

REGIONE CAMPANIA - Giunta Regionale - Seduta del 31 marzo 2006 - Deliberazione N. 422 - Area Generale di Coordinamento N. 11 - Sviluppo Attività Settore Primario - **Documento di programmazione degli eventi a supporto del sistema agroalimentare campano - Ente Regionale di Sviluppo Agricolo in Campania. - Approvazione attività 2006 - Allegati.**

PREMESSO che l'Ente Regionale di Sviluppo Agricolo in Campania (E.R.S.A.C.):

- in attuazione dell'articolo 2 della LR 8/78 lett. d, opera per "favorire il collocamento sul mercato delle produzioni agricole regionali attraverso lo svolgimento di attività promozionali di tutela e valorizzazione dei prodotti agroalimentari in Italia e all'estero",

- in attuazione dell'articolo 58 della LR 42/82 I comma "predisporre organici programmi di iniziative, anche a carattere pluriennale, dirette alla tutela e alla valorizzazione commerciale delle produzioni agricole e zootecniche della regione, anche ai fini di un consistente sviluppo dell'esportazione dei prodotti freschi e trasformati di maggiore interesse per l'agricoltura campana";

CONSIDERATO che i programmi di valorizzazione del comparto agroalimentare elaborati dall'ERSAC devono essere coerenti con le direttive regionali in materia di promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari e sinergiche rispetto alle azioni attivate direttamente dall'Assessorato regionale all'Agricoltura e alle Attività Produttive sul territorio, che possono ascrivere alle seguenti tipologie:

1. organizzazione/partecipazione a "grandi eventi", anche intersettoriali, attuati a livello regionale, nazionale o internazionale volti a coinvolgere grandi masse di consumatori, con ampie ricadute in termini di comunicazione e di effetto di trascinamento dei consumi dei prodotti dell'agroalimentare campano;

2. organizzazione/partecipazione ad iniziative in ambito territoriale, consolidate, che mostrano un'effettiva ricaduta sul territorio e consentono di operare in sinergia con altri soggetti (Province, Comuni, Comunità Montane ecc.) volte alla promozione delle produzioni autoctone e nella prospettiva di incentivare la presenza delle produzioni tipiche sui mercati della regione;

3. organizzazione/partecipazione ad eventi mediatici e a carattere culturale che rappresentano un'opportunità per la veicolazione della promozione dell'agroalimentare campano;

4. partecipazione ad eventi promossi da terzi, anche attraverso momenti di degustazione, per veicolare, verso target specifici, la promozione delle produzioni tipiche e tradizionali campane;

5. organizzazione/partecipazione ad eventi su riguardanti la biodiversità, la sicurezza alimentare, la rintracciabilità dei prodotti, manifestazioni a carattere scientifico e, comunque, correlati alla valorizzazione e promozione delle produzioni di qualità dell'agroalimentare campano;

6. realizzazione di azioni di valorizzazione dei prodotti dell'agroalimentare campano anche attraverso attività di monitoraggio, qualificazione e di sviluppo della presenza mercantile dei prodotti delle diverse filiere produttive;

7. partecipazione a programmi complessi di valorizzazione territoriale attivati dall'Assessorato regionale all'Agricoltura e alle Attività Produttive attraverso lo strumento del partenariato e che riguardano intere filiere produttive e i sistemi locali che le sottintendono (Costiera dei fiori, Terre antiche del nocciolo, ecc);

8. organizzazione/partecipazione ad iniziative rivolte al mondo dei giovani per la promozione di un'alimentazione sana di qualità;

9. partecipazione ad iniziative nazionali ed internazionali di straordinaria valenza commerciale, volte a sostenere l'immagine dell'agroalimentare campano ed a rappresentare esse stesse un fattore di crescita;

10. realizzazione di azioni informative di accompagnamento e reportage, attraverso i mass-media (televisioni, radio, redazionali e speciali su stampa periodica specializzata da veicolare anche, negli aeroporti, stazioni ferroviarie e marittime nei periodi maggiore flusso turistico);

CONSIDERATO che l'Assessorato regionale all'Agricoltura e alle Attività Produttive ha promosso e sostenuto il riconoscimento di numerosi marchi collettivi (DOCG, DOC, IGT, DOP, IGP) e che è opportuno incentivare l'adesione delle imprese ai relativi sistemi di certificazione privilegiandone la partecipazione alle attività di promozione comunque attivate;

CONSIDERATO, inoltre, che l'Assessorato ha attivato sistemi di qualificazione su base regionale (Sapore

di Campania, Standard garantito dei fiori, ecc) ed ha incentivato l'adozione del metodo di produzione biologico ed integrato, interessando un numero sempre più consistente di imprese campane, per le quali è altresì opportuno prevedere in via prioritaria il coinvolgimento in dette attività di promozione;

VISTO il Programma "Documento di programmazione degli eventi a supporto del sistema agroalimentare campano 2006" di valorizzazione del comparto agroalimentare per l'anno 2006 elaborato dall'E.R.S.A.C., allegato alla presente deliberazione di cui costituisce parte integrante e sostanziale, e trasmesso con nota n° 710 del 29 marzo 2006, acquisita agli atti d'ufficio del Settore SIRCA in data 29.03.2006 al n 291835, inerente alle iniziative consolidate e alle nuove iniziative programmate per sostenere il processo di penetrazione dell'agroalimentare campano sui mercati regionali, nazionali e internazionali;

PRESO ATTO che il predetto Programma prevede una spesa complessiva di Euro 6.974.208,00 e che la valutazione della congruità della spesa delle singole iniziative da porre in essere, peraltro possibile solo sulla base della progettazione esecutiva, rientri nell'autonoma decisione dell'Ente;

CONSIDERATO che sulla UPB e sui relativi capitoli di pertinenza (2.76.183 - cap. 3506, 3508, 3548, 3549, 3552) dello stato di previsione della spesa di bilancio della Regione Campania per l'esercizio finanziario 2006 risultano appostati in termini di competenza Euro 3.363.000,00;

RITENUTO di dover approvare il Programma "Documento di programmazione degli eventi a supporto del sistema agroalimentare campano 2006" allegato alla presente deliberazione di cui costituisce parte integrante e sostanziale, autorizzando l'Ersac ad individuare le iniziative, da porre in essere con i fondi disponibili e con quelli che si renderanno disponibili sulla UPB di pertinenza, successivamente alla eventuale ridefinizione dello stato di previsione della spesa di bilancio dell'esercizio finanziario 2006, dopo attenta ricognizione e in relazione agli esiti delle istruttorie tecniche, dando priorità a quelle consolidate e in coerenza con le direttive regionali, a quelle che mostrano una effettiva ricaduta sul territorio e a quelle che consentono di operare in sinergia con gli altri soggetti;

RITENUTO altresì di autorizzare l'ERSAC, ad utilizzare le risorse eventualmente disponibili sui propri capitoli di pertinenza ed attinenti alla realizzazione delle iniziative individuate secondo le indicazioni di cui sopra, in attesa dei dovuti accreditamenti e che lo stesso debba predisporre semestralmente una dettagliata relazione sui risultati conseguiti e sull'andamento della spesa;

Propone e la Giunta Regionale, in conformità, a voto unanime

DELIBERA

- di approvare, per i motivi esposti in narrativa che si intendono integralmente riportati nel presente dispositivo, le direttive regionali in materia di promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari esplicitate ed Il Programma "Documento di programmazione degli eventi a supporto del sistema agroalimentare campano 2006", allegato al presente provvedimento di cui costituisce parte integrante e sostanziale, presentato dall'Ente Regionale di Sviluppo Agricolo in Campania;

- di autorizzare l'Ersac ad individuare le iniziative, da porre in essere con i fondi disponibili e con quelli che si renderanno disponibili sulla UPB di pertinenza, successivamente alla eventuale ridefinizione dello stato di previsione della spesa di bilancio dell'esercizio finanziario 2006, dopo attenta ricognizione e in relazione agli esiti delle istruttorie tecniche, dando priorità a quelle consolidate e in coerenza con le direttive regionali, a quelle che mostrano una effettiva ricaduta sul territorio e a quelle che consentono di operare in sinergia con gli altri soggetti;

- di autorizzare l'ERSAC, ad utilizzare le risorse eventualmente disponibili sui propri capitoli di pertinenza ed attinenti alla realizzazione delle iniziative individuate secondo le indicazioni di cui sopra, in attesa dei dovuti accreditamenti e che lo stesso debba predisporre semestralmente una dettagliata relazione sui risultati conseguiti e sull'andamento della spesa

- di disporre la trasmissione all'Assessorato regionale all'Agricoltura e alle Attività Produttive di una relazione semestrale sui risultati conseguiti e sulle spese sostenute;

- di rinviare a successivo decreto regionale dirigenziale adottato dal Settore SIRCA, l'impegno e l'assegnazione delle risorse finanziarie all'Ersac;

- di disporre la trasmissione del Programma di valorizzazione del comparto agroalimentare per l'anno 2006 alla III Commissione Consiliare permanente per l'acquisizione del parere che dovrà essere espresso entro trenta giorni, ai sensi di quanto disposto dal 5° comma dell'articolo 20 della LR n°15 del 26 luglio 2002;

• di inviare il presente provvedimento ai Settori SIRCA e Interventi sul Territorio Agricolo, Bonifiche ed Irrigazioni dell'A.G.C. Sviluppo Attività Settore Primario e al Settore BURC per quanto di competenza.

Il Segretario
Brancati

Il Presidente
Bassolino

**DOCUMENTO DI PROGRAMMAZIONE DEGLI EVENTI
A SUPPORTO DEL SISTEMA
AGROALIMENTARE CAMPANO**

2006



P R E M E S S A

Le pagine che seguono costituiscono il quadro di riferimento in cui collocare quella parte dei compiti istituzionali ricompresi all'art.2 della L.R. 8/78, istitutiva dell'ERSAC. A tal fine , si è fatto ricorso alle fonti statistiche nazionali e regionali per un' analisi dell' evoluzione A.A. a livello interno. Per la stima dell'andamento su estero, sia i dati Banca Italia, sia le fonti ICE hanno trovato conferma nelle elaborazioni della BRI (Bank For International Settlement) consentendo ragionamenti e previsioni di larga attendibilità.

Il “Programma 2006” si caratterizza per lo sforzo maggiore orientato alla crescita dei consumi interni, nazionali e regionali delle produzioni A.A.tipiche e tradizionali e per conseguenti richiami ad un crescente marketing territoriale. Ciò al fine di collocare maggiori quantità di prodotto nella G.D.O. e nei canali commerciali del dettaglio con intensificazione della informazione al consumo sui requisiti di qualità, tipicità, garanzie salutistiche e tracciabilità. Un modo concreto questo di aumentare la quota di valore aggiunto conseguibile e abbattere i costi aggiuntivi da intermediazione e trasporto.

Le stesse scelte operate per le iniziative su estero, costituiscono la risultante delle osservazioni compiute sui principali mercati e privilegiano, in presenza di una congiuntura interna ad economia debole e a bassi indici di investimenti aziendali, mercati di sperimentata affidabilità quali quelli dei Paesi UE, Nord-America, Giappone e, per le implicazioni connesse ad un elevato trend dell'import, la Cina,

sia pure con la prospettiva di costruire un sistema di penetrazione commerciale autenticamente nazionale all'interno del quale la Campania potrà collocare produzioni congeniali al proprio sistema A.A. Dal punto di vista strategico, la scelta delle iniziative, sia di livello fieristico, che in termini di borse-merci, colloca al primo posto la crescita commerciale delle produzioni a marchio collettivo ancora oggi penalizzate sul mercato interno e scarsamente promozionate su quello internazionale.

Peraltro, pur nella sua peculiare caratteristica di comparto fortemente specialistico, l'A.A. esprime, anche nelle opzioni territoriali sedi degli eventi programmati, un' elevata potenzialità di integrazione con altri settori dell'economia regionale concorrendo a un complessivo progetto di unicità di immagine e di complementarità commerciale .

Va riferito , altresì, che le indicazioni delle aziende A.A. , previamente consultate, sono risultate essenziali al fine di costruire un progetto di valorizzazione condiviso e consapevole delle attese delle oltre 600 imprese aderenti ai programmi di promozione e marketing posti in essere dall'ERSAC quale braccio operativo dell'Assessorato per le Attività Produttive.

Un riferimento particolare va destinato alle iniziative di accompagnamento che accrescono la possibilità di affermazione delle nostre produzioni, prime tra tutte quelle a sostegno dei processi di aggregazione dell'offerta dei prodotti di elevata tipicità e tradizione conseguiti nel rispetto di standard quali-quantitativi richiesti dai mercati. L'obiettivo è disporre di adeguata massa critica per aumentare il potere

contrattuale e garantire caratteristiche organolettiche stabili ai fini di fidelizzare il rapporto con i decisori d'acquisto .

Per tali ragioni, il Programma 2006 si avvarrà di azioni di sostegno poste in essere dalle strutture dell'Ente al fine di promuovere e incentivare processi associativi nelle forme societarie più adeguate alle diverse realtà d'impresa.

QUADRO MACROECONOMICO DELL'ECONOMIA MONDIALE

La relazione annuale della BRI assegna all'economia mondiale una notevole crescita – rispetto ai periodi precedenti – dovuta a politiche monetarie espansive e a condizioni finanziarie eccezionalmente favorevoli.

Anche le proiezioni per il 2005- dati ufficiali del periodo non sono ancora disponibili – segnalano la prosecuzione di detta crescita e pressioni inflazionistiche per lo più contenute. Gli andamenti recenti nei mercati finanziari, unitamente ai prezzi petroliferi che lasciano prevedere il persistere di livelli elevati ancora per qualche tempo, incidono sull'economia globale più di quanto attualmente previsto. Il ritorno a livelli più normali dei tassi di interesse a lungo termine, oggi eccezionalmente bassi, potrebbero frenare – tuttavia - la spesa delle famiglie. Tant'è , in numerosi paesi industriali avanzati il debito delle famiglie risulta ancora aumentato a scapito dei risparmi, mentre i disavanzi dei bilanci nazionali rimangono elevati.

Lo slancio **dell'economia mondiale** appare sorprendente sotto vari aspetti. Gli alti tassi di sviluppo delle economie emergenti, infatti, rispecchiano gli spostamenti strutturali in atto nella distribuzione della crescita a livello mondiale che va sviluppandosi su due aree: gli USA e l'Asia emergente. Al tempo stesso, la rinnovata debolezza solleva altrove dubbi legittimi circa la capacità di altre economie avanzate di adeguarsi ai mutamenti del contesto globale. L'ampia variazione nei prezzi relativi di materie prime e manufatti, unitamente alla comparsa di un nuovo gruppo di economie emergenti a crescita dinamica, costituisce – di fatto – un esempio di queste

trasformazioni in essere, fermo restando il forte apprezzamento dell'euro e dello yan nei confronti del dollaro che ha creato non pochi problemi al commercio delle relative aree.

Lo scorso anno il prodotto mondiale è cresciuto di quasi il 5%, tasso più alto degli ultimi 30 anni circa. L'aumento è riconducibile, per oltre la metà, **agli Stati Uniti** che ha ripreso a fungere da motore per lo sviluppo nelle economie avanzate e all'area **dell'Asia emergente**, le cui principali economie vedono porsi come secondo polo di attività su scala mondiale. Le tradizionali grandi economie avanzate, pertanto, attestano ritmi di sviluppo molto più lenti.

La forte domanda statunitense, dunque, e il perdurante e rapido aumento di capacità produttiva in Cina, hanno indubbiamente impresso nuovo slancio al commercio mondiale.

Sebbene le politiche di bilancio siano state meno espansive rispetto agli anni precedenti, l'orientamento monetario favorevole ha continuato a sostenere la crescita mondiale. I tassi di interesse a breve sono rimasti negativi negli Stati Uniti e prossimi allo zero nell'area Euro e nel Giappone. Questo perdurante "sostegno" delle condizioni monetarie e finanziarie si è tradotto in un particolare vantaggio per le famiglie, determinando una rapida crescita del credito in molte aree.

In definitiva, l'espansione USA è stata sempre più in grado di autosostenersi grazie anche al recupero della spesa delle imprese, mentre nell'area Euro e del Giappone resta il perdurare di una congiuntura debole. Più in particolare, **Francia e Spagna** sono riuscite a mantenere lo slancio in virtù di una vigorosa domanda interna mentre il PIL della **Germania** e dell'Italia subisce una contrazione nell'ultimo trimestre dell'anno. Il **Giappone** è entrato tecnicamente in recessione. Analogamente all'area dell'Euro, la domanda interna non è riuscita ad accelerare a sufficienza prima che intervenisse il calo nella crescita delle esportazioni.

Altre economie avanzate sono state colpite meno duramente dal rallentamento ciclico. Il **Regno Unito** è riuscito a mantenere ritmi di crescita interna sostanziali nonostante una decelerazione della spesa per consumi.

Anche in **Svizzera e in Svezia** il rafforzamento della domanda interna ha consentito il permanere di alti tassi di espansione, mentre l'**Australia, Canada e Nuova Zelanda** hanno beneficiato di un netto miglioramento delle ragioni di scambio e di una rigorosa domanda finale interna.

L'espansione in **Cina** è proseguita a ritmi sostenuti nonostante il varo di misure amministrative volte a raffreddare l'economia.

I rincari delle materie prime e l'accresciuta fiducia nelle politiche macroeconomiche hanno favorito la crescita in **America Latina**.

Anche nei **PECO**, l'attività economica è aumentata più rapidamente di quanto inizialmente previsto. Non ultima, l'adesione all' U.E. di otto paesi della regione (1 maggio 2004) ha attratto flussi di capitale, mentre il rapido aumento del credito del tasso di interessi reali in calo hanno intensificato la domanda interna.

In **Africa**, la crescita è stata sospinta dal miglioramento delle ragioni di scambio.

In definitiva, quanto sopra disegna un quadro essenziale di sintesi dell'economia mondiale che vede generalmente una nuova crescita, supportata anche da previsioni a breve che attestano una spinta globale intorno al 4%. Visti i buoni profitti realizzati su scala mondiale anche nel corso del 2005, la spesa delle imprese dovrebbe essere rimasta alta negli **Stati Uniti e in altre aree emergenti**.

Ciò nonostante, la recente evoluzione mette in luce taluni rischi per la crescita mondiale: in primis, i prezzi del greggio che dopo una intensa lievitazione nei primi otto mesi del 2005 non possono definirsi stabilizzati, tantomeno in calo significativo. Le conseguenze potrebbero rivelarsi più serie di quanto previsto. Tali rischi sono, inoltre, accentuati dai recenti sintomi di pressioni inflazionistiche negli States.

In secondo luogo un eventuale ulteriore ritocco percentuale dei tassi di interesse, oggi insolitamente bassi, alla lunga potrebbe frenare la spesa delle famiglie

I punti essenziale, dunque, della dinamica economica mondiale possono essere così sottolineati:

- Pressione inflazionistica contenuta o sostanzialmente invariata;
- Crescita del PIL intorno al 5% con previsioni del 2006 intorno al 4%;
- Crescita economica più accentuata negli USA e in Cina, più contenuta nell'area PECO e in Svizzera, Svezia e Regno Unito;
- Persistente debolezza nell'area Euro;
- In recessione il Giappone;
- Accresciuta credibilità delle politiche monetarie;
- Squilibrio internazionale del risparmio e degli investimenti;
- Possibile progressivo incremento dei tassi di interesse che potranno frenare la spesa delle famiglie;
- Aumenti degli investimenti delle imprese che pur restando deboli tendono ad un rafforzamento dei bilanci;
- Crescita della ricchezza delle famiglie ma accompagnata da un aumento delle passività per crescenti indebitamenti a breve e medio termine;
- Restano elevati nei principali Paesi ad Economia avanzata i disavanzi pubblici, soprattutto strutturali;
- Restano generici gli obiettivi di riduzione del disavanzo.

(La relazione statistico-economica, nella sua interezza, è frutto di una elaborazione del Servizio Produzione Agricola dell'ERSAC su fonti BRI- Bank For International Settlement, ISTAT, INEA, Banca d' Italia, Ministero Attività Produttive

L'ANDAMENTO DEL COMMERCIO AGROALIMENTARE ITALIANO

Linee Generali

I dati ufficiali sono riferiti al 2003, anno in cui si assiste a un sensibile peggioramento della bilancia agroalimentare italiana con un saldo negativo che passa da 6.700 milioni di euro a 7.400 milioni ed un saldo normalizzato (SN) che evidentemente peggiora di circa 1,4 punti percentuali, passando da -15,2% a -16,2%, peggioramento che va visto nell'ambito di una scarsa *performance* complessiva del commercio con l'estero dell'Italia. Sembra interrompersi pertanto il trend di lento ma costante miglioramento degli scambi agroalimentari che avevano interessato tutti gli anni 90', spesso in controtendenza con altri settori dell'economia.

Continua a crescere il peso degli scambi agroalimentari sul totale: per le importazioni tale peso è pari al 10,5%, per le esportazioni si attesta al 7,3%. Il peggioramento del SN è dovuto, quindi, chiaramente all'aumento delle importazioni pari al 2% e ad una diminuzione delle esportazione di un punto percentuale.

Proiettate nel lungo periodo, le tendenze evidenziano comunque un miglioramento dei rapporti commerciali italiani rispetto al resto del mondo. La variazione negativa degli scambi nasconde un dato molto variabile con le diverse aree geografiche: per quanto riguarda le esportazioni, infatti, **le aree verso le quali si accusa una riduzione più sensibile sono il Centro Sud America (-12%) e i PTM (Paesi Terzi del Mediterraneo) (-11%) di contro le vendite non si sono ridotte significativamente nei confronti di aree come il Nord America (-3%) e sono**

rimaste stabili nell'area UE la quale comunque assorbe la maggior parte delle vendite delle quote italiane all'estero pari al 65%.

La quota relativamente alta degli scambi tra l'Italia e l'UE si spiega, in parte, con la **vicinanza fisica** dei Paesi (particolarmente rilevante nel caso dei **prodotti freschi e deperibili**) ma anche come conseguenza della PAC, grazie alla quale il “mercato unico” in agricoltura esiste ed è consolidato da quasi un quarantennio.

Nel complesso, il Nord America resta l'area geografica rispetto alla quale l'Italia mostra il più alto valore del SN (38%) mentre questo assume il valore più basso nel Centro America. Ciò è legato alla struttura del commercio agroalimentare italiano.

Le esportazioni italiane sono, infatti, caratterizzate da prodotti trasformati a valori aggiunti medio alti che si collocano bene soprattutto sui mercati ricchi, sviluppati e sensibili al *made in Italy*.

Ritornando al discorso UE, che resta il principale e miglior cliente per l'export italiano, i prodotti più esportati sono:

- le conserve di pomodoro e pelati (531 milioni di euro)**
- paste alimentari (461 milioni di euro)**
- vini rossi e rosati a D.O. (417 milioni di euro)**
- settore dolciario (22 milioni di euro).**

Passando ai partners, i principali mercati risultano la **Germania**, **Francia**, **Regno Unito e Spagna** tra quelli UE, mentre, a testimonianza dell'importanza dell'export extra-UE, tra i principali clienti si collocano gli **USA** e la **Svizzera**.

E' interessante notare che questi primi 6 partners coprono il 62,6 delle esportazioni.

Di seguito vengono riportati i principali prodotti di esportazione verso le più interessanti aree geografiche:

Germania:

- Vini rossi e rosati a D.O (216 milioni di euro – quota Exp. 5,2 %)
- Conserve di pomodoro e pelati (172 milioni di euro — quota Exp. 4,1 %)
- Pasta alimentari (170 milioni di euro — quota Exp. 3,8 %)

Francia:

- Settore dolciario (112 milioni di euro — quota Exp. 4,9 %))
- Pasta alimentare (102 milioni di euro — quota Exp. 4,5 %))

USA:

- Vini rossi e rosati a D.O. (265 milioni di euro – quota Exp. 14,3%)
- Olio di Oliva (170 milioni di euro- quota Exp. 9,2%)

In generale, la disamina dei comparti dal lato delle vendite evidenzia il dominio delle bevande il cui peso, pari al 20%, è dovuto in larga misura al vino,

seguito dalle paste alimentari (14%), dalla frutta fresca, dai prodotti lattiero caseari e dagli ortaggi trasformati.

Sempre in tema di esportazioni, in molti casi l'UE è il principale mercato di sbocco per oltre all'80% delle vendite all'estero.

Per alcuni comparti, tuttavia, si evidenziano altri mercati: i nuovi Paesi membri, per gli Agrumi (19%), il Nord America per gli oli, il vino e i formaggi.

Il **Centro Sud America e l'Asia**, invece, sono da ritenersi, all'attualità, mercati secondari per le esportazioni; anche alcuni paesi come il **Giappone e la Cina** stanno rapidamente accrescendo i loro acquisti agroalimentari italiani.

Osservando nel dettaglio la composizione merceologica del commercio AA, troviamo la primo posto tra i prodotti esportati **le conserve di pomodoro**, con un peso del 5% sul totale ma in calo del 3%. Seguono tutti i prodotti tipici del *made in Italy* della trasformazione alimentare:

- il vino rosso a D.O., anche se in forte calo , -12%
- la pasta alimentare – 4,5%
- olio di oliva extravergine +2,3%
- settore dolciario -1,6%.

Nel complesso i primi cinque prodotti di esportazione spiegano oltre il 20% del totale export Italia .

NOTE SULL'ECONOMIA REGIONALE

La congiuntura economica in Campania, nel triennio 2002-2004, non è stata favorevole: il PIL a prezzi costanti è diminuito sistematicamente. In un contesto di perdurante debolezza dei consumi delle famiglie il rallentamento riflette la riduzione del valore dell'export e il calo degli investimenti delle imprese. Il maggior impiego dei fondi pubblici da parte delle Amministrazioni locali ha, in parte, contrastato la ridotta crescita dei settori produttivi.

Il V.A. è aumentato a ritmi inferiori in quasi tutti i comparti di attività mentre è **calato sensibilmente nel settore primario.**

La crescita del fatturato delle imprese è rimasto su valori bassi: **la perdita di competitività di prezzo ha causato una riduzione delle vendite nei comparti più esposti alla concorrenza internazionale.**

Da sottolineare la significativa riduzione delle esportazioni con conseguente accumulo di capacità produttiva inutilizzata che ha contribuito a ridurre il tasso di investimento.

Già dal 2003, **i prezzi al consumo** sono aumentati più che nel resto del Paese. Le vendite negli esercizi commerciali sono lievemente cresciuti in valore: **l'incremento è stato più marcato nel comparto alimentare** e per gli esercizi di maggiore dimensione. Tuttavia, la presenza in Campania di strutture della G.D. risulta ancora significativamente inferiore, non solo rispetto alla media nazionale, ma anche rispetto alla media delle altre regione meridionali.

Nonostante il rallentamento degli scambi commerciali, l'evoluzione delle attività negli scali portuali (interscambio di merci e traffico passeggeri) è stata ancora positiva. Nella media degli ultimi 10 anni, i pur consistenti miglioramenti della situazione occupazionale in regione, non sono stati sufficienti a ridurre il divario con la media nazionale nei tassi di attività della popolazione.

Il ritmo di espansione degli impieghi bancari è ulteriormente cresciuto in virtù dei maggiori prestiti concessi alle Amministrazioni locali e alle imprese di minore dimensione.

Nel settore delle famiglie, i mutui immobiliari hanno accelerato ed il loro indebitamento – in rapporto alla ricchezza finanziaria- resta sensibilmente inferiore alla media nazionale. I tassi di interesse sui prestiti sono ancora diminuiti sia per le operazioni a breve termine che per quelle a media e lunga scadenza.

Sul versante delle esportazioni delle imprese, queste sono calate di 1,2 miliardi di euro (-15,2%); nell'ultimo biennio la quota della regione sull'export nazionale si è ridotta di mezzo punto al 2,6%.

La riduzione ha coinvolto la quasi totalità dei settori produttivi ed ha riguardato tutti i principali paesi di destinazione: il 35,4% della perdita complessiva ha riguardato gli **USA**, il 23,1% l'**area dell'Euro**.

In definitiva, appare utile la seguente valutazione schematica del sistema economico campano:

Contesto socio economico

- **carenze infrastrutturali;**
- **tassi di crescita del valore aggiunto inferiori alla media nazionale;**
- **diminuzione del PIL regionale ;**
- **flessione degli investimenti delle imprese;**

Sistema produttivo

- **limitata capacità di esportazione;**
- **grado di indipendenza economica basso;**
- **capacità di attrazione di investimenti esteri modesto.**

FLUSSI COMMERCIALI DELL'AGROALIMENTARE CAMPANO

L'agroalimentare campano è uno dei sistemi produttivi più reattivi e tra i più performanti: la regione, infatti, contribuisce con circa l'8% per le esportazioni. La bilancia agroalimentare è in attivo, frutto della compensazione tra il deficit sistematico (se non endemico) del settore primario e il surplus piuttosto cospicuo dell'industria alimentare.

La Campania occupa il quinto posto nella graduatoria delle esportazioni nazionali di prodotti trasformati e il settimo per quelle del settore primario.

Gli scambi agroalimentari, nel loro complesso, contribuiscono alla bilancia commerciale regionale per il 20%, con un peso simile tanto per le esportazioni quanto per le importazioni, ma tale contributo è completamente sbilanciato a favore dell'industria alimentare.

Le vendite all'estero sono dominate dall'aggregato "conservate di frutta e verdura" che rappresenta quasi la metà delle vendite all'estero di prodotti agroalimentari campani. Il resto riguarda prevalentemente "altri prodotti alimentari" ed i prodotti dell'agricoltura.

Gli scambi commerciali della nostra regione si concentrano essenzialmente nell'area UE, mentre tra quelli non europei, i migliori clienti risultano USA, la Svizzera e la Cina.

AA export Campania per Paese di destinazione

GERMANIA	euro 242 milioni	% su totale	18
REGNO UNITO	euro 190 milioni		14
FRANCIA	euro 133 milioni		10
USA	euro 125 milioni		9
SVIZZERA	euro 54 milioni		4
SPAGNA	euro 23 milioni		2
<hr/>			
TOTALE	euro 767 milioni	% su totale	57%

Come evidenziato dalla tabella, **questi sei mercati assorbono oltre la metà delle esportazioni agroalimentari campane.**

IL COMPARTO ENOICO: FUNZIONE STRATEGICA SUI MERCATI

INTERNO ED ESTERO

Nella disamina delle tendenze del comparto A.A., si distinguono due principali filoni nella commercializzazione delle produzioni di qualità. Il primo costituito da un “grouppage” di comparti merceologici fortemente fidelizzati, il secondo da una gamma di prodotti inseribili, di volta in volta e a seconda delle tipologie di mercato, nel grouppage principale, non di rado capaci di stabilizzarsi con buone performance commerciali.

Si ascrivono a questo secondo segmento i prodotti innovativi e/o più semplicemente, quelli attinti dalla tradizione del territorio che hanno assunto rilevanza produttiva e commerciale.

Appartengono a questo secondo segmento i liquori di agrumi, le paste speciali, la produzione di frutta in soluzioni idroalcoliche, le varianti nella lavorazione dei formaggi a pasta filata, ecc...

E' del tutto ovvio, ricomprendere nella gamma principale dei prodotti stabilizzati e in corso di valorizzazione la pasta, l'olio extra vergine d'oliva, i prodotti lattiero-caseari, le conserve alimentari e l'ortofrutta fresca.

Un discorso a parte deve farsi per il prodotto vino che oggi assolve ad un vero e proprio ruolo di “prodotto bandiera” dell'intero comparto A.A. campano ricoprendo il compito di ambasciatore del territorio e induttore di un marketing territoriale con effetti tonificanti sui settori diversi dell'economia regionale. I

percorsi enogastronomici, “Cantine aperte” e gli agriturismi costituiscono la risultante del più alto livello di investimenti pubblici e privati mai registrato in Campania e quale conseguenza dei P.O.P. 94-99 e dei P.O.R. proiettati dal 2007 al 2013. Hanno conseguito e lasciano sperare conseguano, effetti tonificanti rispetto alle aspettative di sviluppo della economia regionale. In questo contesto, il vino assume carattere strategico se si considera che per ogni 10€ spesi per acquistare vino, il territorio ne incamera altri 50 per acquisti di beni e servizi di contorno.

D’altro canto, ai dati 2004 divulgati da Assoenologi, il vino costituisce, da solo, circa l’ 8% del valore del fatturato A.A. campano insediandosi come prodotto leader al primo posto rispetto alla pasta, agli ortofrutticoli, all’olio d’oliva e ai consumi dei prodotti lattiero caseari.

E’ sembrato , dunque, logico e produttivo meglio evidenziare il ruolo e il peso del comparto enoico in Campania e la sua funzione di trascinamento dell’intero paniere A.A. regionale, motivazione per la quale i Programmi Regionali accordano una particolare valenza a questo comparto e ne finalizzano significative risorse organizzative e finanziarie.

Non a caso, una delle principali leve strategiche del Programma 2006 consiste nell’ampliare le forme di partenariato con Enti ed Organismi impegnati, primariamente, nella valorizzazione della vitivinicoltura: l’Ente Fiere di Verona, l’Unioncamere, Vitigno Italia, Enohobbi, Assoenologi e AIS, U.R.C. e AMIRA, tutti autorevoli partners determinanti per l’affermazione del comparto enoico e, come si è visto, della intera offerta di prodotto tipico e tradizionale A.A. campano.

Del fatto che la Campania vada assumendo un ruolo leader nel panorama nazionale del vino si ha conferma dal successo commerciale e di immagine riscontrato a Shanghai nel Vinitaly China 2005 e dalle brillanti affermazioni delle tipologie di vino campane nel recente Concorso dei Vini del Sud che ha visto la totale partecipazione delle regioni del Mezzogiorno d'Italia. La gamma dei prodotti a marchio collettivo e le maggiori azioni previste in favore delle produzioni campane tradizionali, propongono - anche per l'anno 2006 - i vini D.O.C., D.O.C.G. e I.G.T. al centro dell'offerta campana, sia sui mercati nazionali che esteri aprendo la consolidata immagine del gusto campano a quanto di innovativo e salutistico sarà proponibile ai fini dell'ampliamento della gamma campana. Tutto ciò con occhio attento agli aspetti relativi alle quantità commerciabili, al giusto rapporto qualità-prezzo, alle garanzie richieste dai consumatori in termini di standard qualitativi e trasparenze della informazione relativa ai processi di produzione e al prodotto stesso.

Caratteristiche strutturali settore vitivinicolo:

- Domanda** consumi interni in calo;
in crescita sui mercati Nord Europei e nei Paesi emergenti Asiatici;
- Concorrenza** - accesa in tutta l'area di affari per sovradimensionamento dell'offerta;
- principalmente sul prezzo con aumento delle nicchie;
 - accesa per globalizzazione (mercati cileno, australiano e californiano).
 - a livello U.E. crescente la concorrenza della Spagna connotata da requisiti strutturali in progress, in calo la Francia con elevati quantitativi di invenduto (circa 2 milioni di HI) e tendenza allo svilimento prezzi;
- Produzioni** potere negoziale basso per offerta polverizzata;
disomogeneità degli standard qualitativi;
- Clienti** distribuzione moderna, enocommercio di qualità (enoteche, winebar, ecc..)

Caratteristiche strutturali settore olivicolo:

Domanda	consumi interni stabili; in crescita sui mercati esteri specie negli USA e Giappone, oggi i maggiori importatori ;
Concorrenza	forte pressione specie sui mercati esteri da parte di imprese spagnole più organizzate e competitive sui costi;
Produzioni	potere negoziale basso per offerta polverizzata; disomogeneità degli standard qualitativi; ridotta capacità produttiva;
Clienti	distribuzione moderna; altri canali in declino

Caratteristiche strutturali settore lattiero-caseario:

(con particolare riferimento alla Mozzarella di Bufala Campana dop)

Domanda	consumi in crescita; al Nord maggior preferenza di prodotto preconfezionato; in crescita sui mercati esteri specie in Francia, USA e Giappone;
Concorrenza	accesa per l'ingresso per i grandi gruppi con forti innovazione e intenso utilizzo della leva pubblicitaria; elevata a livello interno per numerosità dei <i>competitors</i> ;
Produzioni	potere negoziale basso per offerta polverizzata;
Clients	distribuzione moderna;

Caratteristiche strutturali settore ortofrutta fresca:

Domanda	consumi più o meno stabili in termini di volume, in calo in termini di valore; in crescita l'attenzione verso il contenuto in servizio e gli aspetti sanitari;
Concorrenza	accesa su tutta l'area di affari; principalmente sul prezzo per scarsi esempi di differenziazione; competizione globale;
Produzioni	potere negoziale basso per offerta polverizzata; disomogeneità degli standard qualitativi; surplus produttivi per mancanza di programmazione;
Clienti	distribuzione moderna; ingrosso: mercato in calo e scarso potere negoziale;

Caratteristiche strutturali settore conserviero:

Domanda	in calo all'estero; costante sul mercato interno;
Concorrenza	accesa per sovradimensionamento dell'offerta; elevata a livello globale per numerosità dei <i>competitors</i> (su tutti Cina, Spagna) ;
Produzioni	potere negoziale basso per offerta polverizzata, per mancanza di differenziazione e innovazione tecnologica; il pomodoro San Marzano dop, copre quantitativi di produzione non significativi e deboli per l'esercizio dell'effetto di trascinamento nei comparti del "lungo campano" di altre varietà. Necessita di una politica di compattazione dell'offerta e di ulteriore risonanza mediatica;
Clienti	distribuzione moderna;

OSSERVATORIO PERMANENTE

L'esigenza di calibrare le azioni dell'Ente sul mercato interno e internazionale al fine di validare le scelte strategiche del programma e il posizionamento logistico sui mercati, rende necessaria la costituzione di un'osservatorio permanente per il quale con atto a parte la direzione generale ha costituito uno specifico gruppo di lavoro. Tale gruppo costituirà un elemento di supporto articolato per funzioni, ed attività di ricerca e elaborazione di dati, da affidarsi all'Università di Portici, in forma di convenzione, per i seguenti riferimenti:

- consumi alimentari,
- scelte dei prodotti e frequenza degli acquisti,
- analisi dei prodotti,
- elaborazione sul mercato interno e in forma monografica per grandi aree

internazionali.

L'obiettivo consiste nel poter disporre di indicazioni e studi di supporto alle decisioni di marketing delle imprese secondo un'ottica di innovativa e concreta spendibilità.

Per il dettaglio di sintesi si fa riferimento alla scheda specifica.

Collegato all'osservatorio permanente sono il sito web, in corso di realizzazione www.ersac.eu, quale moderno strumento di lavoro al servizio delle organizzazioni e imprese campane.

Il sito costituisce elemento di sinergia con l'osservatorio permanente, ne ottimizza l'alto livello di specializzazione e di comunicabilità, con l'obiettivo di disporre di un portale dell'agroalimentare in Campania quale vettore di un'offerta completa e qualificata del territorio nel suo insieme e dei fattori economici che esso esprime dall'agricoltura, all'industria alimentare, alla gastronomia, all'associazionismo, all'agriturismo e, più in generale alla cultura.

EVENTI PROMOZIONALI PROGRAMMATI IN AMBITO REGIONALE

Si fa necessario riferimento alle priorità accordate ai “grandi eventi” da realizzare in forme intersettoriali soprattutto nei grandi centri urbani e nelle aree metropolitane aggregate, priorità ampiamente motivate dalla verificata possibilità di coinvolgimento di grandi masse di consumatori, dalle ampie ricadute in termini comunicazionali di immagine, dall’effetto di trascinamento del consumo, da quello moltiplicatore degli investimenti rispetto ai fatturati conseguibili.

Coerenti con questa strategia, risultano essere i “grandi eventi” programmati nei maggiori centri urbani della regione, riproponibili ai livelli nazionali e internazionali attraverso forme di partenariato con strutture associative giuridicamente riconosciute, Consorzi di tutela e Centri Istituzionali quali gli Istituti di Cultura, le Ambasciate, i Consolati e l’ICE.

Rientrano in questo ambito la partecipazione, per il secondo anno consecutivo, alla **“Notte Bianca di Napoli”, Il Concorso Ippico in P.zza del Plelbiscito a Napoli, la Biennale del Mare**

INIZIATIVE PROMOZIONALI PROGRAMMATE IN AMBITO

TERRITORIALE

L'attività di promozione e valorizzazione esperita dall'Ente nell'ultimo quinquennio ha costituito la risultante di indirizzi e impulsi specifici pervenuti dall'Assessorato all'Agricoltura. Tali indicazioni, peraltro coerenti con la strategia di valorizzazione dei programmi annuali sono stati attuati attraverso una serie di iniziative promozionali sul territorio campano, tenuto conto del basso indice di consumo delle produzioni autoctone e nella prospettiva di incentivare la presenza delle produzioni tipiche sui mercati della regione.

In realtà, la presentazione dei tipici nostrani sui mercati locali ha sortito verificabili effetti promozionali e la stessa percentuale del consumo campano è cresciuta di oltre 5 punti percentuali con picchi del 18-20% nel comparto vini DOC/DOCG a tutto svantaggio dei prodotti extraregionali.

In buona sostanza, pur ribadendo l'opportunità di accrescere e consolidare sul mercato campano l'incentivazione al consumo dei prodotti tipici autoctoni, l'esigenza di ottimizzare il rapporto costi/benefici induce a concentrare al massimo gli sforzi puntando su iniziative di accertata valenza. Queste ultime dovranno scaturire da un necessario e più intenso livello di concertazione con gli Enti territoriali (Province, Comuni, C.M.), caratterizzarsi per requisiti di continuità, assumere priorità se strettamente correlate alla valorizzazione delle produzioni

tipiche espresse dal territorio e, più in particolare, a quelle colture di vasta diffusione territoriale in itinere di riconoscimento di Origine.

Peraltro, le iniziative interessanti il territorio regionale dovranno inserirsi in un contesto aperto alle rinnovate esigenze di promozione espresse dalle diverse aree produttive regionali, privilegiando quelle opportunità che garantiscano massima visibilità alle produzioni, più ampie ricadute promozionali e, soprattutto, un rapporto diretto con gli operatori del mercato.

E' in questo contesto che debbono iscriversi le azioni proposte dal calendario-programma considerate utili perché espressioni di una maggiore valenza in ambito provinciale, capaci di richiamare un buon numero di operatori e di pubblico, in grado di ampliare ed accrescere gli obiettivi di partenza.

Va da sè che le politiche territoriali, pur nelle autonome strategie degli Enti e/o Organismi di promozione trovano un elemento unificante nell'indirizzo dell'Assessorato per l'Agricoltura e le Attività Produttive anche uniformando comportamenti e sinergie utilizzando i nuovi strumenti di concertazione, primo tra tutti la costituita *Cabina di Regia* regionale.

E' in tale ottica che assumono proponibilità eventi quali: **Terra Mia di Atripalda e il Borgo in festa di Castelvete**, nonché altre manifestazioni in cui il legame territorio-tipicità esprime forti potenzialità di sviluppo delle economie locali, tra queste "Vesuvio che produce", evento teso alla valorizzazione delle tipicità tradizionali dell'area vesuviana da S. Giorgio a Cremano ai Monti Lattari,

vale a dire in un contesto zonale di livello intercomunale caratterizzato da forte omogeneità produttiva.

A sostegno delle produzioni vitivinicole regionali, sia pure nell'ottica della previa intesa con gli Enti territoriali impegnati nell'attività di promozione, si potrà ipotizzare di confermare iniziative a sperimentato risultato promozionale, come: **“Anteprima Vinitaly”**, **“Vitigno Italia”**, **“Med-Vinischia”** e non ultima la **“Fiera enologica”** di Taurasi, nonché l'iniziativa **“Donne del vino in Campania”**, evento di valorizzazione dell'enogastronomia regionale, guidato dalla sezione campana dell'Associazione **“Le Donne del Vino”**. Le iniziative prevedono una parte convegnistica, momenti degustativi e workshop destinati a un target di operatori professionali e giornalisti.

Nella provincia di Salerno, si riproporranno rispettivamente: **“Il Carciofo di Paestum”**, **“La Cipolla ramata di Montoro”** e **“Gustaminori”** che permetterà il massimo coinvolgimento con il settore turismo, artigianato e culturale della Regione.

Alla stregua di quanto sopra, si potrà ipotizzare una serie di eventi a supporto delle produzioni tipiche campane, nell'ambito di eventi mediatici o di rassegne musicali e/o di valenza culturale comprendenti le seguenti iniziative: **“Cartoons on the bay”** di Positano, **“Mozartbox”** che si realizzerà nelle Ville Vesuviane, **“La rassegna di musica etnica di Summonte”** ed infine l'appuntamento internazionale di **“Neapolis”**. Non saranno, altresì, trascurati eventi regionali quali **congressi e manifestazioni promossi** dagli Organismi di

rappresentanza e tutela degli interessi imprenditoriali e/o dei lavoratori che possono costituire momenti maggiormente mirati a target specifici. Un nuovo percorso per la promozione delle produzioni tipiche e tradizionali, attraverso il quale valorizzare e promuovere il consumo di produzioni di qualità. Al fine di corrispondere, all'esigenza di uno studio e di un'azione divulgativa sull'importanza della "biodiversità", sulla "rintracciabilità dei prodotti" campani e sulla "sicurezza alimentare": argomenti di grande attualità, si realizzerà la mostra-convegno "**Biodiversità: natura, coltura e culture del Mediterraneo**".

Sul piano delle attività rivolte al territorio, i positivi risultati conseguiti dalla struttura zootecnica dell'Ente incoraggiano e motivano lo sforzo in favore della promozione delle produzioni bovine, suine ed ovicaprine delle aree interne della regione.

Negli interventi a sostegno finalizzati alla valorizzazione si prevedono iniziative di carattere strettamente tecnico come:

- 1) azioni di sviluppo del comparto carne bufalina, in termini di presenza mercantile sia nella G.D.O. che nella cultura dell'alimentazione regionale ed extra regionale;
- 2) azione di qualificazione e miglioramento qualitativo dei prodotti lattiero-caseari della Campania;
- 3) azioni di monitoraggio delle aree ad esclusivo e prevalente indirizzo zootecnico, del patrimonio zootecnico esistente e delle produzioni foraggere.

Al di là degli interventi nel comparto delle produzioni bovine si segnala, in particolare, la dorsale appenninica del Sannio beneventano e dell'Alto Tanagro, fortemente caratterizzata da **allevamenti di capi ovicaprini**. Anche in questo caso, la dimensione zonale costituirà l'areale d'intervento dove l'Ersac - in sinergia con le Comunità Montane - potrà in essere iniziative di valorizzazione delle rispettive produzioni lattiero-casearie. Si segnalano, a mò di esempio valido, le iniziative : **“I Sentieri dei Pastori”** e **“La Turniata” di Ricigliano**.

PIANIFICAZIONE DELLE INIZIATIVE IN AMBITI NAZIONALE E INTERNAZIONALE

In riferimento alle azioni di valorizzazione delle produzioni agroalimentari programmate nel 2006, sono state individuate quelle manifestazioni consolidate e a sperimentata ricaduta commerciale. Particolare attenzione è stata dedicata alle iniziative rivolte a promuovere un' alimentazione sana e di qualità, alle manifestazioni di carattere scientifico ed a quelle rivolte al mondo dei giovani.

Assume , nell'anno corrente, particolare importanza l' organizzazione della **“Selezione dei Vini Campani 2006”** da calendarizzare nel mese di giugno. La **“Selezione”** costituisce, da oltre dieci anni, un appuntamento biennale consolidato per la produzione enologica regionale; è approvata ed autorizzata dal MiPA, e gestita sotto la qualificata direzione tecnica dell'Associazione Enologi ed Enotecnici Italiani che garantisce l'autorevolezza degli esiti concorsuali e la valenza tecnica dei risultati, punto di riferimento della evoluzione qualitativa delle tecniche enologiche campane.

A livello nazionale, la strategia operativa prevede l'impegno prioritario da assolvere a sostegno della partecipazione regionale al **Vinitaly-Sol** (preceduto dalla consueta Anteprima Vinitaly) in programma nel mese di aprile 2006, teso a consolidare ed accrescere l'alto livello qualitativo della edizione 2005, che ha irrobustito l'immagine ed il prestigio della Campania, delle sue produzioni

vinicole ed olearie presenti al S.O.L. nel contesto dello stesso evento fieristico scaligero.

Sulla scorta dell'interesse che ha suscitato la presenza della Regione Campania alla edizione 2005 del **Macfrut** di Cesena, al fine di corrispondere alle crescenti richieste e sollecitazioni delle associazioni di categoria, si rende necessario assicurare la partecipazione alla manifestazione anche per l'edizione 2006. La esigenza di partecipazione al Macfrut scaturisce dalla crescente domanda di partecipazione di imprese, singole ed associate, alla più significative rassegne del "*Fresco*" a livello nazionale.

Il 2006 si caratterizza per l'organizzazione delle più importanti fiere agroalimentari nazionali : **Mia/MSE di Rimini** e **Cibus** Parma, iniziative che da sempre registrano una positiva partecipazione dell'Ente e che suscitano un grande interesse da parte dei produttori campani.

Il 2006 vede in calendario **Euroflora** di Genova, dal 21 aprile al 1 maggio, irrinunciabile appuntamento quinquennale per il mondo floricolo. Nella precedente edizione Euroflora ha rappresentato una vetrina eccezionale per la regione Campania, insignita dei più prestigiosi premi nei concorsi organizzati per la manifestazione ed elemento di visibilità e confronto del comparto floricolo regionale in crescente trend di crescita a livello nazionale ed europeo.

In riferimento al programma da realizzare sul territorio estero, la priorità sarà attribuita ai mercati che negli ultimi anni hanno fatto registrare e che lasciano prevedere un costante andamento della domanda di prodotto italiano e

campano in particolare con prevedibili fattori di crescita: Giappone, Nord America, e mercato UE, quest'ultimo quale tradizionale cliente campano. In questi scenari mercantili a consolidata affidabilità commerciale sono in corso di definizione progetti di valorizzazione delle produzioni agricole regionali da realizzare in partenariato con le delegazioni commerciali dell'ICE, quale tramite dei maggiori buyers, della G.D.O. e dei livelli istituzionali italiani nei rispettivi paesi. Rientrano in questo contesto le previste partecipazioni ad eventi di straordinaria valenza commerciale quali **Fruit Logistica** di Berlino, **Foodex** di Tokyo ed **Alimentaria** di Barcellona, nonché **Prowein 2006**, iniziativa, quest'ultima, rivolta ad un target particolare costituito quasi esclusivamente da importatori e ristoratori. Da segnalare l' **iniziativa di valorizzazione con la GDO ad Anversa, Biofach**, fiera internazionale dedicato alle produzioni biologiche e "**la Dolce Vita**", evento intersettoriale dedicato all'italian lifestyle, in programma nel Regno Unito rispettivamente nei mesi di febbraio e marzo 2006.

Nell'ambito della manifestazione londinese, che trova un naturale collegamento con l'ottima collocazione dei prodotti campani da Harrod's nel 2004, sono previste una serie di azioni collaterali, fra le quali figura la presentazione di volumi dedicati alla cucina e alle tipicità campane, eventi questi di livello divulgativo e culturale riproposti in occasione delle principali manifestazioni di valorizzazione a cui l'ERSAC parteciperà anche in USA.

Nel mese di luglio è prevista la partecipazione al **Summer International Fancy Food Show** in programma a New York e, contestualmente la

organizzazione di eventi da realizzare in concertazione con partners di sperimentata valenza ed affidabilità, quali l'ICE, l'Istituto Italiano di Cultura, i Centri di Comunicazione specializzati, le Organizzazioni italiane per l'estero del mondo dell'ospitalità e della ristorazione. Rientra in questa metodologia operativa la riprogrammazione delle iniziative realizzabili presso gli Uffici della Regione Campania in USA.

L'esigenza di sviluppare azioni promo-pubblicitarie volte a promuovere i prodotti tipici dell'agroalimentare regionale, in particolare i DOC, DOP e IGP, motiva la riproposta anche per l'anno 2006 di utilizzare, realizzando azioni informative di accompagnamento e reportage, i mass-media e – più segnatamente – le principali emittenti radio-televisive nazionali e regionali a largo spettro di diffusione e “share” consolidati. Per ciò che attiene la carta stampata, prioritariamente le iniziative si rivolgono alle seguenti testate: inserzione su **Codice dell'Informazione ed.2006** e l'iniziativa editoriale **“Le ricette tipiche della Campania”** - comune per comune con abbinamento dei vini – ed. Pubblitaf. La prima per essere abituale e reiterato canale informativo sulle attività dell'ERSAC, il secondo per essere pubblicazione specifica inerente il settore agroalimentare e il territorio (Pubblitaf). Non sarà parimenti trascurata la promozione delle produzioni tipiche e dei territori di produzione utilizzando come vettore comunicazionale gli aeroporti, le stazioni ferroviarie ed i porti che, in occasione dei periodi di maggiore flusso turistico, rappresentano un potente amplificatore. Parimenti si ripropone l'opportunità di affiancare determinati

eventi con redazionali e speciali da proporre a mezzo stampa periodica specializzata.

Come è facilmente comprensibile, la individuazione di una serie di iniziative di livello macroterritoriale, nazionale ed estero, risponde a criteri di accertata potenzialità di ampliamento commerciale, costituisce una coerente risposta alle valutazioni ed alle attese delle imprese A.A., rilevate dalla costante somministrazione dei questionari di gradimento nel corso della realizzazione del “Programma 2005”, non trascurando l'accantonamento di iniziative considerate, in forza delle valutazioni tecniche delle strutture ERSAC e delle stesse Aziende A.A., non rispondenti alla convenienza imprenditoriale e alla ottimizzazione dei rapporti costi-benefici dell'investimento di risorse pubbliche.

L'intero piano di azioni 2006 rifugge da eventi promozionali o di valorizzazione commerciale improntati alla episodicità e ancor meno alle astrazioni di valutazioni, sia pur di livello macroeconomico, collegato ad analisi di mercato coerenti con le informazioni statistiche e i trend di consumo in atto.

Ulteriore elemento distintivo del Programma 2006 è costituito dalla modularità delle iniziative proposte in cui, per l'appunto, il settore A.A. costituisce un modulo specifico pienamente integrabile con ulteriori settori della economia regionale quali il turismo, l'artigianato, la cultura, in tal guisa da caratterizzare l'immagine della Campania in una sorta di “unicum” economico distinto per specificità delle varie offerte e, comunque, riconducibile ad una

proposta unica costituita da beni e servizi facenti parte di una unica strategia integrata.

Ciò al fine di accrescere le potenzialità economiche delle produzioni agroalimentari e o degli altri settori dell'economia che la regione esprime.

Proprio in forza di questa peculiarità, il Programma a supporto dell'A.A. campano elaborato dall'ERSAC si presta a forme di integrazione con altri Organismi protagonisti che concorrono alla crescita della offerta economica che la Campania esprime e, pur preservandone le prerogative di alto profilo specialistico, facilita la costruzione di ogni possibile sinergia in cui le produzioni tipiche e tradizionali assumono carattere di centralità nelle strategie di un moderno marketing o di collateralità quale comparto ottimizzatore della proposta di settori economici diversi e, comunque, complementari; ivi ciò il caso della BIT di Milano che costituisce un esempio concreto.

Le pagine che seguono raggruppano in forma elencativa gli eventi e le manifestazioni più significative distinte negli ambiti regionale, nazionale ed estero ma, al di là del quadro sinottico e delle previsioni di impegno delle risorse dedicate alle singole iniziative, il Programma sintetizza ogni singolo obiettivo prescelto a mò di scheda specifica al fine di fornire una immediata cognizione sul contenuto della proposta, sui soggetti collaboratori, l'articolazione della iniziativa e la tipologia delle aziende partecipanti.

In definitiva si è inteso confermare lo schema di pianificazione delle attività di promozione A.A., sia quale elemento portante della strategia di marketing sia

quale strumento di sostegno alle imprese singole e, in particolare, alle cooperative e loro consorzi, al fine di evitare soluzioni di continuità rispetto al metodo di lavoro seguito nella passata consiliatura regionale, metodo che ha garantito i necessari elementi di giudizio alla Giunta Regionale e la stessa quantificazione delle risorse dedicate.

EVENTI REGIONALI

Manifestazione:

Exposudhotel

Napoli - Mostra D'Oltremare
29 gennaio/2 febbraio 2006

Iniziativa:

E' la più importante rassegna fieristica del settore Hotel, Ristorante e catering del Centro-Sud d'Italia, vetrina di primaria rilevanza nel panorama nazionale ed europeo delle manifestazioni di settore.

Soggetti collaboratori:

EAMO e Promhotel Italia

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.
--

Manifestazione:

**61° Congresso Nazionale AEEI
Campania**

Iniziativa:

La partecipazione dell'ERSAC all'iniziativa intende cogliere le opportunità promozionali offerte dall'organizzazione, in Campania del prossimo Congresso Nazionale AEEI, per sostenere il comparto vitivinicolo regionale.

La manifestazione vedrà confluire nella nostra regione i massimi esperti dell'enologia italiana, operatori del settore e stampa specializzata.

Soggetti collaboratori:

AEEI

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di aziende enoiche campane

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 40.000,00

Manifestazione :

Anteprima Vinitaly
Ravello, 26 marzo 2006

Iniziativa:

L' iniziativa è ormai un consolidato evento annuale programmato come presentazione del mondo enologico campano al Vinitaly di Verona . Costituisce un momento di specifica attenzione dei media, degli operatori e di un vasto target di esperti e appassionati del vino campano, presentato attraverso una serie di degustazioni guidate da enotecnica e sommeliers.

Soggetti collaboratori:

AIS Campania

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto vitivinicolo campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 25.000,00

Manifestazione :

Memorial day Contiero
Napoli, marzo 2006

Iniziativa:

L'iniziativa vuole valorizzare al meglio le produzioni campane tipiche e di qualità rendendo omaggio alla figura professionale di Silvano Costiero, un Maestro della Ristorazione, che attraverso la sua intera carriera approdata alla direzione di grandi alberghi, tra cui l'Excelsior di Napoli, e al riconoscimento, primo in tutto il sud Italia, della carica di Food and Beverage Manager, ha testimoniato la qualità e l'unicità della cucina campana e dei prodotti agroalimentari tipici della nostra regione, diventandone ambasciatore nel mondo. L'iniziativa si articolerà attraverso lo svolgimento di un concorso tra professionisti maitre d'hotel, chefs di cucina e barman e tra allievi provenienti dalle classi 3° dei corsi di sala, bar e cucina di un Istituto alberghiero campano. I vincitori saranno premiati nel corso di una serata appositamente realizzata presso una struttura alberghiera campana. Obiettivo dell'iniziativa è l'educazione degli operatori dell'ospitalità all'uso di produzioni tipiche e della tradizione campana. Su questa direttrice il concorso coniuga saperi di cucina e prodotti a marchio della regione.

Soggetti collaboratori:

AMIRA (Associazione Maitres Italiani Ristoranti e Alberghi), U.R.C.C. (Unione Regionale Cuochi Campani); A.I.B.E.S. (Associazione Italiana Barman e Sostenitori).

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

Manifestazione :

**Eno Hobby – Vini Campani nel confronto qualità –
prezzo - tipologia**
Napoli, marzo 2006

Iniziativa:

La manifestazione vuole sostenere e diffondere la conoscenza dei vini campani propagandandone la peculiarità attraverso un confronto diretto tra le varie tipologie al fine di premiare il migliore rapporto qualità – prezzo.

Soggetti collaboratori:

AMIRA (Associazione Maitres Italiani Ristoranti e Alberghi), E.R.S.A.C. , ENO HOBBY CLUB NAPOLI;

**Articolazione della partecipazione
dell'ERSAC:**

L'Ente coordinerà sia la partecipazione di una selezione qualificata delle imprese agroalimentari regionali che l'organizzazione della serata di premiazione nel corso di una degustazione di prodotti tipici regionali.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente .

Manifestazione: “**Tesori e sapori dell’Antica Nuceria Alfaterna**”
Nocera, marzo 2006

Iniziativa: L’iniziativa si pone l’obiettivo di divulgare e valorizzare i prodotti agroalimentari tipici e a marchio collettivo dell’agro nocerino-sarnese. Consiste in un expò da realizzare presso la sede del Consorzio di Bonifica di Nocera, con l’organizzazione di convegni sui temi trattanti le potenzialità del turismo artistico enogastronomico dell’area. L’evento avrà l’obiettivo di coinvolgere la ristorazione locale, il sistema produttivo e turistico locale.

Soggetti collaboratori: Comune di Nocera Inferiore, ERSVA, EPT di Salerno e Consorzio di Bonifica.

Aziende partecipanti: 30 aziende dell’area nocerino-sarnese

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 10.000,00

Iniziativa:

**Eventi promozionali durante gli incontri di
COPPA DAVIS**

Torre del Greco, 7/9 aprile 2006

L'ERSAC parteciperà a una serie di eventi espositivi e degustativi nel corso del prossimo incontro di Coppa Davis con il Lussemburgo che si terrà allo Sporting Club di Torre del Greco.

La manifestazione vedrà confluire nella nostra Regione: "opinion leader", partners commerciali, operatori del settore sportivo e stampa specializzata con il coinvolgimento di altri poli produttivi regionali: il Tari di Marcianise; il Polo Orafo Regionale, il Centro Moda, l'arte presepiale, le ceramiche di Vietri ecc.

Soggetti collaboratori:

Sporting Club di Torre del Greco
ERSVA; EPT

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di aziende agroalimentari ed enoiche campane

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 100.000,00

Manifestazione :

**Rassegna enogastronomia “Terra mia”
Atripalda (Av), aprile 2006**

Iniziativa:

L' iniziativa si propone di realizzare una sinergia di valorizzazione fra tutte le produzioni tipiche campane, e in particolar modo delle aree interne, attraverso l'organizzazione di momenti di degustazioni guidate, dirette ad un pubblico selezionato.

Soggetti collaboratori:

STAPA – CEPICA (AV)
Provincia di Avellino e CCIAA di Avellino

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano con particolare riferimento alla realtà produttiva avellinese.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 30.000,00

Manifestazione :

***Biennale del mare
Napoli, aprile 2006***

Iniziativa:

L'iniziativa, consolidatasi nel corso degli anni, ha l'obiettivo di valorizzare e promuovere i prodotti tipici e il comparto ittico regionale . Il progetto prevede un convegno incentrato sul confronto tra le produzioni campane e i "competitors" dell'area del Mediterraneo. Rappresenta inoltre una ulteriore occasione di valorizzazione dell'intero paniere dei tipici campani di qualità.

Soggetti collaboratori:

Associazione Nautica Regionale, EPT

***Articolazione della partecipazione
dell'ERSAC:***

L'ERSAC presenzierà con un proprio spazio espositivo.

Aziende partecipanti:

20/30 in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 100.000,00.

Manifestazione :

“ Expò delle produzioni tipiche dell’Ufita”
Vallesaccarda (Av), marzo- aprile 2006

Iniziativa:

L’expò di Vallesaccarda si presenta come un ‘occasione appetibile per la promozione culturale, architettonica ed enogastronomica della Comunità Montana dell’Ufita. L’ iniziativa si propone di realizzare una sinergia tra diversi Enti per la valorizzazione di tutte le produzioni tipiche dell’ area attraverso l’organizzazione di momenti di degustazioni guidate di olii, vini, prodotti di pasticceria e paste artigianali. Sono previste, inoltre, mostre fotografiche e artistiche, eventi spettacolari e convegni di settore.

Soggetti collaboratori:

Comune di Vallesaccarda – Comunità Montana dell’Ufita

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell’agroalimentare campano con particolare riferimento alla realtà produttiva avellinese.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

Manifestazione:

**“Le donne e il vino”
Napoli, aprile-giugno 2006**

Iniziativa:

La manifestazione intende diffondere i risultati della ricerca enologica e della produzione vitivinicola campana e nazionale lungo tutta la filiera attraverso la pubblicazione dei relativi atti, le risultanze e le proposte scaturite dal convegno nazionale. L'evento rappresenta un momento fondamentale per lo studio dei problemi e delle tematiche afferenti la presenza delle donne produttrici e sommeliers in questo settore produttivo esaltando attraverso momenti degustativi e mini-stage la qualità dei vini DOCG e DOC della Campania.

Soggetti collaboratori:

Associazione Nazionale “Le donne e il vino”- AIS

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC presenzierà all'evento al fine di promuovere il comparto enologico regionale. In occasione del convegno saranno organizzati rilevanti momenti di promozione, valorizzazione e occasioni di degustazioni dei vini DOCG e DOC campani.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto enologico campano.

Tabella di Spesa

Costo complessivo euro 25.000,00

Manifestazione:

**Maggio Dei Monumenti 2006
Napoli e Salerno, maggio 2006**

Iniziativa:

La kermesse turistica di “Maggio dei monumenti” permetterà nelle città di Napoli (Palazzo Crispi) e Salerno di promuovere contemporaneamente il binomio prodotti tipici/offerta turistica, prevedendo momenti espositivi nei principali punti delle città. L’Iniziativa sarà un grande contenitore promozionale per il food e il turismo campano.

Soggetti collaboratori:

EPT provinciali, Comune di Napoli e Salerno, Associazione Maggio dei Monumenti e CDP relazioni pubbliche

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC coordinerà l’organizzazione di convegni tematici e la definizione di tour enogastronomici campani. Saranno altresì assicurate azioni di informazione/divulgazione presso aeroporti, stazioni marittime e ferroviarie a sostegno dei prodotti tipici campani.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 100.000,00

Manifestazione:

Carciofo di Paestum (SA)

maggio 2006

Iniziativa:

L'iniziativa, consolidatasi nel corso degli anni, ha l'obiettivo di valorizzare e promuovere i prodotti tipici dell'area archeologica e della Piana del Sele, fra tutti, il Carciofo di Paestum ed i vini DOC.

Rappresenta inoltre una ulteriore occasione di valorizzazione dell'intero paniere dei tipici campani di qualità.

Soggetti collaboratori:

Associazione permanente "Festa del Carciofo di Paestum".

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC presenzierà con un proprio spazio espositivo.

Aziende partecipanti:

20/30 in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 10.000,00.

Manifestazione:

**“Come & taste”
Maggio 2006**

Iniziativa:

L'evento prevede la realizzazione di promopoint nelle hall dei maggiori alberghi della ns regione, in particolar modo di quelli di Napoli, delle costiere, delle isole e di Salerno, dove i numerosi turisti italiani e stranieri che visiteranno le città in occasione di “Maggio dei Monumenti”, potranno conoscere e degustare i prodotti tipici campani. A corredo dell'evento, sarà realizzata un'ampia attività promo-pubblicitaria finalizzata a dare la massima eco all'iniziativa attraverso il coinvolgimento dei media.

Soggetti collaboratori:

Breakpoint ADV, strutture alberghiere della Campania, EPT, ERSVA

Aziende partecipanti:

L'ente sosterrà l'attività promozionale con momenti degustativi ed espositivi delle principali realtà produttive della regione.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 15.000,00

Manifestazione:

**“Terrazze e Giardini”
Napoli, Mostra d’Oltremare, 5/7 Maggio 2006**

Iniziativa:

L’evento si propone come grande vetrina per il mondo della florovivaistica, evidenziando le innovazioni, gli accessori e i nuovi arredamenti per giardini e terrazzi. L’iniziativa è caratterizzata da 4 aree: l’“Exhibition Area” per il florovivaismo, il “Food Area” per la ristorazione a tema e le tipicità campane, “Event area” dedicata alla musica blues e Jazz” e la “Ikebana area” destinata all’arte giapponese della composizione floreale. La manifestazione vuole essere un punto di riferimento settoriale e garantire alle aziende partecipanti una vasta platea di potenziali clienti.

Soggetti collaboratori:

Mostra d’Oltremare. Conflomer, Global expò;

Aziende partecipanti:

L’ente sosterrà l’attività promozionale con momenti espositivi delle principali realtà produttive della regione.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 15.000,00

Manifestazione:

Premio Ippico Internazionale
Napoli, Piazza Plebiscito – 16 maggio 2006

Iniziativa:

Riproposto in seconda edizione - nella splendida cornice di Piazza Plebiscito – il concorso è teso a coniugare la consolidata accoppiata “Sport e tradizione” diventando un momento di festa e di incontro nel cuore di Napoli animandosi di eventi spettacolari, di esposizione di prodotti tipici, di degustazioni con grande possibilità di incontro per le aziende di confrontarsi con operatori commerciali e giornalisti specializzati.

Soggetti collaboratori:

Associazione Ippica Nazionale, Assessorato Attività Produttiva, EPT

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC presenzierà all'evento al fine di promuovere il comparto agroalimentare regionale. In occasione del convegno saranno organizzati rilevanti momenti di promozione, valorizzazione e occasioni di degustazioni dei vini DOCG e DOC campani.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto agroalimentare ed enologico campano.

Tabella di Spesa

Costo complessivo euro 40.000,00

Manifestazione:

**1° Salone del vino da vitigno autoctono italiano
“Vitigno Italia”
Napoli, giugno 2006**

Iniziativa:

Il salone presenta le nuove produzioni di vini da vitigni autoctoni italiani, valorizzando il valore della tradizione enologica italiana e campana. L'evento rappresenta un vero “laboratorio” di confronto enologico con gli esperti, i produttori, gli operatori professionali e i giornalisti del settore. L'AIS curerà una serie di degustazioni guidate alla scoperta dei “nuovi vini” e un concorso enologico per premiare il migliore “vino autoctono”, selezionato da 100 appassionati non professionisti. Saranno condotti esperimenti musicali, in collaborazione con radio nazionali, per individuare le musiche che maggiormente si “abbinano” ed esaltano le emozioni dei piaceri del vino. L'iniziativa, inoltre, rappresenterà per il “turismo del vino” l'occasione per promuovere i nuovi itinerari turistici gastronomici legati alle produzioni enologiche autoctone.

Soggetti collaboratori:

Associazione Vitigno Italia – Società Sogef - AIS

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC presenzierà all'evento al fine di promuovere il comparto enologico regionale. In occasione del convegno saranno organizzati rilevanti momenti di promozione, valorizzazione e occasioni di degustazioni dei vini DOCG e DOC campani.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto enologico campano.

Tabella di Spesa

Costo complessivo euro 40.000,00

Manifestazione:

PASTAmania 2006
Napoli, 1/4 giugno 2006

Iniziativa:

Vetrina settoriale che offre ampia visibilità allo stile alimentare mediterraneo, attraverso un itinerario che ripercorre le rotte del grano, delle macchine e degli uomini nell'arte di "produrre pasta" e di esportarla in tutto il mondo. Grande contenitore, il cui filo conduttore è la pasta, l'iniziativa costituisce l'elemento aggregante di manifestazioni, degustazioni, mostre, dibattiti e spettacoli.

Soggetti collaboratori:

Napoli Marketing. Mostra d'Oltremare

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti enogastronomici con particolare riferimento alle produzioni artigianali pastarie regionali.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo dell'iniziativa euro 30.000,00

Manifestazione:

**La Biodiversità: natura, coltura e cultura del Mediterraneo”
Napoli, giugno 2006**

Iniziativa:

La manifestazione si propone di evidenziare la crescita delle produzioni ecocompatibili campane con esposizione e degustazioni delle tipicità biologiche campane. L’iniziativa prevede, inoltre, un’ importante parte convegnistica. I lavori verteranno sull’importanza della biodiversità negli ecosistemi naturali, con particolare riferimento all’Habitat del Mediterraneo. Si analizzerà l’influenza dell’ambiente pedoclimatico per le coltivazioni, per la cultura e tradizione dei paesi mediterranei.

Soggetti collaboratori:

Associazione “Verdi, Ambiente e Natura”

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC presenzierà all’iniziativa con un proprio stand espositivo

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell’agroalimentare campano con particolare riferimento alle produzioni ecocompatibili.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 15.000,00

Iniziativa:

**Partecipazione al convegno nazionale dalla Scuola di specializzazione in Diritto ed Economia delle Comunità Europee:
Belvedere S. Leucio–Caserta, giugno 2006**

La manifestazione intende diffondere attraverso la pubblicazione dei relativi atti, le risultanze e le proposte scaturite dal convegno sopra richiamato. L'evento rappresenta un momento fondamentale per lo studio dei problemi afferenti le garanzie oggettive in materia di gestione della spesa pubblica e del diritto alla salute. L'occasione consentirà di promuovere presso gli opinion leader partecipanti le caratteristiche dei prodotti tipici campani costituenti la Dieta Mediterranea.

Soggetti collaboratori:

Seconda Università degli Studi di Napoli, Facoltà di Giurisprudenza, Scuola di Specializzazione in Diritto ed Economia delle Comunità Europee

Aziende partecipanti:

20/30 in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 15.000,00

Manifestazione:

**“Il Borgo in Festa”
Castelvetero (Av), giugno 2006**

Iniziativa:

Il centro storico della cittadina avellinese farà da cornice all’ iniziativa culturale e gastronomica di un “Borgo in festa”, primario evento di valorizzazione dell’ enoturismo irpino.

La mostra sottolinea, tra l’ altro, l’ importanza dei prodotti “autoctoni” non inseriti in aree DOC, DOP o IGP e che costituiscono il 70% dell’ agricoltura campana. Evento proteso alla valorizzazione delle produzioni tradizionali destinato a divenire un notevole punto di riferimento del consumo di qualità e prezzo competitivo.

A tal fine saranno forniti al pubblico tutti gli strumenti e le informazioni per un’ adeguata educazione alla rintracciabilità e riconoscibilità dei prodotti campani.

Soggetti collaboratori:

Associazione “Borgo in Festa” – Slow Food -

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC presenzierà all’ iniziativa con un proprio stand espositivo, contribuirà inoltre alla realizzazione di momenti degustativi, assicurando presenza diretta ai momenti del confronto tecnico e commerciale.

Aziende partecipanti:

30/40 aziende in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell’ agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

Manifestazione:

Med - Vinischia
Ischia , luglio 2006

Iniziativa:

Questo salone enogastronomico regionale, programmato nell'alta stagione turistica esalta le produzioni tipiche e i vini DOCG, DOC e IGT della Campania. L'esposizione è finalizzata alla valorizzazione dei prodotti e della cucina tradizionale delle isole campane: Ischia, Procida e Capri e la loro grande bellezza turistica e paesaggistica. L'iniziativa si integrerà con il programma del "Premio giornalistico Ischia" in modo da trasformare la kermesse isolana in una vetrina internazionale per i vini e le tipicità campane.

Soggetti collaboratori:

Comune di Ischia , Associazione Vinischia,
Università del Vino, AIS Campania;

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti enogastronomici con particolare riferimento alle produzioni vitivinicole regionali.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 15.000,00

Manifestazione:

**“Agricoltura – Saperi e sapori della Campania” –
Mostra Mercato dell’Agroalimentare Regionale
Città della Scienza - IDIS Bagnoli , giugno- luglio
2006**

Iniziativa:

L’Ente, in continuità a quanto realizzato nell’ultimo triennio, in sinergia con il SESIRCA e l’IDIS- Città della Scienza, realizzerà una serie di eventi versati sul fronte convegnistico, dell’expò, del tipico e della didattica educativa agroalimentare rivolta al grande pubblico. Nell’edizione 2006, l’iniziativa si articolerà in tutte e cinque le provincie, con una caratterizzazione territoriale, confermando il momento centrale espositivo presso la cittadella didattica dell’IDIS di Bagnoli.

Il progetto intende implementare i consumi interni dei prodotti agroalimentari campani fornendo la più ampia visibilità al paniere campano.

Soggetti collaboratori:

ERSAC/SESIRCA/IDIS/SPRINT

**Articolazione della partecipazione
dell’ERSAC:**

L’ERSAC coordinerà, sia la partecipazione di una selezione qualificata delle imprese agroalimentari regionali, che l’organizzazione di convegni, degustazioni e mostre tematiche, nonché la realizzazione di incontri commerciali con operatori specializzati italiani ed esteri.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 400.000,00

Manifestazione :

“ I PERCORSI DEL GUSTO CAMPANO”
Ischia (Na), 01/09 luglio 2006

Iniziativa:

In occasione del “XXV MEETING ESTATE”, incontro tra il mondo dello Sport e del Turismo Nazionale e Internazionale, l’Ente organizzatore “EUROPA 2000” propone il **Villaggio Enogastronomico** al fine di valorizzare le produzioni del nostro territorio nei confronti delle migliaia di presenze che l’evento primario intende coinvolgere. Sono previste esposizioni e degustazioni lungo il litorale di Casamicciola, la zona portuale e la zona esterna del complesso adiacente.

Soggetti collaboratori:

Associazione culturale “Europa 2000”, Comune di Casamicciola

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell’agroalimentare campano con particolare riferimento alla realtà locale

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 50.000,00

Manifestazione:

Il Sorriso del Vulcano
Area Costiera Vesuviana, Estate 2006

Iniziativa:

E' un evento annuale itinerante di spettacoli teatrali da realizzarsi nelle ville vesuviane e siti archeologici dell'area costiera vesuviana.
Costituisce un momento di valorizzazione del paniere dei prodotti tipici campani, attraverso l'organizzazione di esposizioni e laboratori del gusto, rivolto al grande turismo italiano ed estero che nel periodo estivo frequentano la costiera..

Soggetti collaboratori:

l'Istituzione Comunale
"Premio Massimo Troisi"

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione delle aziende agroalimentari campane.

Tabella di spesa

Costo complessivo 20.000,00 euro

Manifestazione:

Neapolis Festival
Bagnoli, luglio/agosto 2006

Iniziativa:

Giunta alla sua nona edizione, anche per il 2006 la manifestazione verrà riproposta sull'arenile di Bagnoli. La rassegna riveste una grande valenza culturale ed ha vasta eco sia nel panorama regionale che nazionale, per cui rappresenta occasione di intensa azione promopubblicitaria tesa a stimolare, soprattutto i giovani, verso i consumi delle produzioni agroalimentari tipiche regionali. L'iniziativa coglie l'evento musicale per rivolgersi essenzialmente al grande pubblico, ai tuor-operator e ai media in generale.

Soggetti collaboratori:

Società Neapolis Festival

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC parteciperà all'iniziativa con un proprio stand espositivo.

Aziende partecipanti:

20/30 aziende in rappresentanza del comparto agroalimentare.

Tabella di spesa

**Nolo area espositiva,
allestimento,
servizi e beni fieristici,
promonubblicità euro 30.000.00**

Manifestazione:

**Rassegna di Musica etnica e folcloristica
“Sentieri Mediterranei”**
Summonte (Av), luglio 2006.

Iniziativa:

La kermesse di Summonte è un appuntamento consolidato che vede la partecipazione di artisti di fama internazionale e di gruppi musicali provenienti da tutta l'area del Mediterraneo. La manifestazione rappresenta un momento di grande valorizzazione dell'intero territorio ed assicura la partecipazione di migliaia di spettatori con grande risonanza mediatica. Alla stregua di iniziative consimili il filone culturale viene utilizzato per proporre consumi qualitativi delle produzioni A.A. espresse dal territorio.

Soggetti collaboratori:

Comune e Pro-loco “Il Tiglio” di Summonte

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 10.000,00

Progetto:

Azioni promozionali a sostegno delle aziende e dei prodotti della Costa del Vesuvio in collaborazione con la società TESS
Monti Lattari, 1° semestre 2006

Il progetto si compone di una serie di azioni di promozione e valorizzazione dei prodotti tipici dell'area dei Monti Lattari articolato in diverse giornate, ognuna delle quali dedicata a specifiche tematiche merceologiche con vari momenti degustativi, mostre, convegni ecc. in sinergia con gli altri Enti territoriali impegnati nella promozione del "made in Campania".

Soggetti collaboratori:

TESS

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

La partecipazione dell' ERSAC tende a incrementare il fatturato delle aziende montane e di pubblicizzare i prodotti tipici delle aree interne.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali operanti nell'area dei Monti Lattari in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Impegno complessivo euro 70.000,00

Manifestazione:

Fiera Enologica del Taurasi (Av)
Taurasi (Av), agosto 2006

Iniziativa:

La manifestazione propone la valorizzazione delle produzioni tipiche dell'Irpinia in un contesto spettacolarizzato quale "contenitore" per promuovere ulteriormente la D.O.C.G. Taurasi e le produzioni agroalimentari della provincia avellinese (lattiero-caseario, comparto carni lavorate, valorizzazione carni bovine e ovicaprine, ecc.)

Soggetti Collaboratori.:

Pro loco di Taurasi - Municipalità

Aziende partecipanti:

Tutte quelle enoiche dell'Irpinia e aziende a marchio collettivo delle produzioni tipiche regionali. per un totale di 30 unità aziendali.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 18.000,00

Manifestazione:

Gusta Minori 2006

Minori (Sa) , agosto/ settembre 2006

Iniziativa:

L'iniziativa, consolidatasi nel corso degli anni, ha l'obiettivo di valorizzare e promuovere i prodotti tipici della costa di Amalfi e più segnatamente i vini DOC e lo "sfusato amalfitano".

Rappresenta inoltre una ulteriore occasione di valorizzare contestualmente il settore artigianato tipico e i percorsi agro-turistici dell'area.

Soggetti collaboratori:

Associazione "Gusta Minori Corporation".

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC presenzierà con un proprio spazio espositivo e le programmate partecipazioni a seminari e convegni tecnico-promozionali.

Aziende partecipanti:

20/30 in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 45.000,00

Manifestazione:

“Vinestate”

Torrecuso (Bn), agosto - settembre 2006

Iniziativa:

L’iniziativa tende a promuovere il settore vitivinicolo regionale attraverso degustazioni “guidate” di diverse tipologie di vini DOC del beneventano come il Solopaca, il Taburno e il Taurasi.

La manifestazione si svolge nel Comune di Torrecuso, dove saranno allestiti stand espositivi posizionati nei pressi dei monumenti storici della città.

Soggetti collaboratori:

Comune di Torrecuso, Provincia di Benevento, Valisannio e Camera di Commercio di Benevento, AIS Campania.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto enologico regionale e in particolar modo delle produzioni di Aglianico.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 10.000,00

Manifestazione:

Dream Run
Capri, settembre 2006

Iniziativa:

E' un evento annuale dello sport professionistico, programmato nella famosa località turistica campana. .
Costituisce un momento di valorizzazione del paniere dei prodotti tipici campani rivolto soprattutto ai media, ai giornalisti televisivi coinvolti, operatori professionali del mondo dello sport e ai turisti .

Soggetti collaboratori:

Comitato Dream Run di Napoli

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione delle aziende agroalimentari campane.

Tabella di spesa

Costo complessivo 20.000,00 euro

Manifestazione:

La Cipolla Ramata di Montoro
Montoro (Sa), agosto 2006

Iniziativa:

Un vero e proprio raduno nazionale delle “Città delle Cipolle”. Il programma prevede convegni, mostre fotografiche e degustazione di piatti a base di cipolla proposti da ristoratori italiani specializzati in questa cucina. La manifestazione diviene un’occasione per la valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche della zona.

Soggetti collaboratori:

Agenzia per il recupero delle tradizioni.

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC coordinerà la partecipazione delle città aderenti, e curerà l’allestimento degli spazi espositivi e la sinergia tra i soggetti coinvolti nell’iniziativa.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

<p>Tabella di spesa</p>
<p>Costo complessivo euro 10.000,00</p>

Manifestazione:

**Falanghina Felix
S. Agata dei Goti (Bn), settembre 2006**

Iniziativa:

Scopo dell'iniziativa è la promozione del settore vitivinicolo regionale attraverso l'approfondimento dei processi relativi alla preparazione ed alla degustazione del vino , abbinato alla gastronomia tipica.

Si svolge nel cuore del Sannio, nel borgo medievale di S.Agata dei Goti. Gli stand espositivi saranno posizionati nei pressi dei monumenti storici della città, creando un suggestivo e particolare percorso storico/enologico

Soggetti collaboratori:

Comune di S. Agata, Provincia di Benevento, Valisannio e Camera di Commercio di Benevento, AIS Campania.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto enologico regionale e in particolar modo delle produzioni di Falanghina .

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 15.000,00

Manifestazione :

Festa della Montagna

Castello del Matese 16-17 settembre 2006

Iniziativa:

L'iniziativa si propone di realizzare la valorizzazione delle produzioni tipiche locali della montagna, attraverso l'organizzazione di momenti di degustazioni guidate e convegni a tema.

Soggetti collaboratori:

Comune di Castello del Matese

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali locali, con particolare riferimento alla realtà produttiva casertana.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 6.000,00

Manifestazione:

**“Valorizzazione del fungo porcino”
Cusano Mutri (Bn) , settembre 2006**

Iniziativa:

La manifestazione si propone degustazioni di funghi preparati secondo ricette della tradizionale cucina beneventana. La varietà di funghi presenti nel sottobosco dei monti cusanesi: prataioli, chiodini, retelle e scardelle, e soprattutto i porcini bianchi e neri, consentono la programmazione di un razionale sfruttamento economico delle risorse del sottobosco del Sannio beneventano.

Soggetti collaboratori:

Comune e Pro loco di Cusano Mutri;

***Articolazione della partecipazione
dell'ERSAC:***

L'ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti enogastronomici con particolare riferimento alle produzioni tipiche delle aree interne del Sannio.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 12.000,00

Manifestazione:

Sagra del Fungo 2006
Castelcivita (Sa), settembre 2006

Iniziativa:

Un vero e proprio salone gastronomico basato sulla cucina regionale e sui piatti a base di funghi. L'iniziativa esalta le produzioni tipiche e i vini DOCG, DOC e IGT della Campania. La manifestazione si integrerà con un programma di convegni e mostre fotografiche.

Soggetti collaboratori:

Comune e Pro loco di Castelcivita;

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti tipici con particolare riferimento alle produzioni vitivinicole regionali.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 12.000,00

Manifestazione:

“Itinerari del gusto”

Settembre Dicembre 2006

L'iniziativa è caratterizzata da un programma itinerante di valorizzazione di piatti e prodotti tipici proposti nelle sagre storiche della Campania. Lo scopo è quello di garantire stabilità ad eventi spesso occasionali, che possono rappresentare un'occasione importante per ricette e produzioni che rischiano di scomparire. Il progetto prevede anche azioni di educazione alimentare nelle scuole inferiori in modo da orientare i giovani consumatori verso le produzioni autoctone, la rievocazione di antichi mestieri e il raccordo con tour operator per orientare i flussi turistici verso le aree interne della Campania.

Soggetti collaboratori:

ERSVA, EPT di Napoli e Salerno, Unione delle Comunità Montane e Slow Food.

Aziende partecipanti:

L'ente sosterrà l'attività promozionale con momenti degustativi ed espositivi delle principali realtà produttive della regione.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

Manifestazione:

“Il Tartufo - Palio gastronomico”

Colliano (Sa) , ottobre 2006

Iniziativa:

La manifestazione propone di valorizzare le produzioni tipiche interne e dell'artigianato locale incentrando l'iniziativa sull'assaggio dei tartufi locali prevedendo degustazioni e abbinamenti con i vini DOC dell'area.

Soggetti collaboratori:

Comune e Pro loco di Colliano;

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti enogastronomici con particolare riferimento alle produzioni tipiche delle aree interne della Campania.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 10.000,00

Manifestazione:

Mostra Mercato dei Prodotti tipici della Valle del Sabato e Sagra della Castagna di Montella.
Montella (Av), ottobre 2006

Iniziativa:

E' una mostra mercato che intende valorizzare le produzioni tipiche dell'Irpinia e in particolar modo l'IGP "Castagna di Montella". L'iniziativa è un'occasione di rilancio dell'intera economia dell'aree interne dell'Avellinese.

Soggetti collaboratori:

Comune e Pro Loco di Montella

Aziende partecipanti:

Le aziende agroalimentari dell'Irpinia, soprattutto quelle enoiche e a marchio collettivo.

Tabella di spesa

impegno complessivo 10.000,00 euro

Manifestazione:

**‘I prodotti del Sannio:
San Giorgio del Sannio (Bn)
ottobre 2006**

Iniziativa:

Al di là della improprietà linguistica del titolo, l’iniziativa costituisce una affermata occasione di confronto per le aziende produttrici, si proponendosi di diventare un’efficace vetrina della cultura di tutto il Mezzogiorno d’Italia. L’edizione 2006 punta alla promozione di eventi legati all’enogastronomia del territorio, basata su prodotti di grande tipicità e tradizione.

Soggetti collaboratori:

Pro-loco di San Giorgio del Sannio

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici

Tabella di spesa

Costo complessivo € 10.000,00

Manifestazione:

Irpinia produce

Ottobre 2006

Iniziativa:

L'evento, proposto dalla Provincia di Avellino – Assessorato al Lavoro ed alla Formazione Professionale ruota attorno alla tradizione contadina della lavorazione della terra che caratterizza tutta l'Irpinia e si pone l'obiettivo di presentare alle nuove generazioni le grandi opportunità che derivano dalla moderna agricoltura.

L'azione si svolgerà attraverso 14 giornate di attività espositiva e convegnistica incentrata su alcune specificità del territorio quali la promozione dei prodotti tipici e del turismo rurale. In particolare la fase espositiva sarà costituita da 2 giornate di esposizione per ognuno dei 6 Comuni individuati dalle Comunità Montane, più due giornate conclusive da tenersi nel Comune capoluogo

Soggetti collaboratori:

Bimed, Comunità Montane dell'Irpinia, Comuni della Provincia di Avellino e Istituti scolastici del territorio.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici dell'agroalimentare campano con particolare riferimento alla realtà produttiva avellinese.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 30.000,00

Manifestazione:

IL VINO:2000 anni di storia:
Boscoreale (Na), ottobre **2006**

Iniziativa:

L'iniziativa si propone di valorizzare l'intero territorio vesuviano attraverso questo momento fieristico e degustativo. La manifestazione prevede momenti folcloristici, esposizione dell'artigianato tipico e preparazione dei vecchi piatti dell'antica cucina napoletana.

Soggetti collaboratori:

Strutture della Municipalità , Comune di Boscoreale, Associazione "Il VINO:2000 anni di storia";

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti enogastronomici con particolare riferimento alle produzioni vitivinicole vesuviane.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo 10.000,00 euro

Manifestazione:

Flora 2006
Ercolano (NA) – Novembre 2006

Iniziativa:

Occasione di valorizzazione e marketing della floricoltura campana. La manifestazione promozionale rivolta ad un target costituito da operatori professionali, consentirà non solo di offrire un'immagine complessiva del pluriarticolato comparto, ma favorirà opportunità di accordi commerciali e, con essi, la ricerca di nuovi spazi nazionali ed esteri. Trattasi della massima espressione del settore seguendo, a livello U.E. unicamente la fiera di Aalsmeer in Olanda.

Soggetti collaboratori:

Conflomer, Coop. Masaniello.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto.

<p>Tabella di spesa Costo complessivo euro 40.000,00</p>
--

Manifestazione:

**“24° Sagra del Fagiolo di Controne”
Controne (Sa) , novembre 2006**

Iniziativa:

L’iniziativa si propone di valorizzare il territorio intorno alla sua coltura principe: il fagiolo di Controne. Varietà autoctona di grandi qualità organolettiche e straordinario valore commerciale. La manifestazione permette inoltre di presentare al grande pubblico i prodotti tipici delle aree interne del Cilento.

Soggetti collaboratori:

Comune e Pro loco di Controne;

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC parteciperà con un proprio spazio espositivo per la promozione dei prodotti agroalimentari con particolare riferimento alle produzioni tipiche delle aree interne della Campania.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Impegno complessivo 10.000,00 euro

Manifestazione:

Notte Bianca
Napoli, Anno 2006

Iniziativa:

Il successo della prima edizione impone una maggiore attenzione da parte del mondo produttivo dell'agroalimentare campano proponendosi come occasione di incontrare in una sola notte centinaia di migliaia di persone. L'ERSAC organizzerà momenti di degustazione e divulgazione dei prodotti tipici campani nei principali punti della città .

Soggetti collaboratori:

Comitato Organizzatore di Notte Bianca e
Associazioni di Categoria

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in
rappresentanza dei vari comparti merceologici
dell'agroalimentare campano

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 250.000,00

Progetto:

**“I Ristoranti tipici campani”
Anno 2006**

L'Istituto CIRM con un'indagine statistica commissariata dalla FIPE ha evidenziato che il 96% dei consumatori italiani desidera mangiare tipico. Per questo motivo, in collaborazione con la Federazione Italiana Pubblici Esercizi della Regione Campania è stato realizzato un programma itinerante di valorizzazione di piatti e prodotti tipici proposti nei ristoranti della Campania. Il progetto prevede una “Certificazione della ristorazione tipica” da attribuire ad esercizi commerciali che praticano una determinata cucina con la stesura di un adeguato disciplinare di produzione che valorizzi esclusivamente i prodotti tipici regionali. E' un'occasione importante per ricette e produzioni che rischiano di scomparire. Si prevedono, inoltre, anche azioni di educazione alimentare nelle scuole inferiori in modo da orientare i giovani consumatori verso le produzioni autoctone e la creazione di una guida ai “Ristoranti tipici campani”.

Soggetti collaboratori:

Federazione Italiana Pubblici Esercizi

Aziende partecipanti:

L'ente sosterrà l'attività promozionale collaborando alla stesura del disciplinare per la Certificazione Ristorante Tipico.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 60.000,00

Iniziativa:

REGIONE DA GUSTARE: *Valorizzazione dei prodotti tipici delle aziende agroalimentari campane, Attività, Politica e Sviluppo del Settore.*

L'iniziativa, da realizzarsi col supporto di promo televisivi sull'emittente regionale TELECOLORE, si propone nell'attuare il programma finalizzato allo sviluppo del "Marchio Campania docg" riferito, tra l'altro, anche al settore ittico.

Il piano-programma prevede :

n. 12 puntate del programma "Regione da Gustare"

La messa in onda delle stesse con replica sull'emittente televisiva TELECOLORE;

Registrazione delle trasmissioni in formato DVD.

Soggetti collaboratori:

T.C.S. Telecolore Salerno.

Aziende partecipanti:

Selezione di aziende in rappresentanza dei comparti produttivi campani.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

Iniziativa:

Azioni a sostegno del comparto zootecnico

Nel quadro delle attività programmate per la valorizzazione delle produzioni (carni e formaggi di pregio) degli allevamenti bovini, bufalini ed ovi-caprini, si propone di proseguire le azioni di assistenza alla valorizzazione per il miglioramento della qualità del prodotto zootecnico e la difesa della sua tipicità e genuinità già intrapresi negli anni 2003/2005. Gli interventi a favore del comparto bovino saranno realizzati di concerto con le Cooperative e le Associazioni zootecniche già impegnate negli anni precedenti come: “S.Lucia”, “Molara”, “Aicabo”, “CCPCB”, e l’”Associazione Amici ed Allevatori della Mucca di Agerola”.

Gli interventi a sostegno della carne bufalina saranno realizzati nei territori di Caserta e Salerno con la creazione del marchio “Carne di bufala campana”. Per le produzioni ovicaprine, l’Ente in sinergia con le C.M. realizzerà nei territori del Sannio beneventano, dell’avellinese, dell’Alto Tanagro e del salernitano , iniziative di respiro intersettoriale come “la turniata” di Ricigliano e “I Sentieri dei Pastori” quali occasioni di incremento delle vendite dei tipici e di ripopolamento delle greggi.

Soggetti collaboratori:

Comunità Montane, Organismi associativi e cooperative zootecniche, Consorzi di Produttori zootecnici

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC coordinerà la partecipazione delle cooperative zootecniche aderenti, e curerà l’allestimento degli spazi espositivi e la sinergia tra i soggetti coinvolti nell’iniziativa.

Tabella di spesa

Comparto bufalino euro	100.000,00
Comparto bovino euro	100,000,00
Comparto ovicaprino euro	100.000,00

Costo complessivo euro 300.000,00

**Obiettivi: Sviluppo e Valorizzazione delle produzioni carne e lattiere
Qualificazione – riconoscimento ed identificabilità –
sicurezza alimentare della filiera zootecnica.**

- Nel quadro delle attività programmate per il periodo 2003/2006, il Servizio, in linea con interventi avviati con il biennio scorso propedeutici alle iniziative di valorizzazione delle produzioni degli allevamenti bovini, bufalini ed ovi-caprini, si propone di proseguire nelle attività, assicurando come in precedenza il necessario concerto tra Imprenditori Allevatori, Enti Pubblici, Università, Privati, Associazioni di categoria, ed Organismi Cooperativi di settore.

Obiettivo specifico riguarderà l'applicazione e diffusione delle tecniche e metodologie di miglioramento della qualità del prodotto, della sua tipicità e genuinità.

Il contesto regionale nel quale l'azione del Servizio si dispiegherà, interesserà i territori campani dell'appennino meridionale.

Nel rispetto degli impegni di continuità formalmente assunti dall'Ente, saranno ancora coinvolti nelle iniziative di competenza del Servizio:

- Coop. "S. Lucia" srl di S. Bartolomeo in Galdo (BN), zona di intervento, intero territorio Beneventano; aziende n. 426;
 - Coop. "Molara" srl di Pungoli (AV), zona di intervento territoriale, Alta Irpinia, Appennino Dauno, Alto e Medio Sele – Tanagro (SA), Alto Sannio; aziende n. 400;
 - Coop. "Aicabo" srl di Salerno, zona di intervento, Alto e Medio Sele – Tanagro, Piana del Sele, Alburni, Valle del Sele Monti Lattari; aziende n. 650;
 - Associazione Amici ed Allevatori della Mucca di Agevola, (NA);
 - Consorzio CCPCB – Consorzio Produttori Carni Bovine Campane – Ariano Irpino (AV);
 - Consorzio Cilento Mare srl di Sapri (SA), CM "Bussento" Torre Orsaia (SA);
 - Comune di Controne – C.M. Alburni (SA).
-
- Negli interventi a sostegno finalizzati alla valorizzazione si prevedono iniziative di carattere strettamente tecnico per creare i presupposti per una concreta promozione dei prodotti tipici dei seguenti comparti:
 - Azioni di sviluppo comparto carne bufalina – Territori Province di Caserta Salerno. Aiuto agli organismi produttivi per il "Marchio carne di Bufalo" – Consorzi: (Cons. Alba, Cons. Buffalo Beef, Coop. La Baronina) – ANASB.
 - Azioni di qualificazione dei prodotti lattiero caseari della Campania, formaggi bovini podalici (caciocavallo) ed ovi-caprini – tutela della produzioni tipiche zone interne delle province campane.
 - Coop. "La Montagna srl Castelpagano (BN).
 - Manifestazioni La Turnista di Ripigliano (SA) – Il Sentiero dei Pastori – C.M. "Tanagro" Buccino (SA).
 - Monitoraggio del patrimonio zootecnico e delle produzioni foraggere.
 - Monitoraggio aree ad esclusivo e prevalente indirizzo zootecnico.

EVENTI NAZIONALI

Manifestazione :

MIA - MSE 2006

**Mostra Internazionale dell'Alimentazione e
Mediterranean Seafood Exposition**

Rimini, 4-7 febbraio 2006

Iniziativa :

E' una manifestazione a valenza internazionale con 40mila Mq di superficie, 880 espositori e circa 45mila visitatori legati alla GDO e della ristorazione tradizionale, quattro giornate di svolgimento più di otto sezioni specializzate, e 136 spazi merceologici. Nell'ultimo biennio ha assunto sempre maggiore importanza lo spazio riservato alla MSE: il salone dei surgelati e delle produzioni ittiche regionali.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiera di Rimini

**Articolazione della presenza
dell'ERSAC:**

La partecipazione dell' ERSAC alla MIA - MSE consentirà alle aziende campane partecipanti la promozione delle proprie produzioni agroalimentari e del settore ittico regionali

Aziende partecipanti:

Selezione di aziende agroalimentari, di surgelati e del settore ittico per quantità e qualità di prodotti, in condizioni di operare stabilmente sul mercato nazionale e internazionale.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.
--

Manifestazione:

**BIT Borsa Internazionale del Turismo e
Iniziativa collaterali**
Milano 18-21 Febbraio 2006

Iniziativa:

La manifestazione di Milano rappresenta uno dei più importanti eventi del settore : 90.000 mq di superficie espositiva, 5000 espositori, dei quali la metà di provenienza estera, più di 100.000 visitatori. Presenza della stampa con 2000 giornalisti accreditati in rappresentanza delle più qualificate testate informative e specializzate.

Soggetti collaboratori:

EPT - Assessorato al Turismo - ERSVA
Comune di Napoli - GESAC ed Ente
fiere di Milano.

***Articolazione della
presenza dell'ERSAC***

Nel quadro delle sinergie interattive fra le realtà economiche della Regione, la presenza dell'agroalimentare campano si propone di concorrere, unitamente al comparto del Turismo e dell'Artigianato, a favorire occasioni di promozione e sviluppo della Regione.

Nel contesto del grande stand della Campania allestito dai soggetti collaboratori sopra menzionati, l'ERSAC organizzerà la partecipazione della qualificata selezione di aziende agroalimentari regionali.

Aziende partecipanti:

n. 20/30 aziende in rappresentanza dei
Comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.
--

Manifestazione:

41° Vinitaly – Salone Internazionale del Vino e dei distillati.

Verona, 6-10 aprile 2006

Iniziativa:

Vinitaly 2006 sarà l'evento mondiale numero uno che caratterizzerà il settore dei vini e dei distillati: primo per numero dei partecipanti e superficie espositiva impegnata; primo per numero e qualità dei visitatori e di eventi collaterali. La rassegna rappresenta un insostituibile momento di mercato, di opportunità e di immagine per tutte le aziende del settore per proporre il meglio della propria produzione vinicola.

I DATI: Vinitaly 2006 si estenderà su una superficie espositiva di 54.000 mq, con più di 3.100 aziende provenienti da 21 paesi. Oltre 105.000 gli operatori economici presenti di cui più 12.000 esteri provenienti da 76 nazioni.

EVENTI COLLATERALI: la partecipazione a Vinitaly “on line”, offre la possibilità di entrare in contatto con oltre 50 milioni di utenti “internet” nel mondo.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiere di Verona - CER Campania

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC concorre nella partecipazione con gli altri Enti regionali competenti, nel quadro delle sinergie fra le realtà economiche della regione e secondo gli indirizzi della neo costituita Cabina di Regia con riferimento allo SPRINT. La Regione Campania sarà presente in un unico grande stand allestito per la presentazione delle aziende enologiche di tutte e cinque le provincie campane anche in continuità con quanto realizzato nella edizione 2005 che ha fatto

registrare un successo straordinario e nel corso della quale, lo stand Regione Campania è diventato il punto di riferimento dell'intera manifestazione richiamando anche la RAI che ha scelto l'area campana per i reportage televisivi di "Uno Mattina".

Aziende partecipanti:

Il numero sarà definito sulla base della ottimizzazione dell'utilizzo dell'area espositiva opzionata nel 2005 pari a circa 1200 mq.

Per l'edizione 2006, l'Ersac ha richiesto all'Ente Fiera di Verona un'ulteriore incremento di superficie espositiva pari a mq. 500, in guisa da poter meglio presentare le proprie prestigiose produzioni vitivinicole.

Una gara d'appalto a procedura comunitaria definirà la società allestitrice dello stand "Regione Campania" in quanto, recenti normative in materia, non consentono di procedere all'ulteriore affidamento per la partecipazione 2006, alla ditta aggiudicataria della precedente edizione.

Si ritiene dover accordare priorità alle imprese cooperative e loro consorzi e alle aziende vitivinicole. Per il comparto degli infusi alcolici di frutta e agrumi saranno definiti spazi specifici e numero delle aziende compatibili col disegno di ottimizzazione dell'expo in termini di risultati commerciali conseguibili.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 803.000,00

Manifestazione:

SOL 2006

Verona, 6-10 aprile 2006

Iniziativa:

Salone Internazionale dell'Olio d'oliva vergine ed extravergine. Si ritiene, a ragione, l'evento espositivo europeo più significativo per la promozione e la valorizzazione delle produzioni olearie nazionali ed internazionali che presentino profili di qualità e tipicità.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiere di Verona

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC coordinerà la partecipazione di tutti gli organismi regionali competenti, nel quadro delle sinergie fra le realtà economiche della regione. La Regione Campania sarà, pertanto, presente in un unico grande stand allestito per la presentazione delle aziende olearie di tutte le cinque province campane.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 250.000,00

Manifestazione:

MAC-FRUT – Mostra Internazionale di impianti tecnologie e servizi in agricoltura.
Cesena, 4-6 maggio 2006

Iniziativa:

Costituisce uno degli appuntamenti internazionale più importanti per gli operatori del comparto ortofrutticolo ed occasione di aggiornamento tecnologico. Nell'ambito dell'iniziativa, particolare importanza riveste lo spazio destinato alla produzione biologica e sementiera.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiere di Cesena

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC organizzerà la partecipazione delle più rappresentative Associazioni Ortofrutticole Campane, di Cooperative e forme singole e associate di rilevante interesse per la commercializzazione.

Aziende partecipanti:

Le principali Associazioni Campane del settore

Tabella di spesa

Costo complessivo euro € 70.600,00

Manifestazione:

Cibus 2006

Parma, 4-7 maggio 2006

Iniziativa:

Manifestazione di spessore internazionale gestita dall'Ente Fiere di Parma con la collaborazione di Federalimentare. Il grande impatto commerciale della Fiera è testimoniato dai dati delle precedenti edizioni: oltre 800 gli espositori, 3.000 mq di stand espositivi, una media di 50.000 visitatori e molte le delegazioni economiche estere coordinate dall'ICE e composte da buyers internazionali della Grande Distribuzione, importatori dell'Europa Orientale e food traders international.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiere di Parma

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC favorirà la presenza di aziende medio-piccole del territorio campano in grado di offrire prodotti di qualità

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 150.000,00

Manifestazione:

Euroflora 2006

Genova 21 aprile – 1° maggio 2006

Iniziativa:

La manifestazione internazionale genovese è rivolta ad un target costituito da operatori professionali, consentirà non solo di offrire un'immagine complessiva del pluriarticolato comparto floricolo regionale, ma favorirà opportunità di accordi commerciali e, con essi, la ricerca di nuovi spazi nazionali ed esteri. L'Ente parteciperà a tutte le sezioni dei concorsi floricoli organizzati dall'Ente fiera, valorizzando sia le produzioni vesuviane che quelle della costiera salernitana.

Soggetti collaboratori:

Conflomer, Coop. Masaniello.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza del comparto floricolo regionale.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 150.000,00

Manifestazione:

**Concorso Enologico dei vini Campani
Napoli, giugno-luglio 2006**

Iniziativa:

L'Evento che ha ottenuto il riconoscimento del MIRAF, in quanto Concorso-Selezione, sarà gestito sotto la qualificata direzione tecnica dell'Associazione Enologi ed Enotecnica Italiani, confermandosi quale azione consolidata a sostegno del comparto enoico campano.

La manifestazione, in forza dei risultati di livello commerciale, d'immagine e di tutela della qualità, rientra a pieno titolo fra le iniziative prioritarie di consolidata valenza nei programmi annuali proposti dall'ERSAC.

Soggetti collaboratori:

A.E.I. (Associazione Enologi Enotecnica Italiani)

Aziende partecipanti:

La partecipazione alla manifestazione sarà consentita a tutte le realtà vinicole regionali in possesso dei requisiti per la commercializzazione dei propri prodotti

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 90.000,00

Manifestazione:

**SANA - Salone dei Prodotti
e delle tecnologie ecocompatibili
Bologna, settembre 2006**

Iniziativa:

La fiera bolognese avvalendosi di tre filoni espositivi, l'Alimentazione Naturale, la Salute e l'Ambiente si rivolgerà ai mercati del Centro-Nord con proiezione internazionale verso i paesi europei. Natura, ecologia, salute, tutela ambientale e qualità della vita: queste, le tematiche di Sana a Bologna.

Saranno proposti alimenti biologici e biodinamici, erbe, tisane, prodotti fitoterapeutici, e fitocosmetici, metodologie di cura dolci e naturali, prodotti e progetti che rispondono a una richiesta di mercato sempre più ampia.

L'obiettivo è quello di creare per tutte le realtà produttive campane dell'agricoltura biologica, un'occasione importante per stipulare accordi di cooperazione produttiva e commerciale, per ampliare e acquisire nuovi mercati, per differenziare le proprie scelte strategiche in nuovi target geografici e assetti distributivi.

Soggetti collaboratori:

Ente fiera "SANA" di Bologna

Aziende partecipanti:

20/30 aziende in rappresentanza del comparto biologico o in regola con le normative di cui al Reg. CE 2078/92.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 79.000,00

Manifestazione:

**PIZZAFEST - “Iniziativa di valorizzazione della
Pizza Napoletana Verace”
Napoli , settembre 2006**

Iniziativa:

La manifestazione si realizzerà in sinergia con le altre Istituzioni Regionali, attraverso una collaudata kermesse di grande prestigio per la valorizzazione del più antico e gustoso piatto napoletano: **la Pizza**
Nel 2006, Pizzafest si svolgerà nella tradizionale cornice della Mostra d’Oltremare e sarà accompagnata da numerose degustazioni e momenti di spettacolo.
L’iniziativa sarà oggetto di visita da parte di numerosi operatori nazionali ed internazionali del settore agroalimentare, contribuendo alla divulgazione delle particolari caratteristiche dei prodotti tipici regionali.

Soggetti collaboratori:

Associazione Verace Pizza Napoletana.

***Articolazione della partecipazione
dell’ERSAC:***

L’ERSAC parteciperà alle iniziative previste nelle città di Napoli, con un proprio stand espositivo.

Aziende partecipanti:

20/30 aziende in rappresentanza del comparto agroalimentare.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 50.000,00

Manifestazione:

**“Il Salone del gusto”
Torino, ottobre 2006**

Iniziativa

E' la più importante rassegna dedicata ai prodotti tipici e ai presidi Slow Food. Uno spazio espositivo dove è possibile conoscere tutte le produzioni agroalimentari di qualità attraverso “laboratori” e degustazioni guidate, assaggi e dimostrazioni pratiche. L'edizione 2004 ha registrato 230mila visitatori e oltre 800 giornalisti accreditati.

L'Ente parteciperà all'iniziativa con il nolo di un proprio spazio espositivo, organizzando la degustazione dei prodotti tipici e dei formaggi campani dop nei “laboratori del gusto” dello Slow Food.

Soggetti collaboratori:

Slow Food, Consorzi di Tutela

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di aziende in rappresentanza dei vari comparti merceologici

Tabella di spesa

Costo complessivo € 80.000,00

Manifestazione:

Flormart 2006
Padova, ottobre 2006

Iniziativa:

Si pone tra le manifestazioni italiane più importante per il comparto delle piante ornamentali e del florovivaismo. L'edizione 2005 ha registrato oltre 1200 espositori, con una superficie di 50.000 metri quadrati, ed è stata visitata da più di 60.000 operatori professionali provenienti da tutto il mondo. La globalizzazione dei mercati e l'aumento dei consumi floricoli europei impongono alla floricultura campana di contenere i costi di produzione, di ottimizzare l'organizzazione commerciale e di continuare a promuovere e valorizzare le produzioni tradizionali. L'iniziativa padovana permette di conoscere tutte le innovazioni tecnologiche e di instaurare nuovi rapporti commerciali con gruppi di acquisto e società della filiera nazionale ed estera.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiere di Padova – Coop. Masaniello

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'Ersac parteciperà in sinergia con le realtà più significative dell'area, quale il Conflomer e il Mercato dei fiori di Ercolano in modo da presentare l'intera gamma di offerta in grado di affrontare l'impegnativo mercato floricolo nazionale ed internazionale.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 40.000,00

Manifestazione:

Fiera Internazionale del Bovino da Latte
Cremona, ottobre 2006

Iniziativa:

La Fiera Internazionale di Cremona è un
appuntamento per incrementare e favorire la

produzione, la trasformazione e la distribuzione
della filiera bovina e bufalina.

Il Salone ha l'obiettivo di evidenziare
l'importanza e la specificità della filiera
produttiva creando un collegamento diretto tra
produttori, grande distribuzione, ristorazione ed
esportatori. L'Ente parteciperà con uno stand di
circa 100 mq per la presentazione della carne
bufalina fresca, lavorata.

Soggetti collaboratori:

Ente Fiera Cremona, Associazione Nazionale
Specie Bufalina

Aziende partecipanti:

aziende zootecniche campane

Tabella di spesa

Costo complessivo € 20.000,00

Manifestazione:

**Expo Sapori - Salone Internazionale del
Sistema Alimentare**
Milano – Novembre 2006

Iniziativa :

La manifestazione si pone l'obiettivo di rappresentare un qualificato punto di incontro internazionale per tutti i protagonisti del sistema agroalimentare: momento di business, informazione, presentazione e promozione.

Soggetti Collaboratori:

Ente Fiera di Milano

**Articolazione della
partecipazione dell'ERSAC:**

La presenza della Regione Campania all'iniziativa si concretizzerà attraverso il nolo di un proprio spazio espositivo.

Aziende partecipanti:

n. 20/30 aziende in rappresentanza dei comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo €110.000,00

Manifestazione:

..... A Tavola, Salotto del buon gusto e dei sapori Italia
Firenze , Fortezza da Basso 17/20 marzo

Iniziativa :

La manifestazione si propone quale vetrina diretta ai buyers delle più importanti catene del mondo: Wall – Mart, Waitrose , Jetro Saffeway, Sainsbury, ecc....

Soggetti Collaboratori:

Società Caterina de Medici

Aziende partecipanti:

n. 20/30 aziende in rappresentanza dei comparti merceologici dell'agroalimentare campano.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.
--

Progetto:

**Osservatorio Permanente e Portale
Agroalimentare in Campania.**

Si tratta di un servizio di conoscenza e analisi dei consumi alimentari, degli acquisti, degli orientamenti economici delle famiglie, dell'evoluzione del mercato estero. Con l'Università di Portici verrà costruito un Osservatorio Permanente in grado di mettere a disposizione delle imprese dati statistici e analisi economiche a supporto delle decisioni di marketing secondo un'ottica economica innovativa. Collegato all'Osservatorio è in corso di realizzazione il sito web www.ersac.eu, che costituirà un formidabile strumento di lavoro al servizio delle organizzazioni e delle imprese campane. L'obiettivo è di creare un "Portale dell'agroalimentare campano" che permetta di fruire l'offerta più completa e qualificata del mondo dell'agricoltura, dell'industria alimentare, della gastronomia e dell'agriturismo campano.

Soggetti collaboratori:

Associazione di categoria, esperti di settore, Università di Portici,

Aziende partecipanti:

aziende agroalimentari e agrituristiche campane

Tabella di spesa

Costo complessivo € 150.000,00

**Card dei prodotti tipici regionali.
Napoli, anno 2006**

Il progetto mira a creare una forte identificazione e riconoscimento alle produzioni tipiche e tradizionali della nostra regione con un logo e marchio ben definiti. Questo slogan dovrebbe facilitare la loro diffusione nella GDO nazionale e in catene di “delikatessen” precedentemente prescelte e selezionate. La proposta viene completata dalla distribuzione tra i soci e i consumatori della Grande distribuzione di una card promozionale per l’acquisto delle eccellenze gastronomiche campane.

Soggetti collaboratori:

Associazione di categoria, esperti di settore, GDO nazionale.

Aziende partecipanti:

Selezione accurata di aziende agroalimentari produttrici di tipicità a marchio e a D.O.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 100.000,00

Progetto::

Consorzio per la commercializzazione delle produzioni Agroalimentari

Uno dei punti critici delle imprese campane (in generale per la regione e a cominciare da quelle aderenti all'ERSAC) è costituito dal basso potere negoziale dovuto alla polverizzazione dell'offerta. La costituzione di un Consorzio per la commercializzazione delle produzioni agroalimentari campane rappresenta la risposta giusta in direzione dell'aggregazione dell'offerta e del miglioramento competitivo.

Soggetti collaboratori:

Associazione di categoria, esperti di settore, GDO nazionale – ERSVA – EPT

Aziende partecipanti:

Selezione accurata di aziende agroalimentari produttrici di prodotti a marchio e a D.O.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 100.000,00

Progetto:

“Comunicare i vini della Campania”

Il comparto agroalimentare, come fanno notare autorevoli esperti, dopo i risultati brillanti degli ultimi anni deve fare i conti con problemi di crescita e di ulteriore qualificazione. Come comunicare in maniera efficace è uno degli aspetti da affrontare. L'ERSAC lavorerà con il supporto di competenze interne ed esterne alla definizione di un progetto/comunicazione in sintonia con i produttori, i vitivinicoltori, in modo da evidenziare pregi dell'enologia campana e rispondere alle esigenze di questo fondamentale comparto per l'economia regionale. In questa ottica è stata prevista la partecipazione a una serie di trasmissioni televisive con settimanali TV da organizzare in sinergia con l'Assessorato alle Attività Produttive in modo da promuovere il settore enologico e l'intera produzione agroalimentare della Campania

Soggetti collaboratori:

Associazione di categoria, Aziende Enologiche, esperti di settore, Emittenti televisive, Assessorato alle Attività Produttive

Aziende partecipanti:

Selezione accurata di aziende enologiche e agroalimentari produttrici di prodotti a marchio e a D.O.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 100.000,00

EVENTI INTERNAZIONALI

Manifestazione:

Fruit Logistica

Berlino, 2-4 febbraio 2006

Iniziativa:

Fruit Logistica è il principale salone internazionale per la filiera dell'ortofrutta. Espone tutte le novità e innovazioni del settore e presenta gli aspetti della produzione, le tecniche di lavorazione, imballaggio, trasporto e distribuzione dei prodotti ortofrutticoli.

La rassegna si estende su una superficie espositiva di 30.000 mq, con più di 800 espositori provenienti da 50 paesi. Oltre 30.000 visitatori, di cui 9000 operatori economici provenienti da 70 paesi.

L'evento è accompagnato da numerose occasioni di incontro per gli operatori del settore mediante i seminari del "Forum della frutta e verdura fresca".

Soggetti collaboratori:

ICE - Messe Berlin

Aziende partecipanti:

Le principali Associazioni campane del settore.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.

Manifestazione:

Prowein

Dusseldorf, 26-28 marzo 2006

Iniziativa:

Fra le manifestazioni inserite nel grande circuito internazionale dell'attività promozionale del vino, il Prowein di Dusseldorf occupa certamente una delle posizioni di maggiore prestigio. Con 2.800 espositori provenienti da 38 paesi e 24.080 visitatori giunti da tutto il mondo, il Prowein ha imposto la sua immagine quale vetrina efficace per conoscere le ultime novità, incontrare nuovi clienti e presentare i propri prodotti.

Soggetti collaboratori:

ICE, Camera di Commercio Italo/tedesca

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

La partecipazione dell'ERSAC va inquadrata tenendo soprattutto in considerazione le risultanze positive della strategia commerciale attivata sul mercato tedesco. Inoltre Prowein è sinonimo di incontri fruttuosi, attività commerciale intensa e fortissima copertura mediatica. E', pertanto, un'occasione unica per incrementare il fatturato delle aziende, incontrare futuri partners, pubblicizzare i propri prodotti, sia in Germania che nel resto del mondo, individuando contemporaneamente le nuove tendenze del mercato mondiale.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.
--

Manifestazione:

**“The Food and wine guide” and Guide
Gourmet Campania”**

Londra, 16-19 marzo 2006

Iniziativa:

Nel contesto di eventi fieristici come il Winter Fancy Food, “La dolce vita” di Londra e successivamente in ulteriori momenti promozionali e mediatici saranno presentate le guide “Food and Wine” e “la Guida gourmet Campania”: Testi che raccontano la Campania attraverso la storia antica dei suoi vini, i giacimenti gastronomici, ma anche con gli aneddoti, le curiosità, le tradizioni millenarie e la cultura del territorio.

Comunicare con questi libri diventa un’occasione di valorizzazione e marketing dell’agroalimentare campano rivolto a un target costituito essenzialmente a opinion leader, giornalisti e operatori professionali,

***Articolazione della partecipazione
dell’ERSAC:***

L’ERSAC collaborerà con gli autori dei testi nell’organizzazione di convegni e conferenze stampa in modo da permettere la diffusione e la promozione delle guide che faciliteranno la conoscenza delle bellezze e del gusto campano.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

Manifestazione:

La Dolce Vita

Londra 16-19 marzo 2006

Iniziativa:

evento interamente dedicato al made in italy finalizzato alla promozione e alla difesa delle migliori produzioni del nostro paese. Occasione di valorizzazione e marketing dell'agroalimentare campano rivolto a un target costituito essenzialmente da operatori di settore, tra i quali importatori e distributori

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

La partecipazione dell'ERSAC va inquadrata tenendo soprattutto in considerazione le risultanze positive della strategia commerciale attivata sul mercato britannico. L'evento, inoltre, è in grado di assicurare fruttuosi incontri commerciali e costituisce pertanto un'occasione unica per incrementare il fatturato aziendale, incontrare futuri partners, pubblicizzare i propri prodotti.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.

Manifestazione:

Alimentaria

Barcellona, 6-10 marzo 2006

Iniziativa:

La partecipazione ad “Alimentaria 2006” nasce dalla opportunità di realizzare nella città catalana un momento di valorizzazione finalizzato alla promozione dei prodotti agroalimentari campani sul mercato spagnolo. L’esigenza nasce dalla considerazione che l’economia spagnola è - rispetto agli altri paesi dell’UE – quella che fa registrare tassi di crescita più favorevoli, dove la domanda per consumi privati ha avuto una significativa implementazione. L’iniziativa è caratterizzata da eventi espositivi e degustativi che permetteranno alle produzioni tipiche nostrane il miglioramento dell’immagine e dell’export.

Soggetti collaboratori:

ICE – Municipalità di Barcellona – Reed exhibition

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC coordinerà la partecipazione di una selezione qualificata delle imprese agroalimentari regionali. La Regione Campania sarà pertanto presente con le più importanti aziende di tutte e cinque le provincie campane.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Iniziativa già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 101 del bilancio corrente.
--

Manifestazione:

“Italissima 2006”

Parigi, Carrousel du Louvre. 10/13 marzo 2006

Iniziativa:

Nel luogo più prestigioso e affascinante di Parigi si terrà la seconda edizione della manifestazione “ItaLISSIMA”. L’iniziativa tende a valorizzare la qualità italiana evidenziando i grandi vini, gli oli dop, i prodotti tipici, le novità culinarie e il nuovo turismo gastronomico

Soggetti collaboratori:

ICE – Ital-ASSIST di Parigi

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC coordinerà la partecipazione di una selezione qualificata delle imprese agroalimentari regionali. La Regione Campania sarà pertanto presente con le più importanti aziende di tutte e cinque le provincie campane.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 60.000,00

Manifestazione:

Vinitaly Russia 2006
Salone dei migliori vini Italiani
Mosca 25/26 maggio
San Pietroburgo 27 maggio.

Iniziativa:

Evento dedicato ai grandi vini italiani, con seminari, degustazioni ed un workshop commerciale finalizzati a creare un evento di grande impatto in grado di catalizzare l'attenzione degli operatori e del mercato russo.

L'edizione 2006 vede l'inserimento di una tappa a San Pietroburgo, che contribuirà ad allargare il mercato di riferimento e allacciare relazioni commerciali con gli operatori di una città in forte crescita.

Soggetti collaboratori:

Verona Fiere

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di aziende enoiche campane.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 130.000,00

Manifestazione:

RHS Chelsea Flower Show
Londra 23/27 maggio 2006.

Iniziativa:

La mostra internazionale di giardinaggio ed orticoltura (Chelsea Flower Show) è una manifestazione annuale che si svolge nell'omonimo quartiere di Londra. E' diretta prevalentemente al giardinaggio, piante in vaso, ai fiori ed orticoltura.

All'edizione 2005, hanno partecipato 600 espositori provenienti da tutto il mondo, compreso l'Italia, e si è registrato un numero di 157.000 visitatori.

Soggetti collaboratori:

Royal Horticultural Society (RHS)

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'Ersac parteciperà in sinergia con le realtà più significative dell'intera regione, in modo da presentare l'intera gamma di offerta in grado di affrontare l'impegnativo mercato floricolo nazionale ed internazionale.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 100.000,00

Manifestazione:

**Summer International Fancy Food Show –
New York**

Jacob Javits Center, 9-11 luglio 2006

Iniziativa:

Fiera Internazionale dell'alimentazione sponsorizzata dalla "National Association for the Speciality Food", la più grande organizzazione del mercato di prodotti alimentari in USA, il Fancy Food costituisce la più importante rassegna dedicata al comparto alimentare di tutto il continente americano.

La partecipazione dell'ERSAC all'evento fieristico statunitense si propone di consolidare ed incrementare la presenza del comparto agroalimentare campano in USA.

Soggetti collaboratori:

ICE – Universal Marketing – società allestitrice ufficiale dello spazio italiano in fiera

Aziende partecipanti:

qualificata selezione di aziende in rappresentanza dei vari comparti merceologici

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 180.000,00

Manifestazione:

SIAL 2006

Salone Internazionale dell'Alimentazione
Parigi, 22-26 ottobre 2006

Iniziativa:

Il SIAL costituirà nel 2006 l'evento mondiale numero uno del settore agroalimentare: con oltre 6.000 espositori di 185 paesi e con oltre 86.000 visitatori di cui il 37% di operatori professionali. L'iniziativa permette alle aziende di osservare le nuove tendenze dei consumi agroalimentari, conoscere i nuovi prodotti, aumentare il loro fatturato ottimizzare le produzioni ed incontrare nuovi partner commerciali. Il salone offre agli imprenditori campani un aiuto concreto nella ricerca di nuove opportunità commerciali e per ottenere incrementi di reddito

Soggetti collaboratori:

SIAL - ICE

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

L'ERSAC coordinerà la partecipazione di una selezione qualificata delle imprese agroalimentari regionali. La Regione Campania sarà pertanto presente con uno stand allestito per la presentazione delle più importanti aziende di tutte e cinque le province campane.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 200.000,00

Manifestazione :

**International Flower Trade Show
Amsterdam, novembre 2006**

Iniziativa :

Viene considerata come una delle principali manifestazioni del settore a livello mondiale; permette di contattare operatori commerciali provenienti da tutto il mondo. In particolare negli ultimi anni è diventata punto di riferimento per i mercati dell'estremo oriente.

Soggetti collaboratori:

Conflomer – Coop. Masaniello

Articolazione dell'iniziativa:

L'Ersac parteciperà in sinergia con le realtà più significative dell'area, quale il Conflomer e il Mercato dei fiori di Ercolano in modo da presentare l'intera gamma di offerta in grado di affrontare l'impegnativo mercato floricolo nazionale ed internazionale.

Tabella di Spesa

Costo complessivo € 70.000,00

Manifestazione:

CHINA VINITALY
Shanghai, Novembre 2006

Iniziativa:

Le ultime edizioni di China, hanno riscosso un notevole successo sia di pubblico che di critica. Oltre 700 operatori economici cinesi hanno visitato la fiera, con l'apprezzamento degli espositori per la qualità dei contatti commerciali ottenuti.

La Mostra, riservata agli operatori economici cinesi, annovera la partecipazione di produttori singoli ed associati e di aziende che presentano alcune fra le migliori produzioni italiane del settore vitivinicolo. La rassegna favorirà, inoltre, la promozione del prodotto agroalimentare.

Soggetti collaboratori:

ENIT – ICE – Ente Fiera di Verona

Aziende partecipanti:

qualificata selezione di aziende in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo 80.000,00 euro

Manifestazione:

CINAPOLI

Beijing, Novembre 2006

Iniziativa:

Progetto proposto dalla Beijing Cir Food, prevede dopo il successo ottenuto nello scorso novembre, una serie di eventi in Cina. Creazione di un network fra importatori e esportatori dei vari settori alimentari, un Wine Tasting, seminari e degustazioni, un Festival della Pasta, organizzazione di spazi stabili per la promozione dei prodotti campani, incontri istituzionali in Cina per gemellaggio di Scuole e stage, l'organizzazione di una Borsa Merci. Luogo principale della manifestazione sarà un albergo di prestigio o struttura istituzionale atta a svolgere il ruolo di supporto delle azioni di degustazione e contrattazione.

Soggetti collaboratori:

Beijing cir food

Articolazione della partecipazione dell'ERSAC:

La partecipazione dell'ERSAC, prevista per il 2006, è caratterizzata da una Borsa Merci che includerà momenti di degustazione dei prodotti tipici campani

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo € 80.000,00

Manifestazione:

“Iniziativa con la catena Monoprix”
Anno 2006

Iniziativa:

L’iniziativa è tesa alla penetrazione commerciale di prodotti agroalimentari tipici a marchio nella G.D.O. francese, naturale implementazione del SIAL e successivo work shop tenutisi nel novembre/dicembre 2004, e darà particolare risalto ai prodotti campani nelle sue strutture distributive.

Soggetti collaboratori:

Ersac/ Monoprix/ ICE di Parigi;

Articolazione della partecipazione dell’ERSAC:

L’ERSAC coordinerà la partecipazione di una selezione qualificata delle imprese agroalimentari regionali in grado di garantire la fornitura da destinare all’assortimento della catena distributiva.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 100.000,00

Manifestazione:

Iniziative sul mercato nord-americano. Sinergie con gli Uffici della Regione Campania a New York
Anno 2006

Iniziativa:

La disponibilità degli Uffici della Regione Campania a New York consente di ricondurre ad un disegno unitario le attività promozionali dei vari settori produttivi secondo la logica del “Sistema Regione”, in considerazione delle buone opportunità offerte dal mercato nord americano per i comparti dell’agroalimentare tipico, dell’artigianato e del turismo di qualità.

Il progetto è finalizzato a realizzare un programma organico con l’attivazione di azioni promozionali in grado di coniugare gli aspetti culturali, turistici, artistici ed enogastronomici facilitando il rapporto produttori buyers attraverso sedute di incontro e test degustativi e ampliando il raggio della comunicazione a mezzo mass-media sulle produzioni di settori integrati dell’economia campana.

In particolare, dovranno essere raccolti e tradotti in piani operativi, le indicazioni progettuali trasmesse dalla Tony May Group relative ai corsi di cucina da organizzare presso la sede regionale statunitense, tenuti da chef di grandi alberghi della Campania, e alla formazione ed interscambio di giovani ed esperti con gli USA.

Soggetti collaboratori:

ICE di New York, Tony May Group, Gruppo Ristoratori Italiani, NIAF etc, Istituto Italiano di Cultura.

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 198.000,00

Manifestazione:

**Pubblicazione pagine promopubblicitarie sul
“Codice dell’Informazione” ed. 2006**

Iniziativa:

Il “Codice dell’Informazione”, giunto ormai alla quattordicesima edizione, si pone come strumento di lavoro particolarmente utile per chi opera nel campo della comunicazione e per chi ha bisogno di conoscere la rete delle sedi e dei centri decisionali. L’iniziativa rappresenta un’ulteriore promozione dei prodotti agroalimentari campani grazie alla larga diffusione dell’opera editoriale (30.000 copie).

Soggetti collaboratori:

Istituto di Servizi per l’Editoria e l’Informazione
(ISE)

Pubblicazione già realizzata a fronte delle risorse di cui al cap. 21/6 del bilancio in corso

Manifestazione:

Piano promopubblicitario 2006

Iniziativa:

L'iniziativa nasce dall'esigenza di promuovere i prodotti tipici dell'agroalimentare regionale, in particolare i DOC, DOP IGP, ed i territori di produzione. E' previsto l'utilizzo dei mass media: principali emittenti radio-televisive nazionali e regionali, stampa quotidiana e periodica specializzata e non, spazi comunicazionali all'interno degli aeroporti, porti e stazioni ferroviarie, per azioni di advertising da realizzare attraverso agenzie specializzate. L'aggiudicazione avverrà secondo la procedura della gara d'appalto pubblica.

Soggetti collaboratori:

Agenzie di pubblicità

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 500.000,00

Manifestazione:

Piano di comunicazione integrata
un semestre di copertura a partire da
febbraio – marzo 2006

Iniziativa:

l'iniziativa promopubblicitaria è rivolta alla valorizzazione delle produzioni agroalimentari tradizionali della Campania, che pur rappresentando il 90% del fatturato di settore non ricevono adeguata copertura informativa. E' previsto l'utilizzo di tre piattaforme comunicative: carta stampata, televisione e web.

Soggetti collaboratori:

Gruppo Editoriale Il Denaro

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 90.000,00

Manifestazione:

**Uffici Stampa Televisivi e Rassegne
Audio/Video**
copertura intero arco del 2006

Iniziativa:

L'iniziativa promopubblicitaria è rivolta alla valorizzazione e divulgazione dell'attività dell'Ente svolta a sostegno delle produzioni agroalimentari della Campania, consistente nella fornitura di n. 10 uffici stampa televisivi e relative rassegne audio/video, articolati su 5 eventi regionali e 5 nazionali da individuare tra i più rappresentativi del programma 2006.

Soggetti collaboratori:

Videocomunicazioni srl

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 18.000,00

Manifestazione:

Workshop con buyers della G.D.O. canadese

Iniziativa:

L'iniziativa è finalizzata a consentire un'occasione di incontro operativo con i responsabili degli acquisti delle grandi catene di distribuzione canadesi, da organizzare in Campania con gli operatori agroalimentari della ns. regione, calendarizzandola consecutivamente al Vinitaly di Verona

Soggetti collaboratori:

Camera di Commercio Italiana di Montreal

Aziende partecipanti:

Qualificata selezione di realtà aziendali in rappresentanza dei vari comparti merceologici.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 30.000,00

Iniziativa:

CAMPANIA INSIEME 2006: Valorizzazione dei prodotti tipici delle aziende del circuito agriturismo regionale.

Consolidata azione promo-pubblicitaria in favore dello sviluppo dei flussi agrituristici sul territorio regionale.

L'iniziativa, da realizzarsi col supporto di promo televisivi su primarie emittenti regionali ed extraregionali, si avvarrà di riscontri territoriali quali i percorsi enoici, le visite guidate, le carte comprensoriali delle aziende e dell'offerta di ospitalità.

Il piano-programma prevede l'edizione di una "Video Guida Agriturismo Campania", nonché la messa in onda su primaria emittente regionale e la presentazione nel corso di una specifica serata-promotionale.

Soggetti collaboratori:

APS Promotion.

Aziende partecipanti:

Selezione di aziende in rappresentanza del comparto agroalimentare.

Tabella di spesa

Costo complessivo euro 20.000,00

ELENCO DEL MATERIALE ELETTRONICO DA ASSEGNARE
IN DOTAZIONE AL SERVIZIO PRODUZIONE AGRICOLA

PROGRAMMI PER ED ACCESSORI PER COMPUTER

- N. 1 programma Adobe fotoshop versione 8 o superiore in italiano
(per la correzione di foto digitali)
 - N. 1 programma Friend versione in italiano
(realizzazione di elaborati grafici, ad es. depliants, manifesti ecc.)
 - N. 1 programma per elaborazione ed acquisizione filmati
 - N. 1 Stampante fotografica con 2 kit di cartucce e 500 fogli di carta fotografica
 - N. 1 Scanner per acquisizione immagini
 - N. 2 Masterizzatori DVD per la scrittura su disco di foto e filmati
 - N. 2 Penne Drive da 1 Giga per il salvataggio di file
- SPESA PREVISTA: € 3.000=

APPARECCHIATURA PER FOTOGRAFIA DIGITALE

(realizzazione di foto digitali nell'ambito fieristico e prodotti tipici
per la realizzazione di un archivio fotografico)

- N. 1 Fotocamera digitale Nikon COOLPIX 8800 corredata dei seguenti accessori:
 - o N. 2 pacchi di batterie ricaricabili
 - o N. 1 custodia
 - o Scheda di memoria rapida da 500 Mega
 - o N. 1 Lente - filtro per raggi UV
 - o Un cavalletto
 - o Una borsa per apparecchiatura fotografica ed accessori
- N.1 Videocamera digitale MiniDV con custodia e n. 10 cassette.

SPESA PREVISTA: € 2.600=

RICETRASMITTENTI

(apparecchi ricetrasmittenti portatili da assegnare ai dipendenti che operano in fiera)

- N. 2 Coppie di apparecchi ricetrasmittenti canalizzati ed omologati Min. P.T. con raggio di copertura=5Km.

SPESA PREVISTA: € 100=

TOTALE SPESA PREVISTA: € 5.700

Iniziative di Valorizzazione Anno 2006

Iniziative in ambito Regionale

Exposudhotel	Napoli	29-01/02 Feb.	
Anteprima Vinitaly	Loc. da definire	Marzo	€ 25.000,00
Memorial Contiero	Napoli	Marzo	€ 20.000,00
Enohobby	Napoli	Marzo	
Nuceria Tesori e Saporì	Nocera (SA)	Aprile	€ 10.000,00
Eventi promozionali durante incontri Coppa Davis	Torre del Greco	7/9 Aprile	€ 100.000,00
Biennale del Mare	Napoli	Aprile	€ 100.000,00
Terra Mia	Atripalda (AV)	Aprile	€ 30.000,00
Expò dell'Ufita	Vallesaccarda (AV)	Aprile	€ 20.000,00
Le donne e il vino	Napoli	Aprile/giugno	€ 25.000,00
Maggio dei Monumenti	Napoli/Salerno	Maggio	€ 100.000,00
Carciofo di Paestum	Paestum (SA)	Maggio	€ 10.000,00
Come & Taste	Napoli	Maggio	€ 15.000,00
Terrazze e Giardini	Napoli	5/7 Maggio	€ 15.000,00
Premio Ippico Internazionale	Napoli	16-mag	€ 40.000,00
Vitigno Italia	Napoli	Giugno	€ 40.000,00
Pastamania	Napoli	1/4 Giugno	€ 30.000,00
La Biodiversità	Napoli	Giugno	€ 15.000,00
Convegno nazionale magistrati	Belvedere di S. Leucio (CE)	Giugno	€ 15.000,00
Il Borgo in Festa	Castelvetere (AV)	Giugno	€ 20.000,00
I percorsi del gusto	Ischia (NA)	1/9 Luglio	€ 50.000,00
Medvinischia	Ischia (NA)	Luglio	€ 15.000,00
Agricoltura	Napoli	Luglio	€ 400.000,00
Neapolis	Napoli	Luglio	€ 30.000,00
Rassegna musica etnica	Summonte (AV)	Luglio	€ 10.000,00
Tess I percorsi enogastronomici della Costa del Vesuvio	Monti Lattari	Luglio/Dice.	€ 70.000,00
Il Sorriso del Vulcano	Costiera Vesuviana	Estate 2006	€ 20.000,00
Fiera enologica di Taurasi	Taurasi (AV)	Agosto	€ 18.000,00

Gusta Minori	Minori (SA)	Ago./Sett.	€ 45.000,00
Vinestate	Torrecooso (Bn)	Ago./Sett.	€ 10.000,00
La cipolla Ramata di Montoro	Montoro (AV)	Ago./Sett.	€ 10.000,00
Dream Run	Capri (NA)	Settembre	€ 20.000,00
Falaghina Felix	S.Agata dei Goti (Bn)	Settembre	€ 15.000,00
Festa della Montagna	Castello Matese	Settembre	€ 6.000,00
Sagra del Fungo Porcino	Cusano Mutri (Bn)	Settembre	€ 12.000,00
Sagra del Fungo Porcino	Castelcivita (Sa)	Settembre	€ 12.000,00
Itinerari del Gusto	Salerno	Settembre	€ 20.000,00
Mostra del Tartufo	Colliano (Sa)	Ottobre	€ 10.000,00
Festa della Castagna	Montella (Av)	Ottobre	€ 10.000,00
I prodotti del Sannio	S. Giorgio del Sannio (Bn)	Ottobre	€ 10.000,00
Il Vino: 2000 anni di storia	Boscoreale (Na)	Ottobre	€ 10.000,00
Irpinia produce	Avellino	Ottobre	€ 30.000,00
Flora 2006	Ercolano (Na)	Novembre	€ 40.000,00
Fagiolo di Controne	Controne (Sa)	Novembre	€ 10.000,00
Notte Bianca	Napoli	Anno 2006	€ 250.000,00
Ristoranti Tipici Campani	Intera Regione	Anno 2006	€ 60.000,00
Attività Convegnistica ed eventi promossi da Associazione dei lavoratori	Intera Regione	Anno 2006	€ 50.000,00
Azioni a sostegno del comparto zootecnico	Intera regione	Anno 2006	€ 300.000,00
<u>Totale Iniziative in ambito Regionale</u>			<u>€ 2.173.000,00</u>

Iniziative in Ambito Nazionale

Mia Rimini-MSE Mediterranean SEA Food Exposition	Rimini	4 - 7 Febbraio	
BIT	Milano	18-21 Febbraio	
A Tavola.....	Firenze	17-20 marzo	
Vinitaly - e Azioni collaterali	Verona	6 - 10 Aprile	€ 803.000,00
SOL	Verona	6 - 10 Aprile	€ 250.000,00
Euroflora	Genova	21/04 - 01/05/2006	€ 150.000,00
CIBUS	Parma	4 - 7 maggio	€ 150.000,00
MACFRUT	Cesena	4 - 6 maggio	€ 70.600,00
Selezione dei vini campani 2006	Napoli	Giugno/luglio	€ 90.000,00
SANA	Bologna	settembre	€ 79.000,00
Pizzafest	Napoli	settembre	€ 50.000,00
Salone del Gusto	Torino	ottobre	€ 80.000,00
Partecipazione al Congresso dell' AEEI		ottobre	€ 40.000,00
Flormart	Padova	ottobre	€ 40.000,00
Fiera Internazionale del Bovino da latte	Cremona	novembre	€ 20.000,00
Expò dei Sapori	Milano	novembre	€ 110.000,00
Consorzio per la commercializzazione delle produzioni agroalimentari	Napoli	Anno 2006	€ 100.000,00
Comunicare i vini della Campania	Napoli	Anno 2006	€ 100.000,00
Card dei prodotti tipici regionali	Intera Regione	Anno 2006	€ 100.000,00
Osservatorio Permanente e Portale Agroalimentare in Campania	Intera Regione	Anno 2006	€ 150.000,00
<u>Totale Iniziative in ambito Nazionale</u>			€ 2.382.600,00

Iniziativa in ambito estero

Fruit Logistica	Berlino	2 - 4 Febbraio	
Italissima	Parigi	10-13 Marzo	€ 60.000,00
Prowein	Dusseldorf	26 - 28 marzo	
Alimentaria	Barcellona	6 - 10 Marzo	
The Food and Wine Guide To Naples	Londra	16-19 marzo	€ 20.000,00
La Dolce Vita	Londra	16 - 19 marzo	
Workshop con buyers della GDO Canadese	Napoli	Aprile	€ 30.000,00
Chelsea Flower Show	Londra	23/27 Maggio	€ 100.000,00
Vinitaly Russia	San Pietroburgo, Mosca	25/27 Maggio	€ 130.000,00
Summer Fancy Food	New York	9 - 11 Luglio	€ 180.000,00
Iniziativa in collaborazione con la sede istituzionale della Regione Campania	New York	2005 - 2006	€ 198.000,00
SIAL	Parigi	22 - 26 ottobre	€ 200.000,00
International Flower Trade	Amsterdam	Novembre	€ 70.000,00
China Winitaly	Shanghai	Novembre	€ 80.000,00
Cinapoli	Pechino	Novembre	€ 80.000,00
Incontro con la GDO francese MONOPRIX	Napoli e Parigi	Anno 2006	€ 100.000,00
<i><u>Totale Generale Iniziative Estere</u></i>			€ 1.248.000,00

<i>Azioni Promopubblicitarie</i>			
Campania Insieme 2006	Intera Regione	Anno 2006	€ 20.000,00
Regione da Gustare	Intera Regione	Anno 2006	€ 20.000,00
Convenzione Servizi Giornalistici con stampa e la Società Videocomunicazione			€ 18.000,00
Piano di comunicazione integrata con il gruppo editoriale "Il Denaro"			€ 90.000,00
Pubblicazione su Codice dell'Informazione ed.2006 -ISEI-			
Azioni Promo Pubblicità e Stampa materiale divulgativo Azioni promozionali mass- media			€ 500.000,00
Acquisto materiale elettronico		Anno 2006	€ 6.000,00
<i><u>Totale Azioni Promopubblicitarie</u></i>			<u>€ 654.000,00</u>
<i>PREVISIONE DI SPESA GENERALE</i>			€ 6.457.600,00
FORMAZIONE ED AGGIORNAMENTO 6% PIU' 2% GESTIONE DEL PROGRAMMA			€ 516.608,00
<i>TOTALE GENERALE DELLE OCCORRENZE</i>			<u>€ 6.974.208,00</u>

Come indicato nel programma di valorizzazione 2006, per il raggiungimento degli obiettivi vincolati alla realizzazione delle iniziative riportate nel presente documento, vengono destinate alle attività di formazione ed aggiornamento risorse pari al 6% ed alla gestione del programma risorse pari al 2% delle occorrenze previste quantificate in una cifra complessiva di € 516.608,00 per un totale delle occorrenze pari a € 6.974.208,00.

Restano, comunque, al di là della quantità delle risorse destinate alla realizzazione del Programma vincolanti i criteri di destinazione per attività di formazione e aggiornamento del personale dedicato al programma (6%) e per la gestione del programma stesso (2%).

I fabbisogni finanziari espressi si riferiscono a previsioni di massima formulate sulla base di precedenti esperienze. A seguito della progettazione esecutiva potranno subire, fermo restando il fabbisogno complessivo del programma di valorizzazione, variazioni contenute nella misura massima del 20%.

A cura del Servizio Produzione Agricola - Aggiornato al 07/03/2006