

**Ordinanza**  
**concernente il sostegno alla promozione**  
**dello smercio di prodotti agricoli**  
**(Ordinanza sulla promozione dello smercio, OPSAgr)**

del 9 giugno 2006 (Stato 1° gennaio 2014)

---

*Il Consiglio federale svizzero,*

visti gli articoli 12 capoverso 4 e 177 capoverso 1 della legge federale del 29 aprile 1998<sup>1</sup> (LAgr) sull'agricoltura,

*ordina:*

**Sezione 1: Disposizioni generali**

**Art. 1** Progetti che danno diritto a un aiuto

<sup>1</sup> Gli aiuti finanziari per sostenere la promozione dello smercio dei prodotti agricoli svizzeri possono essere concessi per:

- a. progetti organizzati a livello nazionale con mercati bersaglio nel Paese o all'estero;
- b. progetti organizzati a livello sovraregionale con mercati bersaglio nel Paese e all'estero in zone vicine al confine;
- c.<sup>2</sup> iniziative legate all'esportazione nel settore dell'analisi di mercato o della prospezione di mercato.

<sup>2</sup> Gli aiuti finanziari sono concessi per la comunicazione delle prestazioni d'interesse generale fornite dall'agricoltura svizzera.<sup>3</sup>

<sup>2bis</sup> Beneficiano del sostegno in particolare:

- a. la concezione, la produzione e le spese per i media della pubblicità di base, dei provvedimenti di marketing diretto e nonché della comunicazione elettronica;
- b. i provvedimenti nel settore delle pubbliche relazioni;
- c. la partecipazione a fiere, esposizioni, eventi nonché le attività di sponsorizzazione;
- d. le attività di promozione delle vendite nel punto vendita;

RU 2006 2695

<sup>1</sup> RS 910.1

<sup>2</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

<sup>3</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

- e. i costi di layout e design per la creazione di imballaggi comuni se questi garantiscono la riconoscibilità dell'origine svizzera;
- f. i progetti di ricerca di mercato e il controlling del marketing.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Beneficiano del sostegno i progetti in comune di più persone giuridiche o fisiche nel settore marketing/comunicazione. I progetti di singoli non sono sostenuti.

## **Art. 2** Provvedimenti che non hanno diritto a un aiuto

Non beneficiano del sostegno:

- a.<sup>5</sup> i provvedimenti nei settori della formazione dei prezzi, della distribuzione o dello sviluppo dei prodotti;
- b. i provvedimenti nel settore della comunicazione politica;
- c.<sup>6</sup> le pubbliche relazioni o la pubblicità d'immagine a favore di organizzazioni o imprese nonché la comunicazione interna;
- d. la pubblicità di marche, specie e ditte nel Paese o altri provvedimenti che possono provocare una distorsione della concorrenza;
- e. i provvedimenti che possono essere finanziati anche autonomamente;
- f. i provvedimenti che si rivolgono prevalentemente a un pubblico agricolo nel Paese;
- g. i vari provvedimenti dello stesso genere di diverse organizzazioni che potrebbero essere realizzati anche in comune;
- h. i provvedimenti a favore di tabacco, alcolici e stupefacenti di cui all'articolo 1 della legge del 3 ottobre 1951<sup>7</sup> sugli stupefacenti.

## **Art. 3** Prodotti agricoli

<sup>1</sup> Sono considerati prodotti agricoli ai sensi della presente ordinanza:

- a. i prodotti derivanti dalla produzione vegetale e dalla detenzione di animali da reddito;
- b. i prodotti dell'orticoltura produttrice;
- c. i prodotti della pesca professionale e della piscicoltura;
- d. gli animali da allevamento e da reddito.

<sup>2</sup> In linea di massima i prodotti devono essere stati interamente ottenuti in Svizzera ai sensi della legislazione sulle derrate alimentari.

<sup>4</sup> Introdotta dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>5</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>6</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>7</sup> RS **812.121**

**Art. 4** Spese computabili

<sup>1</sup> Per spese computabili s'intendono le spese nell'ambito dell'articolo 1 capoverso 2<sup>bis</sup>, effettivamente sostenute e necessarie per la realizzazione degli scopi prefissati dai provvedimenti della promozione dello smercio.<sup>8</sup>

<sup>2</sup> Sono computabili le spese del personale, comprese le spese del posto di lavoro direttamente imputabili al progetto. L'Ufficio federale dell'agricoltura (UFAG<sup>9</sup>) può fissare importi massimi o limiti.

<sup>3</sup> Sono computabili solo le spese direttamente collegate alla realizzazione del progetto.

**Art. 5** Mezzi finanziari propri

<sup>1</sup> I progetti devono essere finanziati in misura sufficiente con mezzi finanziari propri.

<sup>2</sup> Non sono considerati mezzi finanziari propri segnatamente:

- a. le entrate di attività commerciali nell'ambito del progetto sostenuto;
- b. la sponsorizzazione di prestazioni di beni e servizi;
- c. le prestazioni di lavoro remunerate da terzi;
- d. gli aiuti finanziari e le indennità della Confederazione.

**Art. 6**<sup>10</sup>**Art. 7** Identità visiva comune

<sup>1</sup> I progetti sono sostenuti soltanto se i provvedimenti fanno chiaramente riferimento all'origine svizzera dei prodotti.<sup>11</sup>

<sup>2</sup> Il Dipartimento federale dell'economia, della formazione e della ricerca (DEFR)<sup>12</sup> determina i requisiti che i provvedimenti di comunicazione aventi diritto a un aiuto devono soddisfare in materia di identità visiva comune.

<sup>8</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>9</sup> Nuova espr. giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951). Di detta mod. è tenuto conto in tutto il presente testo.

<sup>10</sup> Abrogato dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, con effetto dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>11</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>12</sup> La designazione dell'unità amministrativa è stata adattata in applicazione dell'art. 16 cpv. 3 dell'O del 17 nov. 2004 sulle pubblicazioni ufficiali (RS **170.512.1**), con effetto dal 1° gen. 2013. Di detta mod. è tenuto conto in tutto il presente testo.

**Art. 8<sup>13</sup>** Importo e genere di aiuto finanziario

<sup>1</sup> L'aiuto finanziario può ammontare al 50 per cento al massimo delle spese computabili.

<sup>2</sup> L'aiuto finanziario per i sottoprogetti regionali facenti parte di progetti organizzati a livello nazionale o sovraregionale può ammontare al 25 per cento al massimo delle spese computabili. Può ammontare fino al 50 per cento delle spese computabili se:

- a. il coordinamento avviene a livello nazionale o sovraregionale;
- b. alla base del progetto vi è un messaggio comune nazionale o sovraregionale e la sua realizzazione avviene quale parte di un concetto nazionale o sovraregionale;
- c. è coinvolta in maniera determinante la maggioranza delle regioni attive nei progetti.

<sup>3</sup> L'UFAG può derogare all'aliquota massima di cui al capoverso 1 per provvedimenti finalizzati alla creazione dell'immagine in occasione di grandi eventi internazionali d'importanza nazionale.

<sup>4</sup> L'UFAG si pronuncia con decisione in merito alla concessione di degli aiuti finanziari.

**Art. 9** Requisiti relativi ai provvedimenti che hanno diritto a un aiuto

<sup>1</sup> I progetti devono soddisfare i seguenti requisiti:

- a. i provvedimenti devono produrre risultati positivi nello smercio di prodotti agricoli o sul prezzo alla produzione;
- b. i mezzi impiegati devono essere proporzionati al valore aggiunto prodotto e agli obiettivi dei risultati da raggiungere;
- c.<sup>14</sup> ...
- d. i mezzi finanziari propri necessari devono essere disponibili;
- e. i provvedimenti non possono basarsi su una pubblicità comparativa che si riferisce ad altri prodotti agricoli svizzeri;
- f.<sup>15</sup> i provvedimenti devono rifarsi agli obiettivi della strategia della qualità per l'agricoltura e la filiera alimentare svizzere di cui all'articolo 2 capoverso 3 LAgr.

<sup>2</sup> I richiedenti devono disporre di una strategia a medio o a lungo termine. Questa va aggiornata almeno ogni cinque anni.<sup>16</sup>

<sup>13</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>14</sup> Abrogata dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, con effetto dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>15</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>16</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>3</sup> I richiedenti devono fissare obiettivi qualitativi e quantitativi per ogni anno di realizzazione e disporre di un concetto adeguato per il controlling del marketing.<sup>17</sup>

<sup>4</sup> Per il controllo della contabilità i richiedenti devono incaricare un ufficio di revisione indipendente.<sup>18</sup>

## Sezione 2: Progetti organizzati a livello nazionale<sup>19</sup>

### Art. 9a<sup>20</sup> Principio

<sup>1</sup> Possono essere sostenuti progetti organizzati a livello nazionale concernenti prodotti o gruppi di prodotti di cui all'allegato nonché i seguenti ambiti tematici:

- a. prodotti di montagna e dell'alpe secondo l'articolo 14 LAgr;
- b. prodotti biologici secondo l'articolo 15 LAgr;
- c. prodotti a denominazione di origine protetta (DOP) o a indicazione geografica protetta (IGP) secondo l'articolo 16 LAgr;
- d. prodotti provenienti dalla produzione integrata;
- e. prestazioni di servizio agricole nel settore agriturismo.

<sup>2</sup> Per prodotto o gruppo di prodotti nonché per ambito tematico ai sensi del capoverso 1 viene sostenuto soltanto un progetto organizzato a livello nazionale.

### Art. 10 Condizioni e oneri particolari per provvedimenti con mercati bersaglio nel Paese

<sup>1</sup> I provvedimenti con mercato bersaglio nel Paese non possono fare concorrenza in primo luogo ai prodotti indigeni.<sup>21</sup>

<sup>2</sup> I provvedimenti destinati a promuovere lo smercio di vini nel Paese sono sostenuti soltanto se:

- a. non includono scene in cui sono consumate bevande alcoliche;
- b. non sono destinati ai giovani;
- c. fanno riferimento a uno degli slogan del programma di prevenzione «Che ci cavi?» della Confederazione.

<sup>3</sup> Le prestazioni di servizio nel settore dell'agriturismo che hanno un legame con l'agricoltura sono sostenute soltanto nell'ambito di un progetto unico coordinato a livello nazionale.

<sup>17</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

<sup>18</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

<sup>19</sup> Originaria avanti art. 6.

<sup>20</sup> Introdotto dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

<sup>21</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

### Sezione 3: Progetti organizzati a livello sovraregionale

#### Art. 11

<sup>1</sup> I progetti organizzati a livello sovraregionale possono essere sostenuti nei settori del marketing/comunicazione realizzati in comune, del coordinamento nonché nella fornitura di prestazione di servizi a progetti organizzati a livello regionale.

<sup>2</sup> e <sup>3</sup> ...<sup>22</sup>

<sup>4</sup> I mezzi finanziari propri, senza i contributi dei Cantoni, devono ammontare almeno al 25 per cento delle spese computabili.

<sup>5</sup> ...<sup>23</sup>

### Sezione 4:<sup>24</sup> Iniziative legate all'esportazione

#### Art. 12 Requisiti generali

<sup>1</sup> Per le iniziative di analisi di mercato sono sostenuti provvedimenti per la valutazione delle prospettive strategiche di successo in nuovi mercati, in particolare l'acquisizione di dati concernenti le aspettative dei consumatori, le condizioni quadro di mercato, le dimensioni del mercato, le strutture di distribuzione e la concorrenza.

<sup>2</sup> Per le iniziative di prospezione del mercato in nuovi mercati sono sostenute l'attuazione di strategie di marchi mantello da parte delle categorie nonché le strategie di singole imprese. Queste ultime sono sostenute soltanto se subordinate agli obiettivi strategici e specifici del mercato della categoria interessata secondo l'articolo 12a.

<sup>3</sup> Le domande di aiuto finanziario vanno inoltrate dalle organizzazioni responsabili dei provvedimenti di cui all'articolo 9a e rappresentative della rispettiva categoria.

<sup>4</sup> L'aiuto finanziario è concesso per cinque anni al massimo per progetto.

#### Art. 12a Requisiti specifici relativi alle iniziative sostenute di prospezione del mercato in nuovi mercati

<sup>1</sup> Per valutare l'attrattiva dei mercati d'esportazione in relazione all'investimento per il marketing, i richiedenti devono effettuare un'analisi del portafoglio dei Paesi in questione.

<sup>2</sup> Le basi dell'analisi del portafoglio sono costituite dalla:

- a. valutazione dell'attrattiva dei mercati bersaglio per i provvedimenti della promozione dello smercio;
- b. valutazione della competitività dei singoli prodotti agricoli.

<sup>22</sup> Abrogati dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, con effetto dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>23</sup> Abrogato dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, con effetto dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>24</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>3</sup> I richiedenti elaborano una strategia per Paese specifica per ogni mercato bersaglio contenente i rispettivi obiettivi.

**Art. 12b**      Accertamenti preliminari

Per gli accertamenti preliminari l'UFAG può concedere un aiuto finanziario unico del 50 per cento al massimo delle spese computabili e di 20 000 franchi al massimo per progetto.

**Art. 12c**      Riduzione degli ostacoli tecnici al commercio

Per provvedimenti di riduzione degli ostacoli tecnici al commercio necessari per raggiungere gli obiettivi strategici e specifici del mercato della categoria interessata di cui all'articolo 12a l'UFAG può concedere un aiuto finanziario unico del 50 per cento al massimo delle spese computabili.

## **Sezione 5: Principi dell'attribuzione dei fondi**

**Art. 13<sup>25</sup>**      Attribuzione dei fondi

<sup>1</sup> Dei fondi disponibili per i progetti secondo l'articolo 1 capoverso 1 lettere a e b viene impiegato:

- a. il 15 per cento per provvedimenti ai sensi dell'articolo 9a lettere a–e nonché per progetti organizzati a livello sovregionale ai sensi dell'articolo 1 capoverso 1 lettera b;
- b. il 5 per cento per i provvedimenti d'informazione sulle prestazioni d'interesse generale fornite dall'agricoltura svizzera.

<sup>2</sup> Se le domande inoltrate per provvedimenti ai sensi del capoverso 1 superano i fondi disponibili, l'UFAG dà la priorità in particolare a quei provvedimenti che sul mercato generano un elevato valore aggiunto per l'agricoltura.

<sup>3</sup> I fondi disponibili per i prodotti e gruppi di prodotti di cui all'allegato sono attribuiti dall'UFAG a detti prodotti e gruppi di prodotti sulla base della rispettiva attrattiva d'investimento.

<sup>4</sup> Se le varie categorie eseguono provvedimenti comuni a livello sovsettoriale, questi vengono finanziati con i fondi approntati per i singoli prodotti o gruppi di prodotti secondo l'allegato.

<sup>5</sup> L'UFAG può attribuire i fondi non esauriti in deroga ai capoversi 1 e 3.

<sup>25</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

**Art. 13a<sup>26</sup>**      Analisi del portafoglio

<sup>1</sup> Per valutare l'attrattiva d'investimento dei singoli prodotti e gruppi di prodotti, l'UFAG effettua un'analisi del portafoglio almeno ogni quattro anni.

<sup>2</sup> Le basi dell'analisi del portafoglio sono costituite dalla:

- a. valutazione dell'attrattiva dei mercati bersaglio per i provvedimenti della promozione dello smercio;
- b. valutazione della competitività dei singoli prodotti agricoli.

**Sezione 6: Procedura****Art. 14<sup>27</sup>**      Domande per progetti organizzati a livello nazionale e sovraregionale

Le domande per i progetti organizzati a livello nazionale e sovraregionale vanno inoltrate entro il 31 maggio dell'anno precedente. Devono contenere le indicazioni e i documenti seguenti:

- a. una descrizione del progetto;
- b. un piano d'affari;
- c. un preventivo;
- d. un piano di finanziamento;
- e. un concetto per il controlling del marketing.

**Art. 15<sup>28</sup>**      Domande per iniziative legate all'esportazione

<sup>1</sup> Le domande per iniziative legate all'esportazione vanno inoltrate entro il 30 settembre dell'anno precedente.

<sup>2</sup> Le domande per iniziative di analisi di mercato devono contenere le indicazioni e i documenti seguenti:

- a. prime considerazioni strategiche in relazione alla creazione di nuovi sbocchi;
- b. una descrizione del progetto;
- c. un preventivo;
- d. un piano di finanziamento.

<sup>3</sup> Le domande per iniziative di prospezione del mercato devono contenere le indicazioni e i documenti seguenti:

- a. un'analisi del portafoglio dei Paesi in questione;

<sup>26</sup> Introdotta dal n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>27</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

<sup>28</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).



- b. una descrizione del progetto;
- c. un piano d'affari con un orizzonte di pianificazione di cinque anni;
- d. un calcolo del punto di pareggio;
- e. un preventivo;
- f. un piano di finanziamento;
- g. un concetto per il controlling del marketing.

<sup>4</sup> Le domande per accertamenti preliminari devono contenere una descrizione del progetto, un preventivo e un piano di finanziamento.

**Art. 16** Decisione in merito agli aiuti finanziari e determinazione dell'importo definitivo

<sup>1</sup> In base alla valutazione della domanda, l'UFAG statuisce in merito alla concessione di aiuti finanziari con decisione. La decisione per i progetti organizzati a livello nazionale è presa ogni anno entro il 30 novembre.

<sup>2</sup> L'UFAG determina le modalità di versamento di caso in caso.

<sup>3</sup> La determinazione dell'importo definitivo è effettuata dopo la verifica del conteggio definitivo presentato dai richiedenti.

**Art. 17<sup>29</sup>** Controlling del marketing e resoconto

I beneficiari di aiuti finanziari sono tenuti a effettuare un controlling del marketing. I risultati dei provvedimenti vanno presentati all'UFAG nell'ambito di un resoconto annuale al più tardi prima dell'ultimo versamento.

## Sezione 7: Disposizioni finali

**Art. 18** Esecuzione

L'UFAG esegue la presente ordinanza.

**Art. 19** Diritto previgente: abrogazione

L'ordinanza del 7 dicembre 1998<sup>30</sup> concernente il sostegno della promozione dello smercio di prodotti agricoli è abrogata.

<sup>29</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU 2013 3951).

<sup>30</sup> [RU 1998 3205, 2000 187 art. 22 cpv. 1 n. 23, 2002 4311, 2003 5415]

**Art. 20**<sup>31</sup> Disposizioni transitorie

<sup>1</sup> Per le domande per progetti organizzati a livello nazionale e sovregionale con anno di realizzazione 2014 si applica il diritto anteriore.

<sup>2</sup> Le domande per iniziative legate all'esportazione con le quali viene chiesto un aiuto finanziario a decorrere dal 2014 vanno inoltrate all'UFAG entro il 31 marzo 2014.

<sup>3</sup> Le domande per progetti organizzati a livello sovregionale che vengono realizzati nel 2015 vanno inoltrate all'UFAG entro il 30 settembre 2014.

**Art. 21** Entrata in vigore

La presente ordinanza entra in vigore il 1° gennaio 2007.

<sup>31</sup> Nuovo testo giusta il n. I dell'O del 23 ott. 2013, in vigore dal 1° gen. 2014 (RU **2013** 3951).

*Allegato*  
(art. 6 e 13)

### **Prodotti e gruppi di prodotti ai sensi della presente ordinanza**

- a. Latte e latticini;
- b. Formaggio (nel Paese, all'estero);
- c. Carne;
- d. Patate;
- e. Cereali;
- f. Semi oleosi;
- g. Verdure;
- h. Frutta;
- i. Succhi di frutta;
- j. Prodotti dell'orticoltura produttrice (fiori recisi, piante in vaso e ornamentali);
- k. Vino;
- l. Uova;
- m. Animali da allevamento e da reddito;
- n. Pesci;
- o. Miele;
- p. Funghi.

