

Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA



Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

RELAZIONE DESCRITTIVA – PROGETTO DI DISTRETTO DEL CIBO

DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

“Un distretto e un marchio d’area per valorizzare un territorio e i suoi prodotti”

1. TIPOLOGIA DI DISTRETTO DEL CIBO.

Sistema produttivo locale caratterizzato da una elevata concentrazione di piccole e medie imprese agricole e agroalimentari, di cui all'articolo 36, comma 1, della legge 5 ottobre 1991, n. 317.

2. ENTI ED IMPRESE ADERENTI AL DISTRETTO

SOGGETTO PROPONENTE: GAL Alta Marca soc. consortile a resp. limitata

Il GAL si propone in quanto:

- è riconosciuto fra i soggetti proponenti il Distretto dalla DGR 1863/2019;
- ha nella propria compagine sociale le associazioni di categoria del settore primario, i principali consorzi di prodotti agricoli a riconoscimento comunitario del territorio e alcune cooperative agricole di storica e rilevante importanza;
- opera e ha esperienza nella progettazione integrata territoriale e nello sviluppo rurale e locale.
- Il GAL è costituito per aderire all’iniziativa Leader, *nonché per la partecipazione ad altri progetti finanziati con fondi comunitari, nazionali e regionali. La Società senza fini di lucro ha lo scopo di promuovere l'avvio di nuove iniziative economiche e di favorire la valorizzazione delle risorse umane, materiali e immateriali del territorio, stimolando la collaborazione tra gli enti locali, l'imprenditoria privata e gli altri attori di sviluppo pubblico e privati. La Società potrà raggiungere tale scopo, sia in stretta correlazione con le esigenze e le necessità dei propri soci che con quelle dei terzi in genere. La società svolgerà la propria attività in coerenza con gli obiettivi dei Piani di Sviluppo Regionali, Provinciali, Locali e ove esistenti delle Intese Programmatiche d'Area (IPA) di cui alla L.R. 35/2001. (art. 1 e 4 dello Statuto)*

COMITATO PROMOTORE

GAL Altamarca

Camera di Commercio di Treviso e Belluno

(al momento deliberata l'adesione al Comitato Promotore)

Confederazione Italiana Agricoltori di Treviso

Coldiretti di Treviso

Confagricoltura di Treviso

Confcooperative di Treviso e Belluno

ALTRI ENTI CHE HANNO GIÀ COMUNICATO L'ADESIONE

Cantina sociale Colli del Soligo soc. coop.

Consorzio Casatella trevigiana Dop

Comuni di Follina e Pieve di Soligo

Latteria di Soligo soc. coop.

UNPLI Treviso



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod. fisc. e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

ALTRI ENTI A CUI E' PROPOSTA L'ADESIONE

CONSORZI DI PRODOTTI AGRICOLI A RICONOSCIMENTO COMUNITARIO

Vino

Consorzio Tutela Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore

Consorzio Vini Asolo Montello

Consorzio Tutela vini Colli di Conegliano Docg

Consorzio Vini Venezia

Ortaggi

Consorzio Asparago Bianco di Cimadolmo IGP

Consorzio Tutela dell'Asparago Bianco e Verde I.G.P di Badoere

Consorzio Tutela Radicchio Rosso di Treviso IGP e Radicchio Variegato di Castelfranco IGP

Marroni

Associazione Marroni di Combai e strada dei sapori

Associazione Produttori Marroni Monfenera

IMPRESE

Imprese agricole singole e associate iscritte al Registro Imprese CCIAA. Imprese di trasformazione, commercializzazione e distribuzione dei prodotti agricoli e agroalimentari.

TARGET DI IMPRESE DA ASSOCIARE NEL DISTRETTO

Criterio: coerenza dei programmi aziendali con gli obiettivi e le attività del Distretto di cui ai successivi paragrafi 6, 7 e 8. In sintesi: Interesse alla promozione congiunta dei prodotti del paniere, allo sviluppo e consolidamento della vendita diretta, della accoglienza in azienda, della cura del paesaggio, alla sostenibilità, biodiversità e responsabilità sociale di impresa.

3

IMPRESE DELL'INDOTTO CORRELATE ALLE FINALITA' ED AL PIANO DI ATTIVITA' (QUALI IMPRESE DELLA RISTORAZIONE, ALBERGHIERE, DI SERVIZI TURISTICI, E DI PRODUZIONE E/O VENDITA DEI PRODOTTI TIPICI E SPECIALITA' DELLA MARCA TREVIGIANA).

Requisiti/impegni richiesti per aderire al Distretto:

1. Produzione e commercializzazione di almeno uno dei prodotti inseriti nel paniere del Distretto.
2. Imprese con programmi aziendali che prevedono lo sviluppo e/o il consolidamento della vendita diretta e dell'accoglienza in azienda.
3. Impegno ad utilizzare prodotti italiani.
4. Impegno a sottoscrivere un codice etico con impegni di responsabilità sociale, ambientale e di salvaguardia del territorio e del paesaggio rurale attraverso le attività agricole e agroalimentari
5. Approvazione della Bozza di Statuto del costituendo Distretto

ALTRI ENTI CHE POSSONO ADERIRE AL DISTRETTO

ENTI LOCALI: L'ENTE PROVINCIA DI TREVISO E TUTTI I SUOI COMUNI

ENTI DI RICERCA E UNIVERSITÀ :

- CIRVE – Centro Interdipartimentale per la ricerca in viticoltura ed enologia Università di Padova
- Istituto Statale di Istruzione secondaria superiore G.B. Cerletti

ALTRO ENTI E ASSOCIAZIONI

Associazione Strada del prosecco e vini dei colli Conegliano Valdobbiadene



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Associazione Strada del vino del Montello e dei Colli Asolani
Associazioni agrituristiche
Azienda Speciale "Fiere di Santa Lucia di Piave"
Treviso Mercati spa - Nordest Mercati spa
O.P.O. Veneto sca
Banca della Marca
Banca Prealpi SanBiagio
Centro Marca Banca
Credito Trevigiano
B.C.C. Pordenonese e Monsile
Altri enti, fondazioni e consorzi pubblici e privati che condividono le finalità del progetto

CANTINE SOCIALI

Cantina di Conegliano Vittorio Veneto sac
Cantina Montelliana soc. coop.
Val d'oca soc. coop.
VI.V.O. Cantine Viticoltori Veneto orientale

3. SEDE LEGALE E SEDE OPERATIVA DEL DISTRETTO DEL CIBO.

Villa Brandolini, via Roma 4 31053 Pieve di Soligo (TV). Potranno essere create sedi operative nella Provincia di Treviso.

4. SOGGETTO GIURIDICO

Associazione con personalità giuridica (*Per essere riconosciuti come Distretto e iscritti all'Albo Ministeriale si dovrà costituire il Distretto entro 40 giorni dall'esito positivo della Istruttoria regionale*)

Quindi:

- **Fase 1: giugno-luglio: raccolta adesioni**
- **Fase 2: previsione ottobre: costituzione distretto**

Si ricorda che in questa fase si raccoglie l'impegno a partecipare al distretto ed essere inserito nell'elenco degli aderenti, la costituzione avverrà dopo il riconoscimento della Regione Veneto (settembre-ottobre).

PROPOSTA QUOTE DI ADESIONE:

- Per costituirsi nella forma di Associazione con personalità giuridica riconosciuta è necessario un fondo di dotazione di almeno 20.000 €. Si ipotizza poi una organizzazione snella con costi fissi minimi nell'ordine di 10.000 all'anno;
- **Ipotesi quote una tantum per partecipazione al fondo di dotazione del Distretto**
 - Soci promotori, consorzi di prodotto e imprese con valore della produzione ultimo bilancio > 10 milioni quota di € 1.500
 - consorzi di prodotto, imprese con valore della produzione ultimo bilancio < 10 milioni e altri enti (Strade del vino, Associazioni, pro loco, ecc) quota di € 150
 - Comuni: con popolazione < 5.000 abit. € 500=; con popolazione da 501 a 15.000 € 1.000=; con popolazione > 15.000 abit. € 1.500



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 - 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

5. PRODOTTI CHE COMPONGONO IL PANIERE DEL DISTRETTO DEL CIBO

PRODOTTI AGRICOLI A RICONOSCIMENTO COMUNITARIO ¹

VINO

- Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg Docg Rive Docg Cartizze Docg sui lieviti (prosecco col fondo)
- Docg Asolo Prosecco Montello Rosso Docg Montello Colli asolani Doc
- Colli di Conegliano bianco Docg Colli di Conegliano rosso Docg Refrontolo passito Docg Torchiato di Fregona Docg
- Verdiso IGT
- Malanotte del Piave Docg

FORMAGGI

Casatella Trevigiana Dop Mozzarella STG Montasio Dop

ORTAGGI

Asparago Bianco di Cimadolmo IGP

Asparago Bianco e Verde I.G.P di Badoere

Radicchio Rosso di Treviso IGP e Radicchio Variegato di Castelfranco IGP

MARRONI

Marrone di Combai IGP

Marrone Monfenera IGP

5

ALTRI PRODOTTI DEL PANIERE

PRODOTTI AGROALIMENTARI TRADIZIONALI ²

Per “prodotto agroalimentare tradizionale” si intende un prodotto destinato all'alimentazione umana, le cui metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura sono praticate in maniera omogenea e secondo regole tradizionali e protratte nel tempo (periodo non inferiore a 25 anni).

La Regione del Veneto ha individuato 374 prodotti tradizionali, rappresentativi di tutte le provincie venete e appartenenti alle principali tipologie di prodotto (bevande analcoliche, distillati e liquori, carni e frattaglie, grassi, formaggi, prodotti vegetali, prodotti da forno, pesci e molluschi, prodotti di origine animale).

Di seguito sono riportati i prodotti della Marca Trevigiana che risultano iscritti nell'elenco dei prodotti tradizionali del Veneto inserito nell'Elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali, approvato con Decreto ministeriale del 07 febbraio 2019 (G.U. serie generale n. 60 del 12 marzo 2019, supplemento ordinario n. 09) che si intende inserire nel paniere del costituendo Distretto del cibo.

Bevande analcoliche, distillati e liquori

¹ Vedi allegato 1.

² Vedi allegato 1.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Caffè – Caffè espresso secondo Tradizione Veneta, Liquore del Cansiglio

Carni e frattaglie fresche e loro preparazione

Anatra germanata veneta, Anatra mignon, Coniglio Veneto, Figalet, Luganega trevigiana, Muset trevigiano, Oca del Mondragon, Osocol di Treviso, Pollo rustichello della pedemontana, Porchetta trevigiana, Salado della pedemontana trevigiana, Salado fresco trevigiano, Sopressa trevigiana, Spiedo – speo – spiedo d'Alta Marca, Tacchino comune bronzato, Vitellone padano

Formaggi

Formaggio bastardo del Grappa, Formaggio inbriago, Formaggio moesin di Fregona, Formaggio Morlacco

Prodotti vegetali allo stato naturale o trasformati

Ciliegia dei Colli Asolani, Fagiolo borlotto nano di Levada, Farina di mais biancoverla, Fasol del Lago, Funghi coltivati del Montello, Antiche pesche di Mogliano Veneto, Asparago bianco del Sile, Kiwi di Treviso, Mela di Monfumo, Patata americana di Zero Branco, Patata del Montello, Patata del Quartier del Piave, Peperone di Zero Branco, Pesche di Povegliano, Pisello del Borso del Grappa, Radicchio bianco fior di Maserà, Radicio verdon da cortel

Paste fresche e prodotti della panetteria, biscotteria, pasticceria e confetteria

Bibanesi, Bigoi, Pan co la suca, Pan co l'ua, Subioti all'ortica, Tajadele al tardivo, Torta fregolotta, Torta pinza – putana, Torta zonclada, Zaletti

Preparazioni di pesci, molluschi, crostacei e tecniche particolari di allevamento

Anguilla del Livenza, Gambero di fiume della Venezia Orientale, Trota iridea del Sile

Prodotti di origine animale

Miele del Grappa, Miele del Montello

PICCOLE PRODUZIONI LOCALI (PPL) ³

Accanto alle certificazioni DOC, DOCG, DOP, IGP, PAT e Presidi Slow Food si sta sviluppando una rete di **Piccoli Produttori Locali** favoriti da una legge regionale che mira a regolamentare e favorire le produzioni rurali dal punto di vista commerciale. Si tratta di una normativa snella che consente un controllo igienico sui prodotti agroalimentari per uso privato, rendendoli disponibili anche per la vendita diretta. Questa normativa, promossa dalla Regione Veneto che si è posta come pioniere nel panorama nazionale, consente anche ai piccoli agricoltori di poter vendere le eccedenze dei loro prodotti agricoli trasformati, senza ricorrere a iter burocratici complessi.

La disciplina delle PPL riguarda la produzione, la lavorazione e la vendita di carni fresche e trasformate ottenute dall'allevamento degli animali nella propria azienda. Le carni trasformate devono essere ottenute prevalentemente da carni suine. Nel progetto rientrano inoltre le confetture, marmellate, farine, conserve vegetali, funghi e vegetali essiccati, derivanti dalla produzione del fondo agricolo del produttore primario. Questa concessione non vuole in alcun modo essere concorrenziale con le aziende artigianali e industriali di prodotti agroalimentari di qualità molto presenti sul territorio, ma unicamente valorizzare i prodotti del territorio attraverso la vendita diretta dei piccoli agricoltori presso la propria azienda e con la partecipazione a mercati agricoli e fiere.

³ Vedi allegato 1.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Dal punto di vista del marketing territoriale si potrà sviluppare una sorta di mercato delle tipicità agroalimentari a diffusione capillare, e questo potrebbe diventare un'opportunità in più per gli agricoltori e un fattore di attrattiva anche turistica, per gli amanti delle tipicità locali e per i "food-trotter" nazionali e stranieri, innescando un processo distintivo della ricchezza gastronomica del territorio. Il progetto PPL (Piccole Produzioni Locali) viene definito dalla legge DGRV 2016/2007, che pone le regole per trasformare e vendere piccoli quantitativi di prodotti primari di aziende agricole in conformità ai regolamenti (UE) nn. 852, 853, 854 e 882/2004, denominato "pacchetto igiene". Tale progetto è stato poi aggiornato con successive delibere di giunta.

Inoltre si intendono per PPL gli alimenti di origine vegetale e non, che vengono "preparati" e/o "trasformati" nell'azienda di produzione primaria. La produzione di questi alimenti deve avere le seguenti caratteristiche:

- Localizzazione: può essere realizzata solamente presso l'azienda di produzione primaria e venduta esclusivamente nella provincia e province contermini (anche se in mostre, fiere, manifestazioni locali ecc.);
- Unicità: non può essere realizzata in forma associata, ma solo da un produttore primario che non svolge o partecipa in alcun modo a identiche attività "riconosciute" ai sensi della vigente normativa comunitaria;
- Limitatezza: può derivare dall'utilizzo di una limitata parte della produzione primaria;
- Vendita diretta: il produttore può vendere solo direttamente al consumatore finale, così come definito dalla vigente normativa comunitaria, le proprie PPL e le proprie produzioni primarie.

ALTRI PRODOTTI TIPICI NON ISCRITTI NELL'ELENCO DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI TRADIZIONALI DEL VENETO

Il Distretto del Cibo intende valorizzare anche i prodotti di seguito indicati e valutare la possibilità della loro iscrizione nell'elenco dei prodotti agroalimentari tradizionali. Partecipano al paniere del costituendo Distretto anche i seguenti prodotti:

Altri:

Biso de borso

Formaggio Soligo

Grappa trevigiana - graspa

Olio extravergine d'oliva veneto del Grappa

Tiramisù

6. FINALITÀ, OBIETTIVI DEL DISTRETTO

Finalità generali (barrare una o più caselle)

- promuovere lo sviluppo territoriale,
- favorire l'integrazione di attività caratterizzate da prossimità territoriale,
- garantire la sicurezza alimentare,
- diminuire l'impatto ambientale delle produzioni,
- salvaguardare il territorio e il paesaggio rurale attraverso le attività agricole e agroalimentari

Il progetto è coerente con la comunicazione pubblicata il 20 maggio 2020 dalla Commissione europea dal titolo "Una strategia: Dal produttore al consumatore per un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente", nota anche con la dizione inglese "A farm to Fork Strategy".

Nel cuore del Veneto **la Marca Trevigiana è stata ed è una terra ricca di prodotti eccellenti unici per varietà e qualità.**



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 - 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Una lunga e sapiente tradizione locale, una cultura centenaria, un territorio da secoli dedito all'agricoltura e alla viticoltura di qualità e la paziente e tenace opera dei suoi abitanti sono gli ingredienti dei prodotti della Marca Trevigiana oggi tutelati dai marchi europei di origine e di qualità. **Un ricco e abbondante paniere** di eccellenze agricole e agroalimentari di qualità e tipiche che deliziano i palati di tutto il mondo, che ha per punta di diamante il prosecco superiore di Conegliano e Valdobbiadene diventato un vero e proprio simbolo e icona dell'*Italian life style*, esportato in più di 80 Paesi nel mondo, con una eccezionale capacità di traino per promuovere il territorio e gli altri prodotti di qualità e la cui area di produzione ha ottenuto nel 2019 l'iscrizione nella lista del patrimonio Unesco.

La **Marca Trevigiana "gioiosa et amorosa"** a tavola è stata ed è generosa e raffinata. Il Distretto del cibo della Marca trevigiana nasce con l'obiettivo di promuovere, valorizzare e diffondere le tante eccellenze agricole e agroalimentari a riconoscimento comunitario e tipiche di questo territorio.

La Provincia di Treviso è secondo il recente Rapporto "Ismea-Qualivita" 2019 la prima provincia in Italia per la cosiddetta "Dopeconomy" con un impatto economico su Food e wine di 1,76 mld di € seguita da Parma 1,39 mld e Verona 1,15 mld.

I vini, il radicchio, i formaggi, i marroni e gli asparagi insieme ai prodotti tipici e tradizionali del territorio compongono il ricco paniere delle eccellenze della Marca Trevigiana che il costituendo distretto che riunisce le associazioni di categoria, i Consorzi di tutela, le Associazioni delle produzioni tipiche e molte aziende produttrici intende valorizzare.

L'ampio paniere di prodotti agroalimentari di qualità a riconoscimento comunitario e tipici locali, unitamente alla presenza di una solida cultura e tradizione enogastronomica e di una ristorazione diffusa con un ottimo rapporto qualità-prezzo, connotano una vocazione dell'intera Marca Trevigiana per il turismo enogastronomico e rappresentano delle opportunità per valorizzare e far riconoscere la stessa quale "parco alimentare" o "distretto del cibo" anche alla luce della nuova normativa.

L'importanza dei prodotti enogastronomici di eccellenza è inoltre enfatizzata dalla presenza di molti Consorzi di tutela dei prodotti a riconoscimento comunitario (Radicchio Rosso di Treviso e Variegato di Castelfranco, asparago di Cimadolmo IGP, asparago di Badoere IGP, Casatella DOP e della Mozzarella STP, del Marrone di Combai IGP del Marrone di Monfenera IGP oltre che dai vini dei colli di Conegliano Doc e Docg e del Prosecco Superiore Asolo Montello Docg, il raboso e i vini del Piave e ad un ricco paniere di prodotti tipici quali i formaggi del Grappa (Morlacco e Bastardo), i formaggi del Grappa, del Monte Cesen e del Cansiglio, il miele e la sopressa di Altamarca, la mela di Monfumo, il biso di Borso, ecc., oltre a alle specificità della cucina come lo spiedo d'Altamarca ed altre ricette tipiche.

Il costituendo distretto del cibo della Marca Trevigiana si propone di svolgere un ruolo strategico **nell'integrazione tra le diverse attività agricole e agroalimentari del territorio e anche con i settori funzionalmente complementari** per la valorizzazione, promozione e commercializzazione delle produzioni alimentari di qualità, anche tramite e-commerce, vendita diretta e degustazione/ristorazione diretto allo sviluppo territoriale.

Il Distretto del cibo vuole anche essere una importante occasione da cogliere a tutela delle imprese agricole per un riposizionamento di molte aziende agricole mirato a **coniugare qualità, sostenibilità e salvaguardia del paesaggio** e per costruire rapporti più stretti nelle filiere e nei servizi guardano a tutto il territorio.

Il binomio "territorio-prodotti tipici" è sempre più un elemento identitario della Marca trevigiana, che promuove un circolo virtuoso in base al quale mediante la promozione dei prodotti a riconoscimento comunitario si promuove il territorio e al tempo stesso con la promozione dell'offerta turistica territoriale si promuovono i prodotti.

Un marchio-ombrello per la Marca trevigiana ed il suo paniere sarà utilizzato per individuare più prodotti, anche molto diversi tra loro. Nel contempo lo stesso intende svolgere anche la funzione di marchio d'area, per rafforzare una destinazione e per identificarsi in essa.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 - 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Lo sviluppo del turismo di qualità del "buon vivere" rappresenta un'opportunità per i prodotti tipici del territorio della Marca Trevigiana. **La percezione positiva di un territorio aumenta il messaggio favorevole dei prodotti figli dello stesso territorio e ne rafforza l'immagine** sul mercato, consolidandone la posizione oltre ad aiutarne la diffusione e il ritorno economico.

Il turista attuale, soprattutto quello in target rispetto alla nostra zona, è un turista che si caratterizza per un **approccio esperienziale** che ricerca nei viaggi, generalmente brevi, la dimensione culturali dei luoghi visitati, cercando di entrare in contatto con le tradizioni e i modi di vita delle comunità locali. Una fruizione completa degli elementi caratteristici del territorio: dal paesaggio, ai beni artistici, fino ai prodotti enogastronomici, passando per cultura e tradizioni locali. In questo scenario, il mondo rurale e, con esso, quello agricolo acquistano nuove funzioni e sono chiamati a instaurare un nuovo rapporto con la società urbana.

Anche per questo il settore del **turismo enogastronomico** è sicuramente emergente; e dato che, per sua natura, le sue caratteristiche accrescono più di ogni altra tipologia di turismo il valore del territorio, vivendone in simbiosi, è necessario che questo rapporto sia il più coerente possibile: non ci può essere turismo enogastronomico senza territorio di qualità.

7. OBIETTIVI SPECIFICI DEL DISTRETTO

In particolare il costituendo Distretto persegue i seguenti **obiettivi specifici**:

- **valorizzare l'identità comune e riconoscibile delle produzioni di eccellenza** tramite il rafforzamento della politica di filiera agricola e agroalimentare
- creare uno strumento innovativo di **governance pubblico-privata di un sistema unitario per la promozione dei prodotti tipici di qualità della Marca Trevigiana,**
- **promozione dell'immagine e delle attività del distretto** con l'utilizzo di una piattaforma comune di informazione e comunicazione sul web
- integrazione e **promozione congiunta dei prodotti** del distretto
- **favorire la vendita diretta e l'accoglienza di qualità** in azienda anche con apposito disciplinare
- **diminuire l'impatto ambientale delle produzioni**, salvaguardare il territorio e il paesaggio rurale attraverso le attività agricole e agroalimentari.
- promuovere il rispetto della legalità, dell'etica e della **responsabilità sociale** nei soggetti aderenti al distretto;
- individuare possibili misure di finanziamento su **fondi strutturali** che possano utilmente contribuire allo sviluppo del distretto
- motivare i partecipanti alla partecipazione al distretto e stimolarli alla partecipazione illustrando i vantaggi specifici dell'adesione ad una rete che utilizza un **marchio comune per la promozione del territorio in ambito locale, nazionale ed internazionale.**

8. PIANO DI ATTIVITA'

- AZIONI

1. PREDISPOSIZIONE DI UN PIANO DI INVESTIMENTI FINALIZZATO AD UN CONTRATTO DI DISTRETTO CON IL MIPAFF AI SENSI DEL DM 22.07.2019

Vedi allegato 2.

Il DM 22 luglio 2019 "Criteri, modalità e procedure per l'attuazione e il consolidamento del Distretto del Cibo" prevede che la possibilità di stipulare un **"Contratto di Distretto"** tra il Ministero e i soggetti beneficiari, che hanno sottoscritto un Accordo di distretto, e che, in base alla



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

normativa regionale, rappresentano i distretti di cui all'art. 13 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228, e sue modificazioni, finalizzato alla realizzazione di un Programma volto a rafforzare lo sviluppo economico e sociale dei distretti stessi.

Il contratto di Distretto consente al Distretto e alle Imprese aderenti di accedere ad importanti opportunità e agevolazioni descritte nell'Allegato 2.

Il Programma di Distretto: è definito come l'insieme dei progetti proposti dai soggetti della filiera aderenti ad un Accordo di distretto.

2. PROMOZIONE DELL'IMMAGINE E DELLE ATTIVITÀ DEL DISTRETTO

- **creazione del paniere** delle eccellenze agricole e agroalimentari della Marca Trevigiana. Il paniere sarà costituito oltre che dai prodotti agricoli ed agroalimentari a riconoscimento comunitario anche dai prodotti tipici e da prodotti agroalimentari tradizionali.
- identificazione del paniere con un **marchio di qualità e relativo disciplinare**. Un marchio d'area per valorizzare un territorio e i suoi prodotti, il marchio potrà avere anche l'accostamento di marchi d'area dei diversi ambiti della Marca Trevigiana (ad esempio prodotti del Montello, prodotti dell'Altamarca, del Piave, del Sile, ecc).
- iniziative di **promozione del paniere e di promozione congiunta dei prodotti** del territorio: sito web del distretto, brochure e materiali informativi e promozionali, espositori, vetrofanie, partecipazione a fiere, ecc.⁴
- **Eventi di lancio e presentazione dell'iniziativa, calendario unico eventi, piano di comunicazione.**
- **Sviluppo accordi con la ristorazione locale** per impiego prodotti del Distretto
- **sviluppo accordi per l'esposizione e vendita presso gli attrattori turistici e punti di accesso del territorio**
- promuovere **progetti di divulgazione, formazione, culturali e di educazione**
- Iniziative per promozione, diffusione e **sostegno al consumo dei prodotti del Distretto sia nella distribuzione organizzata che nelle mense scolastiche e nelle mense aziendali private e pubbliche.**
- **Informazione e comunicazione sul web di promozione delle produzioni agroalimentari e del binomio produzione agroalimentare – percorsi turistici enogastronomici.**

10

3. INTEGRAZIONE E PROMOZIONE CONGIUNTA DEI PRODOTTI DEL DISTRETTO

- Promuovere **accordi fra i Consorzi di prodotto aderenti al Distretto e fra le aziende del distretto** per iniziative di **promozione congiunta dei rispettivi prodotti.**
- Iniziative di **promozione congiunta dei prodotti agricoli e agroalimentari di qualità a riconoscimento comunitario e dei prodotti tipici del territorio.**
- Identificazione di **spazi comuni per l'esposizione, degustazione e vendita di prodotti del paniere del tipo "vetrina delle eccellenze" e "outlet del territorio"** in particolari location.

• ⁴ **Il marchio del paniere sarà utilizzato anche per la promozione turistica del territorio** (in particolare per il tematismo del turismo enogastronomico) a livello regionale, nazionale ed internazionale. (Riteniamo che per le caratteristiche del nostro territorio la qualifica di distretto del cibo potrà essere ampliata in termini di marketing territoriale riprendendo gli slogan della Marca trevigiana "se la vedi ti innamori" "ti resta nel cuore", "marca gioiosa et amorosa"). Al fine di dare visibilità e promuovere i marchi è necessario realizzare un calendario unico degli eventi sul territorio da promuovere e diffondere anche con il supporto di un sito web (all'interno di visit.treviso.it o del portale di riferimento per il turismo trevigiano previsto dall'ODG "Città d'Arte e Ville Venete del Territorio Trevigiano" e di www.veneto.eu con l'aggiunta della dicitura Land of Venice)

- Studio, realizzazione e messa in vendita di una o più cassette “Eccellenze della Marca Trevigiana” con attività di packaging e co-branding ⁵.
- organizzazione **educational per buyers del settore HORECA e GAS, distributori esteri e tour operator del settore turistico** Visite, scambi, incontri internazionali (anche BtoB) che coinvolgano aziende, enti, istituti di formazione ecc,
- Favorire con accordi, intese ecc. la costituzione di **rapporti commerciali tra le aziende agricole e gli altri soggetti economici della filiera** con l’obiettivo di assicurare una giusta remunerazione ai produttori, attraverso la trasformazione, la distribuzione e la commercializzazione di questi prodotti;
- rafforzare la competitività delle imprese attraverso **approcci innovativi dal lato contrattuale e commerciale** da utilizzare nella stipula dei contratti di coltivazione, allevamento e fornitura;
- la **messa in rete delle imprese di produzione aderenti al distretto** con i fornitori di mezzi tecnici, i trasformatori, la distribuzione organizzata, il mondo della ricerca applicata all’agricoltura.

4. FAVORIRE LA VENDITA DIRETTA E L’ACCOGLIENZA IN AZIENDA

- **Promuovere investimenti materiali e immateriali nelle aziende agricole** quali punti vendita aziendali, sale degustazioni, enoturismo, sito internet ed e-commerce
- Realizzare un “**Passaporto del gusto**” dei prodotti agroalimentari che contenga dettagliate informazioni sull’azienda, la sua storia, la descrizione sensoriale del prodotto e le sue peculiarità, gli aspetti nutrizionali e salutistici. Un approccio di marketing strategico che unisce ed integra tradizione produttiva rurale e turismo relazionale.
- Definire un **disciplinare del tipo “qualità globale dell’accoglienza”** – linee guida sulle attività di vendita diretta e accoglienza nelle aziende del Distretto
- Sviluppo di **servizi di supporto alle aziende del Distretto per le attività di accoglienza e ospitalità** (guide turistiche, sommelier per degustazioni, trasporto, e-commerce, export management ecc),
- Possibilità di creazione di **piattaforme logistiche di raccolta (groupage)** e distribuzione per la penetrazione dei prodotti di qualità nei mercati locali, ma anche esteri, soprattutto tramite il canale **dell’e-commerce**.
- Favorire la **qualificazione di ambienti sani e sostenibili** all’interno dei quali promuovere la produzione esposizione e commercializzazione di prodotti agricoli.

-
- ⁵ Si propone con questa attività oltre allo sviluppo di uno studio di marketing per definire le migliori modalità realizzative (**cassetta-cesta, materiale illustrativo, piano di distribuzione**) e una iniziativa pilota di un congruo numero di cassette-ceste da esporre presso qualificati punti di contatto e da offrire in omaggio a opinion leader per la pubblicizzazione delle stesse. L’iniziativa intende anche studiare e sperimentare **forme di merchandising e gadget di territorio da offrire ai turisti visitatori**. In particolare il riconoscimento Unesco sta facendo emergere il bisogno di offrire al turista visitatore la possibilità di acquistare con forma innovativa e istituzionale le eccellenze agroalimentari del territorio. Realizzazione di **espositori riservati agli operatori dell’ospitalità**. La proposta è di realizzare degli espositori dove potranno essere posti i prodotti tipici del territorio; tali espositori saranno dati in dotazione alle aziende locali dell’ospitalità quali alberghi, agriturismi, B&B, farmer market ecc. Obiettivo dell’iniziativa è anche quello di incentivare la conoscenza e l’utilizzo dei prodotti tipici del territorio nelle attività di ospitalità e ristorazione e la vendita diretta degli stessi. Si propone con questa attività oltre allo sviluppo di uno studio di marketing per progettare il prototipo di espositore e una prima iniziativa pilota con la realizzazione di alcune decine di espositori.

5. DIMINUIRE L'IMPATTO AMBIENTALE DELLE PRODUZIONI, SALVAGUARDARE IL TERRITORIO E IL PAESAGGIO RURALE ATTRAVERSO LE ATTIVITA' AGRICOLE E AGROALIMENTARI.

- **Promuovere investimenti** materiali e immateriali nelle aziende agricole **diretti all'utilizzo di pratiche di agricoltura sostenibile e attenta alla biodiversità.**
- Promuovere investimenti per la trasformazione di prodotti agricoli e per la commercializzazione di prodotti agricoli e alimentari orientati alla sostenibilità ambientale.
- **Progetti di ricerca e innovazione** nel settore agricolo e agroalimentare sui temi della sostenibilità e biodiversità.
- **Progetti di ricerca e innovazione** nel settore agricolo e agroalimentare sui temi di **nutrizione e salute e nutraceutica.**
- **Sviluppo di accordi fra i produttori con i fornitori di mezzi tecnici** per la diffusione di pratiche agricole e delle tecniche di coltivazione o allevamento che conservino e sviluppino la biodiversità animale e vegetale e la sostenibilità'.
- **La promozione e la diffusione di metodiche e pratiche di agricoltura sostenibile** attenta alla **biodiversità** come progetto di sviluppo economico, culturale ed eco-turistico, come modello di gestione sostenibile delle risorse, nella **tutela del verde e del paesaggio, per la sicurezza alimentare e per la responsabilità sociale di impresa.**

6. INDIVIDUARE POSSIBILI MISURE DI FINANZIAMENTO SU FONDI STRUTTURALI CHE POSSANO UTILMENTE CONTRIBUIRE ALLO SVILUPPO DEL DISTRETTO

Per garantire lo sviluppo di tutto il territorio e non solo delle singole filiere, il Distretto opererà attraverso programmi di progettazione integrata territoriale.

12

- RISULTATI ATTESI, RICADUTE E VANTAGGI CONSEGUENTI A LIVELLO DI TERRITORIO E/O DEI COMPARTI INTERESSATI

CONTESTO DISTRETTUALE

- **Delimitazione geografica** (descrizione area geografica e elenco comuni/province interessati **con cartografia**)

Nell'assetto definitivo il Distretto proposto si caratterizza per avere interessato il territorio di ben ... comuni della Provincia di Treviso. Il partenariato aggregatosi intorno all'idea di questo Distretto del Cibo risulta particolarmente ricco ed espressivo della realtà territoriale in cui andrà ad operare e molto funzionale ai compiti da svolgere; inoltre, le n. ..imprese agricole singole ed associate che hanno aderito, risultano avere sede in bencomuni.

.....

- **Analisi e dati di natura socio-economica** (descrizione della realtà produttiva nel contesto distrettuale individuato: aziende, processi produttivi e distributivi, prodotti, attività, volumi, ecc., rispetto dei parametri di cui alla tabella del capitolo 5 in relazione alla tipologia di distretto scelto; citare le fonti dei dati)

Da sviluppare sulla base delle adesioni raccolte.

- **Analisi dei punti di forza e debolezza del comparto interessato e del tessuto economico e sociale del territorio** (analisi SWOT)

Da sviluppare sulla base delle adesioni raccolte.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

ALLEGATI

ALLEGATO 1: NOTA SUI PRODOTTI DEL DISTRETTO.

PRODOTTI AGRICOLI A RICONOSCIMENTO COMUNITARIO.

Il marchio di qualità europeo è una certificazione riconosciuta agli alimenti prodotti nei territori dell'Unione Europea che viene rilasciato da enti certificati scelti dal Ministero delle Politiche Agricole. Il ruolo che ricopre è quella di garantire al consumatore l'originalità e la provenienza del prodotto indicato e che lo stesso sia stato realizzato secondo modalità legate alle tipicità territoriali e culturali.

I marchi di qualità europea per il settore agroalimentare:

DOP: Denominazione d'Origine Protetta

IGP: Indicazione Geografica Protetta

STG: Specialità Tradizionale Garantita

BIO: Agricoltura Biologica

Questi prodotti agricoli e alimentari hanno ottenuto la protezione dell'Unione europea per il legame esistente tra la qualità o le caratteristiche o la reputazione dei prodotti e la loro origine geografica (DOP e IGP) o per gli elementi tradizionali che li caratterizzano (STG).

La **denominazione di origine protetta (DOP)** identifica un prodotto originario di un luogo, regione o paese, la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani.

13

Tutte le fasi di produzione, lavorazione e trasformazione si svolgono nella zona geografica delimitata.

La **indicazione geografica protetta (IGP)** identifica un prodotto originario di un luogo, regione o paese, alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o altre caratteristiche. La produzione o la lavorazione o la trasformazione si svolgono nella zona geografica delimitata.

La **specialità tradizionale garantita (STG)** identifica un prodotto o alimento ottenuto con un metodo di produzione, trasformazione o una composizione che corrispondono a una pratica tradizionale o da materie prime o ingredienti utilizzati tradizionalmente.

I prodotti Dop, Igp e Stg nei Paesi europei sono in totale 2.979.

L'Italia è il Paese che detiene in Europa il primato per il numero di denominazioni protette, grazie alle quali i prodotti agroalimentari italiani rappresentano una delle più alte espressioni del *Made In Italy*.

L'Istat ha registrato lo scorso anno 299 prodotti agroalimentari italiani riconosciuti con denominazione evidenziando il primato dello stivale in Europa.

Le regioni italiane con più marchi riconosciuti sono Emilia-Romagna con 45 prodotti e Veneto con 38.

Il comparto Wine vale 8,3 miliardi alla produzione (+2%) e 5,3 miliardi all'export (su un totale di circa 6 miliardi del settore).

I prodotti dell'industria del vino con marchio registrato sono 818 con un record del nostro paese rispetto all'Europa, che detiene 526 vini con marchio d'origine.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Più di 6,6 miliardi di euro è il valore della produzione del comparto food con marchio Dop e Igp. Al primo posto si trova il settore dei formaggi capitanato dal Grana Padano (1,29 miliardi di euro) ed il Parmigiano Reggiano (1,12 miliardi di euro). Un terzo della produzione casearia è destinata all'export con Germania, Francia e Regno Unito le prime nazioni cliente. Il settore Food sfiora dunque i 7 miliardi di valore alla produzione e 3,5 miliardi all'export per una crescita del +3,5%, mentre raggiunge i 14,7 miliardi al consumo con un +6,4% sugli anni precedenti.

I **vini DOCG, DOC e IGT del Veneto** sono 52: 14 DOCG, 28 DOC e 10 IGT.

Il regolamento (CE) n. 479/2008, poi confluito nel regolamento (CE) n. 1234/2007, ha riformato l'organizzazione comune del mercato vitivinicolo (OCM) introducendo la protezione comunitaria dei vini come denominazione d'origine protetta (**DOP**) o indicazione geografica protetta (**IGP**). I vini per i quali può essere dimostrato che esiste un legame tra le caratteristiche del prodotto e la sua origine geografica possono ottenere la protezione comunitaria.

Il decreto legislativo 81/2010, con il quale l'Italia ha adeguato la legge 164/1992 sulle denominazioni di origine dei vini, ha stabilito che i vini DOP sono classificati in:

- denominazioni di origine controllata e garantita (**DOCG**);
- denominazioni di origine controllata (**DOC**).

I vini IGP comprendono le indicazioni geografiche tipiche (**IGT**) della precedente classificazione nazionale.

Le DOP e IGP del settore vitivinicolo sono iscritte nel Registro comunitario E-Bacchus.

Prodotti DOP, IGP e STG

Questi prodotti agricoli e alimentari hanno ottenuto la protezione dell'Unione europea per il legame esistente tra la qualità o le caratteristiche o la reputazione dei prodotti e la loro origine geografica (DOP e IGP) o per gli elementi tradizionali che li caratterizzano (STG).

La domanda di registrazione di una DOP o IGP o STG deve essere presentata al Ministero delle Politiche agricole alimentari, forestali e del turismo e alle Regioni o Province autonome nel cui territorio ricade la zona geografica delimitata, da parte di un'associazione di produttori o di trasformatori che trattano il medesimo prodotto.

La procedura di registrazione si conclude positivamente con l'iscrizione della DOP o IGP o STG nel Registro europeo DOOR e la possibilità di utilizzare i seguenti simboli o loghi dell'Unione europea nelle confezioni dei prodotti che risulteranno conformi al rispettivo disciplinare di produzione.

PRODOTTO AGROALIMENTARE TRADIZIONALE

L'[elenco dei prodotti tradizionali del Veneto](#) è incluso nell'Elenco nazionale dei prodotti agroalimentari tradizionali, approvato con [Decreto ministeriale del 07 febbraio 2019](#) (G.U. serie generale n. 60 del 12 marzo 2019, supplemento ordinario n. 09).

La scheda deve essere accompagnata da foto del prodotto e dalla documentazione che ne attesti la storicità, dimostrando che i metodi di produzione o trasformazione siano stati praticati in maniera omogenea e secondo regole tradizionali per un periodo non inferiore a 25 anni.

A fianco delle certificazioni europee e nazionali si stanno sviluppando una serie di certificazioni parallele che tendono a privilegiare e valorizzare prodotti altamente tipici ed esclusivi, che caratterizzano in modo unico e irripetibile un determinato territorio. In molti casi sono prodotti di nicchia, oppure prodotti e tradizioni a rischio di scomparsa a causa soprattutto della globalizzazione. Il tentativo di salvaguardare queste nicchie di eccellenza è di competenza soprattutto degli enti locali e di associazioni onlus. Si tratta



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

di veri e propri progetti “Glocal” , In particolare ci riferiamo ai prodotti sostenuti dall’ANCI, i De.Co. e i Presidi Slow Food, per parlare solo dei più noti. De.Co.: Denominazione Comunale - viene incentivato e diffuso in tutte le città d’Italia, proponendo un modello standard di regolamento comunale “per la tutela e valorizzazione dei prodotti tipici locali” Attualmente in Italia ci sono oltre 200 De.Co. Presidi Slow Food: promossi dalla Fondazione Slow Food per la Biodiversità, i Presidi hanno l’obiettivo di sostenere le piccole produzioni tradizionali che rischiano di scomparire, valorizzando territori, recuperando antichi mestieri e tecniche di lavorazione, salvando dall'estinzione razze autoctone e varietà di ortaggi e frutta. In Italia sono oltre 200 e coinvolgono oltre 1600 piccoli produttori.

PICCOLE PRODUZIONI LOCALI.

Per ottenere la concessione di PPL gli obblighi sono minimi: 1. l’agricoltore deve seguire un percorso formativo di 15 ore validato dai servizi veterinari e/o SIAN dell’Azienda Ulss 2. deve dotarsi di un locale, nelle vicinanze dell’abitazione o della struttura agricola, che abbia i requisiti strutturali minimi, attrezzature specifiche e idoneità igienica per l’attività di lavorazione dei prodotti. 3. I locali adibiti a deposito o stagionatura dei prodotti destinati alla vendita devono essere idonei allo scopo, 4. I locali adibiti alla vendita debbono essere areati naturalmente e adeguatamente illuminati, con accesso agevole dall’esterno. 5. Gli operatori sono tenuti al rispetto dell’autocontrollo, soprattutto sull’applicazione delle norme igienico-sanitarie e sull’adozione delle “Buone Pratiche” di lavorazione

per assicurare che l’alimento sia prodotto in condizioni di igienicità adeguate. 6. Per quanto riguarda l’etichettatura i prodotti devono essere venduti nel rispetto della normativa vigente, indicando: a. ingredienti, b. lotto di produzione, c. data di produzione, inoltre va indicata la dicitura: “PPL – provincia – numero di registrazione”. In questo modo il consumatore ha la sicurezza di avere un prodotto tipico controllato, di conoscere il percorso produttivo direttamente dal produttore, garantito inoltre dalla tracciabilità grazie all’etichettatura in conformità con la normativa vigente.

15



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL’ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

ALLEGATO 2: CONTRATTO DI DISTRETTO CON IL MIPAAF

Il DM 22 luglio 2019 “Criteri , modalità e procedure per l’attuazione e il consolidamento dei Distretto del Cibo” prevede che la possibilità di stipulare un “Contratto di Distretto» tra il Ministero e i soggetti beneficiari, che hanno sottoscritto un Accordo di distretto, e che, in base alla normativa regionale, rappresentano i distretti di cui all’art. 13 del decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228, e sue modificazioni, finalizzato alla realizzazione di un Programma volto a rafforzare lo sviluppo economico e sociale dei distretti stessi.

Il **Programma**: è definito come l’insieme dei progetti proposti dai soggetti della filiera aderenti ad un Accordo di distretto.

Il contratto di Distretto è così regolamentato ai sensi del Decreto sopra citato. Si riportano di seguito le **principali disposizioni** al fine di favorire una valutazione di prospettiva e la piena comprensione del nuovo strumento.

Art. 3 Agevolazioni

Le agevolazioni sono concesse nella forma del Contributo in conto capitale. Le agevolazioni sono concesse mediante una procedura di valutazione delle domande presentate dai soggetti proponenti, per la selezione dei programmi/progetti, sulla base di priorità, condizioni minime e criteri di valutazione previsti nei provvedimenti (bandi). Possono essere ammessi alle agevolazioni **Contratti di distretto che prevedono programmi con un ammontare delle spese ammissibili compreso tra 4 milioni e 50 milioni di euro.**

Le risorse finanziarie disponibili art. 1 comma 126 e 499 della legge 27 dicembre 2017, n. 205, nonché in ulteriori successive disponibilità anche delle regioni e province autonome.

Con la nuova PAC 2021-2027 che non prevede più i Programmi di Sviluppo Regionale lo strumento in esame del Distretto potrebbe diventare uno strumento rilevante per l’accesso ai finanziamenti del fondo Feasr.

16

Art. 4. Contratto di distretto

1. Il Contratto di distretto ha lo scopo di **promuovere lo sviluppo territoriale**, la coesione e l’inclusione sociale, favorire l’integrazione di attività caratterizzate da prossimità territoriale, garantire la sicurezza alimentare, diminuire l’impatto ambientale delle produzioni, ridurre lo spreco alimentare e salvaguardare il territorio e il paesaggio rurale attraverso le attività agricole a agroalimentari. **Il Contratto di distretto deve quindi anche favorire processi di riorganizzazione delle relazioni tra i differenti soggetti delle filiere operanti nel territorio del distretto del cibo, al fine di promuovere la collaborazione e l’integrazione fra i soggetti delle filiere, stimolare la creazione di migliori relazioni di mercato e garantire prioritariamente ricadute positive sulla produzione agricola.**
2. **Al Contratto di distretto possono partecipare sia soggetti beneficiari, impegnati direttamente nella realizzazione di specifici progetti, sia soggetti coinvolti indirettamente che contribuiscono al conseguimento degli obiettivi di integrazione di filiera. In ogni caso, il Contratto di distretto è sottoscritto dai soli soggetti facenti parte dell’Accordo di distretto che sono beneficiari delle agevolazioni** in quanto direttamente coinvolti nella realizzazione del Programma.

Il Programma deve essere articolato in diverse tipologie di interventi ammissibili in relazione all’attività svolta dai soggetti beneficiari e **dimostrare l’integrazione fra i differenti soggetti** in termini di miglioramento del grado di relazione organizzativa, commerciale e in termini di distribuzione del reddito e di vantaggio distrettuale

Comitato Promotore del costituendo **DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA**

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Art. 5. Soggetti proponenti e soggetti beneficiari

1. Sono soggetti proponenti del Contratto di distretto le rappresentanze di distretti del cibo individuati dalle regioni
2. **Sono soggetti beneficiari delle agevolazioni del Contratto di distretto** le seguenti categorie di imprese:
 - a) le imprese che operano nel settore agricolo e agroalimentare;
 - b) le OP e le AOP riconosciute ai sensi della normativa vigente;
 - c) le società costituite tra soggetti che esercitano l'attività agricola e **le imprese commerciali e/o industriali e/o addette alla distribuzione**, purché almeno il 51 per cento del capitale sociale sia posseduto da imprenditori agricoli, cooperative agricole e loro consorzi o da organizzazioni di produttori riconosciute ai sensi della normativa vigente. Il capitale delle predette società può essere posseduto, in misura non superiore al 10%, anche da grandi imprese, agricole o commerciali;
 - d) i distretti di cui al comma 1 laddove costituiti in forma societaria. Ai distretti di cui alla presente lettera non si applicano le disposizioni di cui al precedente comma c.

Art. 6. Interventi ammissibili

1. Gli interventi ammissibili alle agevolazioni di cui all'art. 3 comprendono le seguenti tipologie:
 - investimenti in attivi materiali e attivi immateriali nelle aziende agricole connessi alla produzione agricola primaria;
 - investimenti per la trasformazione di prodotti agricoli e per la commercializzazione di prodotti agricoli e alimentari;
 - investimenti concernenti la trasformazione di prodotti agricoli in prodotti non agricoli, nei limiti individuati nei provvedimenti;
 - costi per la partecipazione dei produttori di prodotti agricoli ai regimi di qualità e misure promozionali a favore dei prodotti agricoli;
 - investimenti per la promozione dell'immagine e delle attività del distretto;
 - progetti di ricerca e sviluppo nel settore agricolo e agroalimentare.
2. Per i progetti di ricerca e sviluppo nel settore agricolo, le condizioni del sostegno sono quelle stabilite dall'art. 31 del regolamento (UE) n. 702/2014 della Commissione del 25 giugno 2014.
3. Per gli investimenti concernenti la trasformazione di prodotti agricoli in prodotti agroalimentari non compresi nell'allegato I del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea, per la partecipazione alle fiere e per gli investimenti volti a promuovere la produzione di energia da fonti rinnovabili effettuati da imprese di trasformazione e commercializzazione di prodotti agricoli, le condizioni del sostegno sono quelle stabilite dal regolamento (UE) n. 651/2014 della Commissione del 17 giugno 2014.
4. Gli interventi ammissibili possono riguardare una o più unità produttive relative ad uno stesso soggetto beneficiario.
5. Gli interventi devono essere realizzati **entro 4 anni dalla data di sottoscrizione del Contratto di distretto**, di cui all'art. 12, comma 1.

Art. 7. Aiuti concedibili

1. Le **spese ammissibili e le intensità massime di aiuto sono riportate nell'Allegato A**, che costituisce parte integrante del presente decreto.
2. La misura degli aiuti è fissata dai provvedimenti in percentuale delle spese ammissibili e nel rispetto delle intensità massime stabilite per ciascuna tipologia di aiuto nell'allegato A di cui al comma 1.
3. L'imposta sul valore aggiunto (IVA) non è ammissibile, salvo nel caso in cui non sia recuperabile ai sensi della legislazione nazionale sull'IVA.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso, Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

4. L'aiuto può essere concesso esclusivamente per attività intraprese o servizi ricevuti dopo che il regime è stato istituito e dichiarato compatibile con il Trattato dalla Commissione europea ed è stata presentata una domanda debitamente compilata.
5. Gli interventi devono essere avviati successivamente alla presentazione della domanda di accesso alle agevolazioni di cui all'art. 9, comma 1.
6. Le agevolazioni di cui al presente decreto si intendono concesse con la sottoscrizione del Contratto di distretto.
7. **Per i contratti di distretto le agevolazioni sono concesse nella forma di Contributo in conto capitale tenuto conto della localizzazione, della tipologia di interventi e della dimensione dell'impresa, come segue:**
 - a. investimenti nelle aziende agricole connessi alla produzione agricola primaria: nella forma di Contributo in conto capitale, fino al 50% degli investimenti ammissibili nelle regioni meno sviluppate e fino al **40% degli investimenti ammissibili nelle altre regioni**;
 - b. investimenti nel settore della trasformazione di prodotti agricoli e della commercializzazione di prodotti agricoli: nella forma di Contributo in conto capitale, fino al 50% degli investimenti ammissibili nelle regioni meno sviluppate e fino al **40% degli investimenti ammissibili nelle altre regioni**;
 - c. per gli investimenti di cui alle lettere a) e b), **proposti da grandi imprese**, che non soddisfano i criteri di cui all'allegato I del regolamento (UE) n. 702/2014, la forma e l'intensità dell'aiuto sono subordinati alla verifica dell'effetto di incentivazione e della proporzionalità dell'aiuto, secondo le modalità specificate all'art. 9, com- mi 6 e 7;
 - d. spese per la partecipazione dei produttori di prodotti agricoli ai regimi di qualità, per le misure promozionali a favore dei prodotti agricoli: nella forma di Contributo in conto capitale, fino al 50% delle spese ammissibili;
 - e. spese per ricerca e sviluppo nel settore agricolo fino al 100% delle spese ammissibili, purché siano soddisfatte le condizioni di cui all'allegato A del presente decreto;
 - f. spese per investimenti concernenti la trasformazione di prodotti agricoli in prodotti non agricoli nel limite della soglia di notifica dell'aiuto pari a 7,5 milioni di euro per impresa e per progetto di investimento, nella forma di Contributo in conto capitale, fino al 20% dei costi ammissibili per le piccole imprese; fino al 10% dei costi ammissibili per le medie imprese.

18

Art. 8. Cumulabilità degli aiuti

Gli aiuti di cui al presente decreto possono essere cumulati con altri aiuti di Stato, compresi gli aiuti «de minimis», nella misura in cui tali aiuti riguardino costi ammissibili individuabili diversi. Gli aiuti possono essere cumulati con qualsiasi altro aiuto di Stato, compresi gli aiuti «de minimis», in relazione agli stessi costi ammissibili, in tutto o in parte coincidenti, purché tale cumulo non porti al superamento dell'intensità di aiuto stabilita, per ciascun tipo di aiuto, nell'allegato A al presente decreto.

Art. 11. Istruttoria della proposta definitiva.

Il Ministero trasmette al soggetto proponente lo schema di Contratto di distretto, fissando un termine perentorio per la sua sottoscrizione. Detto termine non può essere fissato oltre sessanta giorni dall'approvazione della proposta di Contratto di distretto. Nel caso in cui il soggetto proponente non sottoscriva il contratto entro il predetto termine, salvo proroghe concesse per cause debitamente motivate, il Ministero stesso provvede a comunicare al soggetto proponente, e alle regioni o province autonome interessate la decadenza della decisione di approvazione del Programma, di cui all'art. 9, comma 15.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264

Comitato Promotore del costituendo DISTRETTO DEL CIBO DELLA MARCA TREVIGIANA

Comitato costituito da:

Camera Commercio Treviso-Belluno Dolomiti, G.A.L. dell'Alta Marca Trevigiana, Confagricoltura Treviso, Confcooperative Belluno e Treviso,
Confederazione Italiana Agricoltura Treviso, Federazione Provinciale Coldiretti Treviso

Art. 13. Erogazione delle agevolazioni

1. L'erogazione del Contributo in conto capitale avviene per stato di avanzamento, subordinatamente all'effettiva realizzazione della corrispondente parte degli interventi ritenuti ammissibili. La prima quota, fino al 40%, del Contributo in conto capitale, può essere erogata, su richiesta, a titolo di anticipazione, previa presentazione di fidejussione irrevocabile, incondizionata ed escutibile a prima richiesta, di importo pari alla somma da erogare e di durata adeguata.



Segreteria c/o:

G.A.L. DELL'ALTA MARCA TREVIGIANA

Villa Brandolini - Solighetto - Via Roma, 4 – 31053 Pieve di Soligo www.galaltamarca.it

Tel. 0438/82084 e-mail: segreteria@galaltamarca.it Cod fisc e p.iva 04212070264