

Ordinanza concernente il sostegno della promozione dello smercio di prodotti agricoli

(Ordinanza sulla promozione dello smercio, OPSAgr)

Modifica del 23 ottobre 2013

*Il Consiglio federale svizzero
ordina:*

I

L'ordinanza del 9 giugno 2006¹ sulla promozione dello smercio è modificata come segue:

Sostituzione di un'espressione

In tutta l'ordinanza «Ufficio federale» è sostituito con «UFAG».

Art. 1 cpv. 1 lett. c 2 e 2^{bis}

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

- c. iniziative legate all'esportazione nel settore dell'analisi di mercato o della prospezione di mercato.

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

^{2bis} 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;
- 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.

¹ **RS 916.010**

Art. 2 lett. a e c

Non beneficiano del sostegno:

- a. i provvedimenti nei settori della formazione dei prezzi, della distribuzione o dello sviluppo dei prodotti;
- c. le pubbliche relazioni o la pubblicità d'immagine a favore di organizzazioni o imprese nonché la comunicazione interna;

Art. 4 cpv. 1

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

Titolo prima dell'art. 6

Abrogato

Art. 6

Abrogato

Art. 7 cpv. 1

¹ I progetti sono sostenuti soltanto se i provvedimenti fanno chiaramente riferimento all'origine svizzera dei prodotti.

Art. 8 Importo e genere di aiuto finanziario

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

² L'aiuto finanziario per i sottoprogetti regionali facenti parte di progetti organizzati a livello nazionale o sovregionale 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 sovregionale;
- b. alla base del progetto vi è un messaggio comune nazionale o sovregionale e la sua realizzazione avviene quale parte di un concetto nazionale o sovregionale;
- c. è coinvolta in maniera determinante la maggioranza delle regioni attive nei progetti.

³ 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.

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

Art. 9 cpv. 1 lett. c e f nonché 2–4

¹ I progetti devono soddisfare i seguenti requisiti:

c. *Abrogata*

f. 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.

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

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

⁴ Per il controllo della contabilità i richiedenti devono incaricare un ufficio di revisione indipendente.

Titolo prima dell'art. 9a

Sezione 2: Progetti organizzati a livello nazionale

Art. 9a Principio

¹ 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 agrituristico.

² 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 cpv. 1

¹ I provvedimenti con mercato bersaglio nel Paese non possono fare concorrenza in primo luogo ai prodotti indigeni.

Art. 11 cpv. 2, 3 e 5

Abrogati

*Titolo prima dell'art. 12***Sezione 4: Iniziative legate all'esportazione***Art. 12* Requisiti generali

¹ 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.

² 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.

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

⁴ L'aiuto finanziario è concesso per cinque anni al massimo per progetto.

*Inserire art. 12a–12c prima del titolo della sezione 5**Art. 12a* Requisiti specifici relativi alle iniziative sostenute di prospezione del mercato in nuovi mercati

¹ 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.

² 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.

³ 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.

Art. 13 *Attribuzione dei fondi*

¹ 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 sovraregionale 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.

² 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.

³ 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.

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

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

Inserire prima del titolo della sezione 6

Art. 13a *Analisi del portafoglio*

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

² 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.

Art. 14 *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 Domande per iniziative legate all'esportazione

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

² 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.

³ 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;
- 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.

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

Art. 17 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.

Art. 20 Disposizioni transitorie

¹ Per le domande per progetti organizzati a livello nazionale e sovranazionale con anno di realizzazione 2014 si applica il diritto anteriore.

² 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.

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

II

La presente ordinanza entra in vigore il 1° gennaio 2014.

23 ottobre 2013

In nome del Consiglio federale svizzero:

Il presidente della Confederazione, Ueli Maurer

La cancelliera della Confederazione, Corina Casanova

