istituto per il Commercio Estero con l'adesione delle Regioni Lombardia, Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Toscana. Il programma 2011, che conclude la convenzione sottoscritta con ICE (Decreto n. 6663 del 2 luglio 2010 "Approvazione schema di convenzione interregionale tra le Regioni Emilia Romagna, Lombardia, Piemonte, Toscana, Veneto e ICE per la realizzazione del progetto interregionale in Scandinavia denominato 'I veri saperi e sapori delle Regioni Italiane' ") prevede l'organizzazione di incoming con gli operatori stranieri, workshop e visite in azienda ma anche educational tour con giornalisti stranieri, rappresentanti delle principali testate scandinave divulgative e di settore, cooking show e azioni promozionali sui punti vendita.

*Spesa prevista: € 47.500,00*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ICE*

- **PROGETTO INTERREGIONALE ICE "ITALIAN WINE WEEK 2012"** (gennaio). L'evento, giunto alla sua 4a edizione, rappresenta, per qualità degli operatori e numero di soggetti coinvolti, la più importante manifestazione in favore del vino italiano al di fuori dei confini nazionali. Si tiene ogni anno a New York

e coinvolge operatori, distributori, buyer e opinion leader statunitensi in un ricco calendario di eventi, degustazioni, seminari e incontri b2b. Il mercato statunitense è il più importante mercato di sbocco extra-europeo con un significativo potenziale di crescita. In occasione dell'evento, imprese e consorzi possono organizzare attività promozionali collaterali, finanziate nell'ambito della misura OCM Vino – Promozione sui mercati dei Paesi Terzi. Il progetto consente inoltre di sviluppare efficaci sinergie con altre attività di promozione sul mercato statunitense di cui al punto precedente (Progetto Nord America).

*Spesa prevista: € 60.000,00*

*Soggetto beneficiario e attuatore: ICE*

### SCHEDA PROGETTO N. 3

#### PROGRAMMA DI PROMOZIONE DELL'AGRICOLTURA BIOLOGICA

Il Programma di iniziative regionali per la promozione dei prodotti biologici –1° semestre 2011 – è costituito da azioni che proseguono e completano quelle avviate nel 2° semestre 2010, di cui alla Dgr n. 422 del 5 agosto 2010.

Il programma attua il progetto denominato “Promozione del biologico lombardo a tutto campo”, approvato con Decreto Ministeriale n. 15169 del 5 ottobre 2010 da parte del Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali nell’ambito del Programma di azione nazionale per l’agricoltura biologica e i prodotti biologici (PAN), asse 3 “Aumento della domanda interna e comunicazione istituzionale”, azione 3.1 “Promozione del bio nella ristorazione collettiva biologica” e azione 3.2 “Promozione del bio al cittadino consumatore”. Tale programma, con durata luglio 2010 - luglio 2011, prevede pertanto la realizzazione di due progetti, uno relativo all’azione 3.2 del PAN, denominato “Metti il bio nella tua mensa” e l’altro relativo all’azione 3.2 del PAN “Il biologico di Lombardia accessibile a tutti”.

I soggetti attuatori delle seguenti azioni sono:

- le due principali associazioni biologiche regionali, l’Associazione AIAB Lombardia e A.L.A.Bio La Buona Terra che, per il terzo anno consecutivo, collaborano con la Direzione Generale Agricoltura per la realizzazione del programma promozionale delle produzioni biologiche lombarde con un loro cofinanziamento;
- l’ERSAF, ente regionale per i servizi all’agricoltura e alle foreste, in collaborazione con la Regione e le associazioni del biologico.

Gli obiettivi prioritari, che confermano sostanzialmente gli orientamenti e le attività del precedente programma, sono:

- promuovere l’introduzione dei prodotti bio nella ristorazione scolastica attraverso un servizio che faciliti l’incontro tra il mondo produttivo, le aziende erogatrici dei servizi di ristorazione e i Comuni;
- favorire ed incentivare la presenza dei prodotti biologici, preferibilmente di provenienza locale, nella ristorazione collettiva scolastica;
- comunicare il valore aggiunto dei prodotti biologici in termini di sostenibilità ambientale, conservazione della biodiversità, caratteristiche qualitative e nutrizionali agli utilizzatori finali (consumatori, scuole, ecc);
- informare il consumatore sul sistema di controllo e di etichettatura delle produzioni biologiche, promuovendo nel contempo il logo comunitario e l’origine delle produzioni;
- stimolare lo sviluppo di reti di filiera corta favorendo il contatto tra i produttori biologici e gli utilizzatori finali.

Azioni previste:

- **PROGETTO METTI IL BIO NELLA TUA MENSA.** Il progetto intende creare un servizio di riferimento per la gestione, l’organizzazione e la comunicazione del biologico nella ristorazione scolastica, attraverso l’implementazione del portale [bio.buonalombardia.it](http://bio.buonalombardia.it) e la promozione del servizio attraverso materiali divulgativi e seminari diretti agli stakeholders. Il progetto mira ad ampliare le conoscenze e facilitare



l'incontro tra realtà produttiva, aziende erogatrici dei servizi di ristorazione e Comuni, al fine di aumentare l'inserimento del bio - preferibilmente di provenienza locale - nella ristorazione scolastica. Completata l'analisi sullo stato dell'arte dell'utilizzo dei prodotti bio nella ristorazione scolastica in Lombardia, la seconda fase del progetto consiste nella messa in opera del servizio informativo e di consulenza on-line sul portale [www.bio.buonalombardia.it](http://www.bio.buonalombardia.it), supportata da un piano di comunicazione sul valore delle produzioni biologiche e di filiera corta e sull'utilità del servizio. Sarà realizzato un opuscolo diretto alle famiglie e alle scuole che verrà distribuito in tre Comuni, selezionati nella fase di indagine sulla ristorazione scolastica, nei quali si è riscontrato un particolare interesse da parte delle amministrazioni all'incremento del livello qualitativo del loro servizio e che, soprattutto, hanno manifestato la richiesta di un supporto nella comunicazione verso le famiglie. La distribuzione sarà supportata da incontri ad hoc con genitori e insegnanti.

La diffusione e comunicazione del servizio diretta ai principali soggetti interessati, vale a dire i comuni, le aziende di ristorazione collettiva e le scuole verrà realizzata attraverso n. 4 seminari realizzati in collaborazione con l'Associazione Nazionale Comuni Italiani della Lombardia (ANCI) e l'ERSAF. L'incontro principale si svolgerà a Milano durante la manifestazione fieristica BtoBio (Fieramilano, 8-11 maggio) e altri tre in altrettanti capoluoghi di provincia che permettano la maggiore partecipazione delle Amministrazioni Locali del territorio. I principali target di riferimento per la comunicazione sono: i referenti comunali gestori dei servizi di ristorazione scolastica, le scuole paritarie, le famiglie e gli studenti, i produttori biologici.

*Spesa prevista per le attività indicate: € 56.544,15 di cui € 53.224,15 a carico di Regione Lombardia e € 3.320,00 a carico di AIAB Lombardia.*

*Soggetti attuatori e beneficiari:*

*AIAB Lombardia per una spesa pari a € 8.300,00 (€ 3.320,00 a carico di AIAB, e € 4.980,00 a carico di Regione Lombardia) per l'organizzazione dello sportello e il supporto alla comunicazione del progetto.*

*ERSAF per una spesa di € 48.244,15 per la realizzazione delle altre attività.*

- **PROGETTO IL BIOLOGICO ACCESSIBILE A TUTTI IN LOMBARDIA.** Verranno realizzate diverse iniziative, in continuità con quelle attuate nel 2010, per favorire il contatto diretto tra gli operatori biologici e di utilizzatori finali, al fine di favorire la conoscenza sulle caratteristiche della produzione dei prodotti biologici. In particolare si prevede:
  - la realizzazione di un evento denominato "la Piazza del bio", manifestazione che intende portare in una piazza di Milano - 11 giugno 2011 - un numero rappresentativo di produttori biologici, insieme alle amministrazioni locali, le associazioni biologiche e gli organismi di controllo, per comunicare al cittadino l'agricoltura biologica attraverso i suoi protagonisti. Questo evento dà continuità a quello realizzato nella prima parte del programma a livello nazionale, ed ha l'obiettivo di promuovere il consumo avvicinando il produttore al consumatore;
  - l'organizzazione di diverse iniziative che stimolino la conoscenza e il confronto tra la produzione e gli utilizzatori finali (GAS, ristoranti, bar e esercizi commerciali), attraverso percorsi di sensibilizzazione e formazione agli attori coinvolti, visite e degustazioni presso i produttori e sviluppo di punti informativi on-line. E' prevista anche la partecipazione a BtoBio (Fiera Milano, 8 - 11 maggio) attraverso la calendarizzazione di due eventi "educational" rivolti a giornalisti e buyers per promuovere la conoscenza dei prodotti biologici;
  - la raccolta, l'elaborazione e la pubblicazione sul portale [bio.buonalombardia.it](http://bio.buonalombardia.it) delle informazioni dei luoghi in cui il consumatore può conoscere ed eventualmente acquistare i prodotti biologici, per offrire un servizio al cittadino. L'implementazione e l'aggiornamento della banca dati delle aziende

bio presenti sul portale, comporterà altresì una revisione del portale stesso per una maggiore fruibilità delle informazioni. Verrà effettuata la revisione e la ristampa e della guida “Il biologico in Lombardia” e verranno realizzati altri materiali divulgativi utili alla comunicazione degli eventi programmati.

- i principali target di riferimento per la comunicazione sono: i cittadini e gli utilizzatori finali, i media, gli operatori commerciali, i produttori biologici.

*Spesa prevista per le attività indicate: € 105.826,22 di cui € 100.166,22 a carico di Regione Lombardia e € 5.660,00 a carico di A.L.A. BIO La Buona Terra.*

*Soggetti attuatori e beneficiari:*

*A.L.A. BIO La Buona Terra per una spesa pari a € 14.150,00 (€ 5.660,00 a carico di A.L.A. BIO e € 8.490,00 a carico di Regione Lombardia) per la raccolta, elaborazione e pubblicazione sul portale [bio.buonalombardia.it](http://bio.buonalombardia.it) delle informazioni relative ai luoghi in cui il consumatore può acquistare i prodotti bio lombardi.*

*ERSAF per una spesa di € 91.676,22 per la realizzazione delle altre attività.*

#### 4. ESITI PROGRAMMA PROMOZIONALE 2010

Si indicano di seguito le principali iniziative svolte nel 2010, di cui nelle tabella allegata si riportano gli indicatori di risultato, raggruppati sulla base dei tre obiettivi specifici e dei target prevalenti di riferimento dei precedenti programmi di promozione.

- **Promozione integrata dei prodotti e del territorio.**

*Target: Consumatori ed operatori del settore*

La strategia di comunicazione è stata attuata tramite la realizzazione di pubblicazioni e gadget che promuovono il sistema agroalimentare lombardo ed un consumo consapevole, l'implementazione ed aggiornamento del sito [buonalombardia.it](http://buonalombardia.it), uno specifico programma di valorizzazione dei vini lombardi e dei loro territori - tramite la promozione del Sistema delle dodici Strade dei Vini e dei Sapori di Lombardia - e uno di promozione delle produzioni biologiche e specifici eventi.

Tra le **pubblicazioni** si segnalano l'aggiornamento della “Carta dei prodotti tipici e tradizionali” e dell'opuscolo “Strade dei Vini e dei Sapori” in italiano e inglese.

A queste pubblicazioni si aggiungono i materiali realizzati a supporto di vari eventi tra cui: Expolab – Creatività in tavola in occasione del Salone del Mobile – aprile 2010 - e la promozione presso la Grande distribuzione lombarda realizzata nell'ottobre 2009.

Il **sito BuonaLombardia.it**, realizzato in collaborazione con Unioncamere Lombardia, ha costituito una fonte informativa importante, con sezioni dedicate alle aziende, alla descrizione di prodotti tipici, agli itinerari enogastronomici e all'educazione alimentare. Si è proceduto ad incrementare il sito con un motore di ricerca per le Fattorie Didattiche e uno per le aziende del comparto biologico oltre ad aggiornare i contenuti stimolando così la navigazione da parte dell'utente.

Tra gli **eventi** si segnala la partecipazione al Fuorisalone del Mobile con l'evento “Expolab: creatività in tavola” presso il Teatro Parenti di Milano il 18 aprile 2010. Realizzato in collaborazione con lo IED – Istituto Europeo Design – di Milano, e la V° edizione del “Gran Tour della qualità alimentare” dedicata alla promozione e valorizzazione dei prodotti agroalimentari tipici e tradizionali che si è svolta a Milano dal 2 al 28 marzo 2010.

- **Promozione sul mercato nazionale ed estero a supporto delle imprese.**

*Target: operatori del settore*

Tra le iniziative di promozione all'estero, ha avuto una grande rilevanza l'articolato progetto di promozione in Nord America (Stati Uniti e Canada), che si concluderà a fine 2010, realizzato in compartecipazione con Unioncamere Lombardia e Buonitalia, a cui hanno aderito 107 aziende.

Nell'ambito dell'Accordo di Programma con il Ministero dello Sviluppo Economico, attuato tramite l'Istituto Nazionale del Commercio Estero – ICE – e di quello con il Sistema camerale lombardo si sono svolte altre attività quali un incoming di operatori esteri dei paesi BRIC, la partecipazione alla fiera del settore florovivaismo in Germania e si è proceduto all'organizzazione di una promozione presso Autogrill France, già realizzata con successo nel 2007.

Per quanto riguarda il mercato nazionale si ricorda la partecipazione alla Fiera del Bovino da latte di Cremona e a Vinitaly con un Padiglione unitario di circa 7.000 mq. ed una collettiva di 236 imprese.

- **Azioni informative a favore dei consumatori**

*Target: Consumatori*

La principale iniziativa è stata la promozione presso la Grande Distribuzione, realizzata per il quinto anno consecutivo nel periodo ottobre/novembre 2009. Presso 400 punti vendita delle principali catene della distribuzione si è svolta una capillare attività di promozione dei prodotti tipici lombardi con lo scopo di informare i cittadini sulle eccellenze dell'agroalimentare. L'iniziativa promozionale "Lombardia: il sapore del viaggio. Itinerari tra luoghi e prodotti tipici" si colloca nell'ambito dell'accordo "Programma di lavoro per la tutela del potere d'acquisto dei cittadini lombardi", sottoscritto tra Regione Lombardia e i rappresentanti della filiera agroalimentare.

A questa azione si è affiancata la partecipazione a numerose manifestazioni ed eventi rivolti prevalentemente ai consumatori, tra cui il Meeting di Rimini, la Mostra del Bitto di Morbegno, l'Artigiano in Fiera e la BIT di Milano.

I filoni di attività del Programma sono stati:

- Stampa di materiali a supporto di tutte le attività realizzate
- Pubblicità e redazionali
- Sviluppo del sito Buonalombardia.it
- Eventi ed iniziative promozionali connesse anche a grandi eventi di altri settori
- Fiere di carattere nazionale ed internazionale per il pubblico e per operatori
- Convegni, workshop, seminari ed educational tour, anche connessi a Fiere, quali ad esempio i convegni organizzati durante la Fiera Internazionale del Bovino da latte di Cremona, il workshop per buyers esteri a Vinitaly e quelli organizzati nell'ambito del programma "promozione Nord America"
- Promozioni presso la GDO in Italia e la ristorazione all'estero.

Il perseguimento degli obiettivi previsti nel Programma hanno portato la Regione Lombardia ad assumere anche un ruolo di **facilitatore** e di **coordinamento** degli interventi realizzati con il supporto operativo dell'ERSAF e in accordo con le altre Direzioni della Regione, con Unioncamere Lombardia, nonché con soggetti esterni all'Ente, di volta in volta coinvolti in particolari manifestazioni.

## **ESITI DEL PROGRAMMA PROMOZIONALE DEI PRODOTTI BIOLOGICI**

Il Programma delle iniziative di promozione dei prodotti biologici – 2° semestre 2010 - ha dato avvio ai due progetti Metti il bio nella tua mensa e Il biologico di Lombardia accessibile a tutti di cui sono state realizzate le attività sotto elencate.

## **Metti il bio nella tua mensa**

### **Studio preliminare di raccolta dati sulla diffusione del biologico nella ristorazione scolastica in Lombardia**

Sono stati definiti gli obiettivi ed i contenuti del questionario da diffondere a tutti i Comuni della Lombardia. Dopo una verifica della sua efficacia testata attraverso la somministrazione del questionario a qualche Comune campione, è stato inviato a tutte le amministrazioni comunali, attraverso ANCI, e alle scuole paritarie di primo grado della Lombardia. Si è realizzato un monitoraggio continuo della restituzione dei questionari, oltre che solleciti ed un follow up telefonico da parte dell'Università e Aiab. La fase di raccolta dei dati ha dato risultati eccellenti: a metà gennaio 2011 hanno risposto 540 comuni pari al 66% della popolazione. Un comitato tecnico-scientifico (Università e AIAB) si è costituito per analizzare i dati della ricerca ai fini della sua pubblicazione e consultazione sul sito "BioBuonaLombardia".

### **Avvio sperimentale di uno sportello Mense Bio e prime attività di diffusione**

E' stata impostata l'alberatura della sezione sportello Mense Bio all'interno del portale "Bio-Buonalombardia". Sono stati attuati incontri formativi tra Prober e AIAB Lombardia per analizzare l'attività di funzionamento dello sportello Mense Bio. Infine si è dato inizio alla presentazione del progetto "Metti il Bio nella tua mensa" da parte di AIAB nelle serate sul tema dell'alimentazione biologica, degli incontri con agricoltori e dei momenti formativi sulla ristorazione collettiva biologica (seminario Il Bio sotto casa, progetto europeo finanziato dal Ministero all'Agricoltura).

### **Il biologico di Lombardia accessibile a tutti**

Questo progetto ha avuto invece maggiori difficoltà di attuazione e pertanto alcune azioni previste hanno subito dei ritardi e delle rimodulazioni, che sono state concordate comunque durante gli incontri mensili con la Struttura Attrattività e Promozione delle Produzioni.

### **Implementazione del sito "BioBuonaLombardia" con informazioni per il cittadino**

E' stata avviata la ricognizione e la verifica dei dati relativi alla presenza dei prodotti bio nei mercati lombardi (mercatini bio, mercati contadini e mercati rionali). L'aggiornamento della banca dati delle aziende bio, dei prodotti e servizi offerti, sta proseguendo, al fine di pubblicare informazioni aggiornate e corrette sul portale "BioBuonaLombardia" e nella seconda edizione della guida "Il Biologico in Lombardia". E' stata effettuata la ristampa della prima edizione della guida.

### **Degustazioni e menù alla fiera Biolife**

La DG Agricoltura in collaborazione con ERSAF ha organizzato due eventi gastronomici correlati alla fiera specializzata BIOLIFE (Bolzano 19 - 21 novembre) che ha visto la partecipazione, attraverso le associazioni biologiche, di una collettiva di aziende lombarde. Presso l'Hotel Città di Bolzano nella cena del 5 novembre e presso Biolife in un'area dedicata agli eventi il 21 novembre, un'ampia scelta di eccellenza regionale lombarda di prodotti da piccoli produttori certificati bio, è stata presentata ad un pubblico particolarmente sensibile (professionale e privato), promuovendo l'immagine del biologico di Lombardia. Ai due eventi, che hanno raccolto un chiaro consenso, hanno partecipato oltre 80 buongustai del pubblico altoatesino, tra i quali cuochi, ristoratori, commercianti, stampa specializzata e personalità locali. Per gli eventi è stato progettato materiale promozionale ad hoc (una brochure ed un pannello autoportante), distribuito insieme alla guida "Il biologico di Lombardia" (brochure circa 200 copie e guida circa 500 copie). Inoltre, si è realizzata la partecipazione della DG Agricoltura, con le associazioni biologiche ed una collettiva di aziende alla fiera "Fà la cosa giusta" in accordo con quanto previsto dal PAN 2010/2011.

Non sono state realizzate sinora le seguenti iniziative:

**Promozione di reti di filiera corta.** L'azione si prefigge di ampliare e dare continuità al progetto che ha avuto inizio nella primavera 2010. Il coordinamento lombardo tra le associazioni biologiche lombarde formalizzerà il protocollo di azioni congiunte e la progettazione degli eventi. Sono state avviate la raccolta dati e l'analisi delle aree interessate l'azione che si svilupperà nella prima metà del 2011.

**Informazione al cittadino presso la GDO.** L'azione era programma in concomitanza con la più ampia azione regionale di promozione dei prodotti tipici di Lombardia che, da diversi anni, la Direzione Agricoltura sviluppa presso le catene della distribuzione organizzata (ottobre-novembre). I tempi di approvazione e di comunicazione del decreto ministeriale che ha approvato il programma regionale in base al PAN (Programma di azione nazionale per l'agricoltura biologica e i prodotti biologici) non hanno permesso la concomitanza dell'azione e quindi la sua realizzazione. Le risorse destinate a questa azione verranno utilizzate per potenziare l'iniziativa "La piazza del Bio" prevista per maggio 2011.

#### TABELLE INDICATORI DI ATTIVITA' IN RELAZIONE ALLE ATTIVITA' DI PROMOZIONE SVOLTE NEL 2010

SCHEDA PROGETTO N. 1 PROMOZIONE INTEGRATA DEI PRODOTTI E DEL TERRITORIO	INDICATORI ATTIVITA'
<b>MATERIALE INFORMATIVO E PROMOZIONALE</b>	
Aggiornamenti	n. 2
Ristampe	n.5 per un totale di 20.000 copie
Materiali per campagna GDO	n.203.000
<b>SITO Buonalombardia.it da verificare ulteriormente</b>	
Numero visitatori	n.45.725
Numero pagine visitate	n.80.648
<b>EVENTI</b> Gran Tour della qualità – Milano, marzo 2010 Fuori salone del Mobile - Expolab: Cascina Cuccagna, Milano, aprile 2010 Mostra "Mangiamo la biodiversità", Milano, giugno 2010 Eventi collaterali alla Conferenza nazionale sul Turismo, Lecco, ottobre 2010	n.4
<b>PROGRAMMA DI PROMOZIONE VINI DOC</b>	
Eventi organizzati	n.9
Materiale distribuito	n.5.500 pubblicazioni
Articoli su Rassegna Stampa	n.400 articoli
Aziende partecipanti	n.56: n.27 a Italian Wine week, New York n.11 a OCM Vino Paesi terzi, New York n.18 a OCM Vino Paesi terzi, Baltimora
Livello gradimento aziende *	Buono
<b>PROMOZIONE STRADE DEI VINI E DEI SAPORI</b>	
Fiere ed Eventi	n.26
Materiale distribuito/gadgets	n.170.000 -10.000 gadgets
Articoli su rassegna stampa	n.190
Aziende partecipanti	n.700
Livello gradimento aziende *	elevato
<b>PROMOZIONE PROGRAMMA AGRICOLTURA BIOLOGICA</b>	
Fiere ed eventi	n.12
Materiale distribuito	n.3.000
Articoli su rassegna stampa	n.20

Aziende partecipanti	n.100
Livello di gradimento aziende *	elevato

<b>SCHEDA PROGETTO N. 2</b>	<b>INDICATORI ATTIVITA'</b>
<b>PROMOZIONE SUL MERCATO NAZIONALE ED ESTERO A SUPPORTO DELLE IMPRESE LOMBARDE</b>	
<b>PROMOZIONE SUI MERCATI ESTERI</b>	
Fiere: - IPM – Essen - Biofach - Norimberga - Wine Week - New York - Italian Expo – Houston	n. 4
Workshop (Baltimora, New York, Houston )	n.3
Educational Tour (n. 4 a Milano nell'ambito del Progetto Nord America)	n.4
Promozione c/o Punti vendita e ristoranti (Chicago e Houston )	n.12
Aziende partecipanti	200
Livello di gradimento	Buono
<b>PARTECIPAZIONE A FIERE NAZIONALI</b>	
Fiere: - Identità Golose, Milano - Vinitaly, Verona - Fiera Internazionale del bovino da latte, Cremona - Fiera Autunnale di Codogno	n.4
Aziende partecipanti/Consorzi	n.236 a Vinitaly
Materiale distribuito	n.25.000
Visitatori	n.228.000
Livello di gradimento aziende *	Buono in generale e Ottimo per Vinitaly

<b>SCHEDA PROGETTO N. 3</b>	<b>INDICATORI ATTIVITA'</b>
<b>AZIONI INFORMATIVO-PROMOZIONALI A FAVORE DEI CONSUMATORI</b>	
<b>PROMOZIONE PRESSO LA GDO IN LOMBARDIA</b>	
Catene coinvolte	n. 7
Punti vendita coinvolti	n.273 di cui n. 186 con promoter
Strumenti di verifica	Questionari compilati dalle promoter.
Livello di gradimento	Sufficiente, ma migliorabile
<b>PARTECIPAZIONI A FIERE NAZIONALI</b>	
Fiere: - Bit, Milano - Squisito, San Patrignano (Rimini) - Xylexpo, Milano - Malpensa Cavalli - Meeting, Rimini - Mipam, Laveno - Agrivarese, Varese - Malpensa Cavalli, Busto Arsizio - Mostra Agricolo Zootecnica di Tradate - Mostra del Bitto, Morbegno - Golosaria, Milano - Artigiano in Fiera, Milano	n.12
Materiale distribuiti	n.35.000
Visitatori totali	n.4.000.000
Livello di gradimento partecipanti *	Buono

\* Livello di gradimento rilevato sulla base di q