

**REGIONE UMBRIA**  
Giunta regionale

# **Progetti integrati delle Filieri agroalimentari**

(Bando multimisura A4 - Pubblicato nel B.U.R.  
serie generale n.46 del 4/11/2004, S.O. n.1)

## **RAPPORTO DI VALUTAZIONE**



Ad opera del Gruppo di lavoro ex DGR n. 444 del 22 marzo 2006 costituito da:

*Simona AZZARELLI*  
*Augusto BULDRINI*  
*Mirella CASTRICHINI*  
*Carlo CIPICIANI*  
*Mario DALLE MOLLE*  
*Franco GAROFALO*  
*Claudio TIRIDUZZI*

Coordinamento:

*Lucio CAPORIZZI*

*Si ringraziano Valentina Marconi e Cristina Vescovi per la fattiva e utile collaborazione*

# INDICE

## *Premessa*

<b>1. La strategia per la competitività contenuta nel PSR 2000-2006 .....</b>	<b>pag. 2</b>
<b>2. Le caratteristiche e le novità del Bando integrato A4 .....</b>	<b>« 4</b>
<b>3. Le caratteristiche fondamentali del Progetto ideale .....</b>	<b>« 6</b>
<b>4. I progetti presentati: descrizione di sintesi.....</b>	<b>« 7</b>
<b>5. Primi risultati dei progetti di filiera .....</b>	<b>« 10</b>
<b>6. Considerazioni conclusive e indicazioni per la fase di programmazione 2007-2013.....</b>	<b>« 15</b>
<b>Allegato A - Progetti di filiera: schede anagrafiche e giudizi di sintesi qualitativa.....</b>	<b>« 1</b>
<i>1. Filiera Antico orto del fattore.....</i>	<i>« 1</i>
<i>2. Filiera Biomasse .....</i>	<i>« 8</i>
<i>3. Filiera Carne bovina del Nera .....</i>	<i>« 14</i>
<i>4. Filiera Farina del perugino.....</i>	<i>« 20</i>
<i>5. Filiera Grifo latte .....</i>	<i>« 27</i>
<i>6. Filiera Olio Alto.....</i>	<i>« 33</i>
<i>7. Filiera Pollo d'erba .....</i>	<i>« 40</i>
<i>8. Filiera Prodotti del Casolare.....</i>	<i>« 48</i>
<i>9. Filiera Qualialleva .....</i>	<i>« 55</i>
<i>10. Filiera Suinarte.....</i>	<i>« 61</i>
<i>11. Filiera Suino tipico Umbro.....</i>	<i>« 65</i>
<i>12. Filiera Umbria a Tavola.....</i>	<i>« 72</i>
<i>13. Filiera Umbria del Tartufo .....</i>	<i>« 78</i>
<i>14. Filiera Umbria del Vino .....</i>	<i>« 84</i>
<i>15. Filiera Vini di Montefalco.....</i>	<i>« 90</i>



## Premessa

La Regione Umbria, nel Patto per lo sviluppo sottoscritto nel giugno 2002, ha assunto l'impegno di utilizzare le risorse finanziarie a propria disposizione per massimizzare gli effetti strutturanti sul sistema produttivo regionale, in termini di aumento di competitività e di un più marcato orientamento all'innovazione.

Conseguentemente nel Dap 2004-2006, di concerto con le parti economico sociali, è stato varato il “**pacchetto competitività**”, che ha avuto come strumentazione qualificante la definizione dei **bandi multimisura per la concessione di contributi a raggruppamenti di imprese** (brevemente definiti **bandi integrati**).

L'esperienza dei bandi integrati per contributi a progetti presentati da consorzi di imprese ha richiesto una valutazione attenta e corretta degli interventi che con tali sussidi si sono incentivati.

La novità risiede ovviamente non tanto nel carattere multimisura (che rappresenta comunque un prezioso elemento di snellimento e arricchimento progettuale), quanto nell'aver richiesto la presentazione di progetti collettivi e quindi aver incentivato la costituzione di raggruppamenti di imprese e tendenzialmente la costituzione di network di diversa natura.

Data la novità e l'importanza di tali bandi, nel Tavolo generale del Patto, le Parti hanno convenuto di procedere ad una valutazione del percorso intrapreso e dei primi risultati ottenuti. A tal fine con DGR n. 444 del 22 marzo 2006 sono stati istituiti dei gruppi di lavoro per acquisire elementi di conoscenza in merito alle scelte gestionali e di sviluppo svolte dalle imprese coinvolte, nonché sulla tipologia dei network e quindi sulla natura delle relazioni instaurate, procedendo a tal fine ad una apposita valutazione dei risultati ottenuti. Tale valutazione, inoltre, era prevista doversi svolgere, fin dalla fase di impostazione metodologica, anche tramite periodici confronti con le Parti firmatarie del Patto utilizzando a tal fine tanto la sede del Comitato di indirizzo e sorveglianza del Patto quanto appositi incontri mirati e di taglio più tecnico con le organizzazioni di categoria più direttamente interessate.

Nel presente documento si forniscono i risultati della valutazione condotta in merito al bando integrato della **filiera agroalimentare (A4)**.

La qualità dei network e la natura e la stabilità delle relazioni così istituite, hanno rappresentato i principali campi di valutazione, unitamente al modo in cui gli investimenti presentati dalle imprese e sussidiati dai fondi hanno contribuito ad accrescere il **vantaggio competitivo** delle imprese stesse, andando ad influire positivamente sulle attività generatrici di valore all'interno della filiera agroalimentare.

Il **percorso valutativo** si è articolato in un doppio livello di analisi:

- la prima basata sull'esame dei progetti finanziati, del loro livello di attuazione e delle relazioni finali presentate dagli organismi di filiera, il tutto guidato da una griglia sulle informazioni da reperire che è stata presentata e confrontata con gli stessi organismi di filiera.
- la seconda caratterizzata da un corposo numero di interviste telefoniche alle aziende beneficiarie, guidate da una apposita scheda di domande (vedi pag. 13), volta a rilevare il giudizio delle aziende su vari aspetti quali ad esempio l'intensificarsi delle relazioni tra le aziende, il senso di appartenenza alla filiera, i vantaggi percepiti. Le aziende intervistate sono state 98, pari a circa il 50% dei soggetti attuatori.

Per ciascun progetto di filiera sono state combinate le varie informazioni, suddivise per gli ambiti di indagine, in relazione ad un ipotetico “Progetto ideale” caratterizzato, come meglio descritto a pag. 6, da specifici elementi che hanno guidato il percorso valutativo. A completamento della Valutazione dei progetti integrati si è aggiunto il giudizio soggettivo delle aziende sul senso di appartenenza alla filiera e sull’efficacia delle azioni orizzontali.

Ciò premesso, il **report è così articolato**:

- una prima parte richiama la strategia e le finalità per la competitività del sistema rurale regionale contenute nel Piano di Sviluppo Rurale 2000-2006 con particolare riferimento all’incremento del capitale fisico delle imprese e loro ammodernamento, alla diversificazione dell’attività dell’impresa agricola e alla qualità delle produzioni;
- una seconda parte illustra i fattori che caratterizzano il bando integrato A4 come elemento di discontinuità rispetto al PSR, con particolare riferimento al collegamento tra produzione primaria e trasformazione mediante il maggiore radicamento dei contratti di fornitura;
- una terza parte descrive brevemente le caratteristiche fondamentali del progetto ideale alla luce delle quali è stato effettuato il percorso valutativo;
- una quarta parte descrive sinteticamente i progetti presentati evidenziandone le caratteristiche principali (ad es. titolo, numero imprese coinvolte, produzione interessata, finanziamento assentito, spesa ammessa, ecc.);
- la parte successiva evidenzia i risultati ottenuti con i progetti presentati e analizza gli scostamenti rispetto alle caratteristiche del “progetto ideale”;
- infine vengono svolte delle **considerazioni conclusive e formulate indicazioni** per la fase di programmazione 2007-2013.

Il report è corredato altresì di un allegato (ALLEGATO A “Progetti di filiera: Schede anagrafiche e giudizio di sintesi qualitativa”), contenente per ciascun progetto di filiera le informazioni essenziali per la valutazione finale desumibili dall’esame del progetto presentato, della relazione finale (evidenziandone le variazioni), combinate con le interviste effettuate ai soggetti attuatori, esprimendo un giudizio valutativo di sintesi per ciascuno degli elementi presi in considerazione.

## **1. La strategia per la competitività contenuta nel PSR 2000-2006**

Il Programma di sviluppo rurale 2000-2006 è orientato, tra l’altro, a favorire la crescita e la competitività del sistema delle imprese agricole e agroalimentari dell’Umbria in un contesto di miglioramento e sviluppo delle aree rurali che rappresentano la quasi totalità del territorio regionale.

In tale ambito gli obiettivi e le priorità espresse sono stati orientati verso il rafforzamento delle strutture aziendali attraverso l’incremento del capitale fisico (investimenti fissi, macchine e attrezzature), la diversificazione delle attività, il ringiovanimento e la qualificazione del management aziendale e il sostegno alle produzioni di qualità.

Anche le modalità di accesso ai finanziamenti pubblici costituiscono un fattore di crescita che può stimolare la competitività. I raggruppamenti di imprese che si costituiscono per perseguire un obiettivo comune dovrebbero rafforzare la consistenza economica dei progetti.

In tal senso le esperienze di progettazione integrata nel settore agroalimentare sono rivolte soprattutto alla creazione e strutturazione di filiere costruite intorno a produzioni caratteristiche dell’agricoltura regionale.

In Umbria la presenza di filiere strutturate assume aspetti contraddittori. L'analisi SWOT del PSR 2000-2006 evidenzia apprezzabili elementi di forza nel collegamento tra la produzione primaria e quello di prima e seconda trasformazione.

Viene messo in evidenza che esistono comparti in cui le filiere sono molto orientate all'anello della trasformazione, quali ad esempio quello dei cereali, delle carni, il lattiero-caseario, l'olio e il vino.

Il sostegno accordato negli anni passati dall'Amministrazione regionale alla cooperazione sia di primo che di secondo grado (consorzi) ha favorito sicuramente il consolidamento di alcune filiere; ma quello che manca al sistema delle imprese agricole e agroalimentari umbre è la mancanza di una massa critica adeguata da collocare sui mercati a causa della disaggregazione delle quantità prodotte, e della instabilità della fornitura.

La strategia del PSR parte dalla constatazione che l'agricoltura umbra è caratterizzata da un numero rilevante di micro e piccole imprese con orientamenti produttivi tradizionali ed economicamente poco significativi. Nell'80% delle aziende i redditi agricoli sono accessori, pertanto nella famiglia del conduttore si registra una dipendenza economica prevalente da altri settori extra-agricoli. Sono circa 8 mila le aziende che hanno una dimensione economica superiore a 8 UDE (9.600 euro di reddito lordo annuale) che riescono quindi a realizzare un livello minimo di reddito tale da renderle autonome.

Per tutte, comunque, è necessario elaborare strategie tali da favorire aggregazioni aziendali per accrescere il peso economico complessivo della produzione in modo da migliorare e stabilizzare il reddito delle imprese, in particolare quelle del settore primario, al fine di garantire la loro permanenza stabile nel territorio con i connessi risvolti positivi in termini occupazionali.

Gli obiettivi generali del PSR sono 5: ammodernamento e sviluppo del sistema produttivo, qualificazione e certificazione delle produzioni alimentari a garanzia del consumatore, sviluppo dell'occupazione e dell'occupabilità prioritariamente giovanile, tutela e valorizzazione dell'ambiente, del territorio e della biodiversità, mantenimento dei livelli demografici nei territori rurali. Da questi obiettivi derivano i 3 assi prioritari di intervento:

- *ammodernamento del sistema produttivo;*
- *tutela e valorizzazione del patrimonio ambientale e paesaggistico;*
- *sostegno dei territori rurali.*

Questi 3 assi prioritari intendono potenziare il ruolo multifunzionale dell'agricoltura nel contesto economico, sociale e ambientale della regione.

La progettazione integrata è una modalità attuativa che, anche se non specificatamente prevista dal piano, risulta funzionale a perseguire gli obiettivi generali indicati nella strategia di intervento.

Le analisi effettuate dal valutatore indipendente aggiornate a metà anno 2006 evidenziano che il PSR ha contribuito in maniera significativa al riequilibrio demografico e ad evitare lo spopolamento delle aree rurali, ha avuto un ruolo economicamente significativo in termini di reddito e occupazione e ha rivestito un ruolo di primaria importanza nell'elevare la qualità dei prodotti agroalimentari. Meno significativi sono stati, a detta del valutatore, gli effetti in termini di integrazione nelle filiere produttive per la risoluzione delle problematiche specifiche legate alla trasformazione, commercializzazione e valorizzazione dei prodotti.

## 2. Le caratteristiche e le novità del Bando integrato A4

La Regione Umbria, nell'ultima fase di programmazione degli strumenti di politica regionale, ha inteso sviluppare, in via sperimentale, un modello innovativo di assegnazione delle risorse pubbliche che muove dal sostegno di progetti comuni di sviluppo "integrato" per aree territoriali o tematici. Questi ultimi, in particolare, hanno riguardato modalità attuative integrate tra alcune Misure del PSR 2000-2006 dell'Umbria, finalizzate sostanzialmente al rafforzamento delle principali filiere agroalimentari.

La missione del bando integrato A4 era quella di favorire una più equa distribuzione del Valore Aggiunto lungo tutto il percorso delle filiere agroalimentari, sia "lunghe" che "corte", con particolare attenzione per la produzione primaria, anello notoriamente più debole.

La definizione tecnica di filiera lunga (produzione, trasformazione e commercializzazione) o corta (produzione e commercializzazione) non incide di per sé in modo determinante sulla ricaduta del Valore Aggiunto sui diversi soggetti che intervengono lungo tutto il percorso. Altre conseguenze si sviluppano invece qualora la lunghezza o meno di una filiera si identifica con il numero di soggetti che intervengono a mediare i rapporti tra la domanda e l'offerta.

In tal senso una filiera "lunga" è quella nella quale produttore e consumatore sono spesso distanti e nella quale domanda e offerta sono mediate da una considerevole serie di soggetti e ciò, indipendentemente dal fatto che il prodotto subisca una o più trasformazioni. Tale tipologia si sviluppa prevalentemente nel caso tipico dei prodotti di quantità, tra di loro poco differenziabili (*commodities*).

Al contrario, il sistema dei "prodotti e servizi di nicchia" può essere caratterizzato da una filiera estremamente "corta", basata su un rapporto diretto produttore/consumatore. In tali casi le quantità sono necessariamente limitate e, attraverso la promozione e vendita di prodotti tipici locali, si ottiene la massima valorizzazione del territorio di produzione. Accanto a tali prodotti insistono, quasi sempre, servizi di alta qualità (agriturismi, fattorie didattiche, organizzazioni e gruppi di valorizzazione della tipicità, tradizione e cultura.)

La finalità dei progetti integrati delle filiere agroalimentari (PIF) è stata quella di rafforzare la competitività dei più significativi comparti del panorama agroalimentare regionale quali il settore viticolo, quello olivicolo-oleario, il lattiero caseario e il cerealicolo, non tralasciando le filiere minori quali quelle della carne suina e bovina e le produzioni di nicchia quale il tartufo.

La strategia scelta è stata quella di individuare, in un contesto di filiera e in un'ottica di sviluppo integrato, il rafforzamento della competitività del sistema agroalimentare umbro mediante l'introduzione di innovazioni di prodotto e di processo, la gestione integrata in tema di qualità, sicurezza e tutela dell'ambiente, nonché il rafforzamento delle funzioni commerciali attraverso la promozione e la qualificazione dei prodotti.

L'obbligatorietà delle azioni orizzontali per la qualità dovrebbe permettere da un lato di trovare un collante per una pluralità di interventi che rischiano altrimenti di mettere in piedi una filiera non coesa costituita da investimenti scollegati tra di loro. D'altro canto si intendeva anche favorire raggruppamenti di imprese collegati con centri di competenza: l'Università per quanto riguarda azioni di ricerca applicata; il Parco Tecnologico Agroalimentare per la cura degli aspetti relativi alla certificazione di qualità; il Centro Agroalimentare per le attività di promozione.

Il bando pubblico che è stato predisposto per la concessione degli aiuti (bando integrato A4), oltre ai criteri di ammissibilità relativi alle singole misure del PSR coinvolte nel progetto (redditività aziendale, rispetto requisiti minimi, adeguati livelli professionali, rispetto sbocchi di mercato, cantierabilità), ha previsto ulteriori criteri volti a favorire l'integrazione tra i vari anelli della filiera e precisamente:

- **rilevanza regionale**, intesa come coinvolgimento della produzione agricola di base per almeno l'80% di provenienza regionale al fine di valorizzare quanto più possibile le produzioni regionali realizzate dalle imprese umbre
- **investimenti nell'anello della produzione primaria** realizzata per almeno il 30% della spesa complessiva del progetto da soggetti appartenenti all'anello della produzione agricola, per garantire una partecipazione adeguata delle imprese del settore primario al progetto:
- **Organismo di filiera**, soggetto deputato a presentare il progetto integrato, formato da imprese agricole ed agroalimentari, singole e associate ed istituito con atto sottoscritto in forma giuridica ivi comprese Associazioni Temporanee di Impresa o Associazione in Partecipazione (almeno 9 imprese aderenti).
- **completezza della filiera** che deve essere assicurata mediante la presenza nel progetto di tutti i segmenti della filiera, dalla produzione alla distribuzione e commercializzazione del prodotto finito, anche mediante accordi con il settore del commercio; tale caratteristica viene altresì assicurata dalla presenza obbligatoria di una quota significativa di finanziamento delle azioni orizzontali volta alla creazione di sistemi di certificazione di prodotto e di processo, di controllo di qualità e di servizi per la promozione e la commercializzazione dei prodotti.

In sintesi, con la realizzazione dei PIF, si sono voluti creare i presupposti di tipo economico, finanziario e dimensionale per incrementare il valore aggiunto per tutti i soggetti partecipanti, in particolare per quelli dell'anello della produzione e il raggiungimento di un più vantaggioso posizionamento sul mercato delle imprese coinvolte. I singoli PIF sono stati presentati mediante un business plan caratterizzato dai seguenti aspetti:

- Descrizione dell'intero progetto e dei progetti dei singoli soggetti attuatori e destinatari del progetto stesso
- Analisi del mercato su cui si colloca il prodotto
- Descrizione del piano degli investimenti e la tempistica per la sua realizzazione
- Descrizione del piano commerciale e di marketing e quello organizzativo
- Indicazione di eventuali vincoli e rischi collegati alla realizzazione del progetto
- Descrizione del piano economico e finanziario necessario per far fronte alla realizzazione del progetto

I progetti così presentati sono stati oggetto di una valutazione di coerenza e conformità alle norme previste dal bando da parte di un Comitato appositamente costituito che ha basato la valutazione su criteri di merito e tecnico-economici, sia relativamente ai singoli interventi realizzati da ciascun soggetto attuatore sia sull'intero progetto di filiera.

Ciò ha determinato l'attribuzione, per ogni PIF, di un punteggio di merito determinato in base:

- all'analisi della filiera proposta ed agli effetti derivanti dalla realizzazione del progetto;
- all'organismo di filiera ed alla sua rappresentatività;
- alle innovazioni introdotte, di prodotto, di processo e organizzative;
- alla fattibilità sia da un punto di vista commerciale che economico-finanziario;

I tempi di definizione del procedimento amministrativo per l'ammissibilità, sono stati più che soddisfacenti tenuto conto in particolare che le stesse fasi di istruttoria e selezione delle proposte hanno comportato necessariamente l'attivazione di una ampia e complessa fase di concertazione tra diversi Servizi regionali, normalmente non richiesta per i progetti individuali, avendo correttamente preso in esame il progetto nel suo insieme e non come una sommatoria di interventi.

Inoltre non deve essere sottovalutato un elemento innovativo di tipo procedurale che è stato introdotto e cioè quello di prevedere l'invio di un "**nulla-osta cumulativo**" al responsabile dell'organismo di filiera il quale, a sua volta, era responsabile della notifica a ciascun soggetto attuatore dell'autorizzazione alla realizzazione dei rispettivi interventi

ammessi. Ciò allo scopo da un lato di attribuire una maggiore responsabilità al capo-fila dell'organismo di filiera con il compito di monitorare l'attuazione del progetto integrato e dall'altro di razionalizzare e snellire le procedure amministrative mediante l'affidamento degli adempimenti amministrativi ad un unico interlocutore con la Regione. Di conseguenza, ad ogni responsabile dell'Organismo di filiera, è stato inviato il relativo provvedimento di autorizzazione indicante l'ammontare della spesa ammessa, il contributo concedibile, i tempi massimi di realizzazione e, in particolare, gli obblighi in capo ad ogni singolo soggetto attuatore.

### 3. Le caratteristiche fondamentali del “Progetto ideale”

Prima di procedere alla valutazione vera e propria, si sono definite le caratteristiche fondamentali del “progetto ideale” a partire dalle finalità del bando e dalle esigenze emerse nei tavoli generali.

A tal fine sono state individuate le seguenti sei caratteristiche fondamentali, che hanno guidato il percorso di valutazione:

- **significatività** della produzione coinvolta dal progetto.  
È rivolta ad evidenziare il numero delle imprese coinvolte, la Produzione Lorda Vendibile, a volte espressa in termini numerici, altre in termini percentuali, nonché altre caratteristiche significative da utilizzare quali parametri di riferimento. Sono stati altresì tenuti in considerazione anche aspetti di tipo qualitativo, onde tenere in considerazione i progetti relativi a produzioni di “nicchia”.
- **integrazione degli anelli della filiera** (produzione, trasformazione e commercializzazione). Prende in considerazione la presenza degli anelli che compongono la filiera con particolare riguardo alla commercializzazione (in particolare per verificare se è stata effettuata una commercializzazione diretta e/o tramite accordi con distributori) ed alla stabilità nel tempo della sua integrazione con gli altri anelli della filiera.
- **natura stabilità dei contratti tra le aziende**. Tale aspetto considera la durata temporale degli accordi stipulati, nonché le caratteristiche che possano garantire la “sopravvivenza” a lungo termine della filiera;
- **qualità delle produzioni**; verifica, al di là della obbligatorietà della spesa per la qualità imposta dal bando, dell'esistenza o meno di percorsi di tracciabilità, rintracciabilità, nonché di certificazione sia in termini di qualità di processo (ad esempio ISO), che di prodotto (es. DOP);
- **promozione**; verifica delle tipologie degli accordi intercorsi tra gli organismi di filiera e l'ente preposto alla promozione;
- **ricaduta del valore aggiunto**; analizza, in particolare tramite interviste ai beneficiari, se:
  - si sono registrati incrementi di fatturato, di margini di guadagno o di clientela;
  - si sono ottenuti vantaggi in termini di certezza nel collocamento delle produzioni e/o stabilità dei prezzi;
  - è stato percepito un effetto positivo derivante dall'appartenenza al progetto di filiera;
  - l'esperienza è stata ritenuta, nel complesso, positiva o meno;
  - esistono indicazioni o suggerimenti da apportare per l'arricchimento di una eventuale futura esperienza.

La valutazione è stata altresì arricchita da valutazioni e indicazioni rispetto al senso di appartenenza alla filiera, rispetto ai principali problemi incontrati e ai suggerimenti di miglioramento, sempre in base a indagini di campo.

#### 4. I progetti presentati: descrizione di sintesi

Dei 16 progetti integrati di filiera presentati 15 sono stati ammessi a finanziamento (2 progetti sulle agroenergie, sono stati unificati in sede di istruttoria) per un totale di circa 390 imprese partecipanti, di cui circa 200 come attuatori. Si tratta in particolare delle seguenti filiere: carne (5 progetti), latte (1 progetto), vino (2 progetti) tartufo (1 progetto) biomasse (1 progetto), prodotti tipici (2 progetti), olio (1 progetto) cereali (1 progetto) e ortofrutta (1 progetto). Le imprese partecipanti da un lato hanno proposto investimenti strutturali per rafforzare la propria competitività e dall'altro hanno aderito a protocolli di certificazione di qualità, attuate dal 3A-Parco Tecnologico Agroalimentare dell'Umbria.

Al Centro Agroalimentare dell'Umbria veniva affidata la promozione e valorizzazione del loro prodotto.

Da un punto di vista finanziario, i progetti integrati sono stati originariamente ammessi per una spesa complessiva di 42 mil. di euro e per un contributo concedibile di circa 20 mil. di euro,

In sede di attuazione dei progetti, gli interventi programmati hanno subito una rimodulazione finanziaria che ha determinato una riduzione della spesa autorizzata e del relativo contributo.

Titolo del progetto	Comparto	Spesa ammessa	Contributo ammesso	Contributo liquidato
Antico orto del fattore	prodotti tipici	1.996.745	924.136	874.517
Biomasse:	biomasse	3.442.103	1.789.134	1.752.100
Carne bovina del Nera	carne	2.723.833	1.380.227	820.906
Farine del Perugino	cereali biologici	1.579.920	658.338	576.137
Grifo Latte	latte	3.616.655	1.657.642	1.423.132
Olio Alto	olio	4.940.352	2.382.978	1.990.516
Pollo d'erba	carne biologica	539.380	353.550	313.105
Prodotti del Casolare	prodotti tipici	1.205.722	650.154	608.098
Qualialleva	carne	2.096.212	939.397	544.805
Suinarte	carne	1.695.964	852.720	435.720
Suino tipico Umbro	carne	1.486.278	707.084	597.516
Umbria a Tavola	prodotti tipici	4.014.793	1.769.560	1.435.918
Umbria del Tartufo	tartufo	3.081.868	1.485.710	682.669
Umbria del Vino	vino	3.643.831	1.694.461	1.492.335
Vini di Montefalco	vino	1.570.976	933.483	792.459
<b><i>Totale 15 progetti</i></b>	<b><i>9 comparti</i></b>	<b><i>37.634.684</i></b>	<b><i>18.178.576</i></b>	<b><i>14.339.937</i></b>

A seguito di tale rimodulazione, gli interventi ammessi a finanziamento e il relativo contributo liquidato sono stati riportati, nelle diverse Azioni, nel modo seguente:

**a) per le azioni verticali:**

- per le imprese agricole (misura a):
  - spesa ammessa € **20.743.000**
  - contributo liquidato € **6.648.000**
  
- per le imprese di trasformazione e commercializzazione (misura g):
  - spesa ammessa € **11.723.000**
  - contributo liquidato € **3.960.000**

**b) per le azioni orizzontali:**

- sistemi di certificazione, servizi di commercializzazione e promozione (misura m) :
  - spesa ammessa € **5.170.000**
  - contributo liquidato € **3.734.000,**

**per un totale della spesa ammessa di circa € 37.635.000 e di un contributo complessivamente liquidato di circa €14.340.000.**

Soltanto un progetto (Suinarte) non è stato in grado, nemmeno parzialmente, di rispettare i criteri di ammissibilità agli aiuti previsti nel bando (i dati in tabella si riferiscono alle sole azioni verticali effettuate da due soggetti attuatori liquidati in attuazione delle rispettive procedure delle specifiche misure del PSR).

Anche per la filiera "Umbria del Tartufo" si è proceduto alla liquidazione in conto procedura ordinaria di misura, ma a differenza della precedente, tale filiera non ha conseguito i parametri di ammissibilità del "bando integrato" soltanto per pochi punti percentuali, realizzando comunque tutte le diverse tipologie di misura/azione preventivate nel progetto ammesso, potendosi comunque configurare come "Organismo di filiera" che continua ad operare a vantaggio dei soggetti aderenti.

Gli altri progetti hanno assicurato il mantenimento delle condizioni di ammissibilità e un significativo conseguimento degli obiettivi programmati.

Al fine di facilitare e semplificare la lettura e l'analisi dei risultati, è stata predisposta una tabella (tab. n. 1) che esprime in sintesi i risultati conseguiti dai 15 progetti integrati di filiera illustrati dai dati finanziari, fisici ed economici.

**Tab. n. 1 Dati finanziari, fisici ed economici dei Progetti integrati di filiera**

FILIERE	DATI FINANZIARI							DATI FISICI							SIGNIFICATIVITA' DELLA FILIERA					
	Spesa tot. ammessa	Contributo totale ammesso	Contributo liquidato totale	% S.A. Mis. A	% S.A. Mis. G	% S.A. Mis. M qualità	% S.A. Mis. M promo	obiettivo	tipo di produz. coinvolta	n.imp./ Enti	sogg. attua.	PT3A	Cent. Agro alim.	ambito territoriale	incem. occupaz.	integrazione filiera	ricerca/sperimentazione	interventi per la qualità	tipologia mercato	ricaduta su produzione primaria
Antico orto del fattore	1.996.745	924.136	874.517	57	27	14	2	Incentivazione di produzioni di qualità. Tracciabilità, rintracciabilità e certificazione di ciascun prodotto della filiera.	vari ortaggi freschi, meloni, susine e altro (fagioli borlotti, bietola...)	16	16	si	si	Trasimeno e Media valle del Tevere.	5	lunga: produzione 12 trasformaz. 1 commercializz 0	si	certificazione UNI 10939/2001, HACCP e predisposizione di disciplinari per certificazione volontaria.	Nazionali	si
Biomasse	3.442.103	1.789.134	1.752.100	95	0	5	0	Produzione di energia termica ed elettrica attraverso biomasse	Energia termica elettrica da biomasse	2	2	si	no	Alto Tevere ed area di Marsciano	4	Corta e lunga: produzione 2 trasformaz. 0 commercializz 2	si	Certificazione UNI 10939/2001 della cooperativa A.	Nazionali	si
Carne Bovina del Nera	2.723.883	1.380.227	820.906	69	21	7	3	Valorizzazione della razza Chianina	Carne bovina	13	13	si	si	Parco Fluviale del Nera e media e bassa Valnerina	n.d.	lunga: produzione 9 trasformaz. 1	si	IGP del Vitellone Bianco	Regionali	si
Farina del Perugino	1.579.920	658.339	576.137	50	32	18	1	Incentivare la produzione di grano tenero di qualità.	Grano tenero e farina	14	14	si	si	Trasimeno e medio Tevere	5	lunga: produzione 9 trasformaz. 2 commercializz 3 contatti	si	Certificazione UNI 10939/2001 e ISO 9001 e disciplinare certific. volontaria prodotto	Nazionale	si
Grifo Latte	3.616.655	1.657.642	1.423.132	29	55	16	0	Ottimizzazione dei processi produttivi e di commercializzazione	Latte e derivati	73	9	si	no	Quasi esclusivamente regionale.	5	corta: produzione 7 trasformaz. 1 commercializz. tutte	si	ISO 9000, ISO 14000 e predisposizione per DOP	Nazionale	si
Olio Alto	4.940.352	2.382.978	1.990.516	48	41	8	3	Recupero economico degli oliveti e incremento della quantità di olio extravergine certificato DOP	Olio	29	29	si	si	Regionale	n.d.	Corta e lunga: produzione 19 trasformaz. 7 commercializz 2	si	Solo un'azienda ha effettuato le certificazioni HACCP, ISO 9000 E ISO 14000	Nazionale	si
Pollo d'erba	539.380	353.550	313.105	61	0	39	0	Produzione avicola di qualità all'interno del settore biologico.	Allevamento avicolo biologico	10	6	si	si	Umbria e provincia di Viterbo	19	corta e lunga: produzione 5 trasformaz. 1 commercializz. 1	si	certificaz. sistema controllo Reg. 2092/91 ed certificazione HACCP.	90% regionale e 10% extraregionale	si
Prodotti del Casolare	1.205.722	650.154	608.098	67	0	31	2	Valorizzazione di piccoli prodotti di fattoria.	Ortofrutta, miele, formaggi, carni, vino e cereali	21	21	si	si	Trasimeno e medio-Tevere	12	corta: produzione 13 trasformaz. 2 commercializz. tutte le aziende	si	Tutte le aziende hanno la certificazione UNI 10939/2001 e la capofila ha la certificazione HACCP	Regionale	si
Qualialleva	2.096.212	939.398	544.805	65	27	9	0	valorizzazione vitello balotto e commercializzazione vacche da latte	Vacche da latte e vitelli balotti.	67	11	si	no	Regionale	6	lunga: produzione 44 trasformaz. 2 commercializz 2	si	Sistema di identificazione dei bovini	10% regionale 90% extraregionale	si
Suinarte *	1.695.964	852.720	435.720	30	20	10	40	Rivalutazione dei prodotti suinicoli.	suini	8	2	no	no	Regionale	1	lunga: produz. 3 trasf. 3 commerc. 3	si	Certificazione ISO per tutte le aziende	regionali	si
Suino tipico Umbro	1.486.278	707.084	597.516	59	24	14	2	Valorizzazione delle attività di allevamento e commercializzazione del suino	Suini e mangimi	15	11	si	si	Trasimeno, medio e alto Tevere, ternano-eugubino-gualdese	9	lunga: produzione 6 trasformaz. 4 + 2 mangimifici	si	ISO 9001, HACCP, UNI EN ISO 14001 e predisposizione riconoscimento comunitario di alcuni prodotti.	Nazionale	Difficoltà produttive organizzative e tra i vari anelli filiera
Umbria a Tavola	4.014.793	1.769.560	1.435.918	47	48	4	1	promozione delle produzioni locali (marchio) e creazione di un Agromercato	produzioni varie locali	24	17	si	si	intera regione	2	corta: produzione 20 trasformaz. 21 commercializz 21	no	certificazione UNI 10939 - certificazione volontaria prodotto	100% regionale	si
Umbra del Tartufo	3.081.868	1.485.710	682.669	82	10	8	0	valorizzazione e tutela del prodotto	tartufo	63	23	si	no	Comuni della CM Monte Subasio e Alto Chiascio	nd	Corta e lunga: produzione 5 trasformaz. 1 commercializz. 1	no	nd	nd	si
Umbria del Vino	3.643.832	1.694.461	1.492.335	24	56	4	16	miglioramento qualità del vino mediante innovazioni di processo e di prodotto	uva	16	15	si	si	orvietano - tuderte - ternano	3	lunga produzione: 11 trasformatori 2 commercializz. 1	si	certificaz ISO 9000 certificazione volont prodotto	100% extraregionale	si
Vini di Montefalco	1.570.976	933.483	792.459	53	15	25	7	miglioramento qualità del vino mediante innovazioni di processo e di prodotto	uva	21	11	si	si	montefalco + 4 comuni	15	lunga: tutti i soggetti attuatori trasformano	no	certificazione ISO 9000 certificazione prodotto	35% in Umbria; 30% nazionale; 20% comunitario; 15% extrac.	si
<b>TOTALI</b>	<b>37.634.683</b>	<b>18.178.576</b>	<b>14.339.934</b>	<b>54</b>	<b>30</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	* la filiera Suinarte non è andata in porto e i dati economici si riferiscono alle aziende Clovis International, Prosciuttificio Valle Oblita e Umbra salumi che sono passate al PSR ordinario												

Complessivamente, i dati in tabella mettono in evidenza una buona performance dei PIF in termini di incremento occupazionale e, in diversi casi, in investimenti per la qualità e la promozione delle produzioni agroalimentare.

Significativo è inoltre il posizionamento dei prodotti sul mercato, in prevalenza nazionale, ma anche, in alcuni casi, europeo ed extra-europeo.

Per quanto attiene i dati finanziari va sottolineato la ricaduta della spesa pubblica in termini di contributo in conto investimenti, appena al di sopra del 20%, può ritenersi fisiologica e sostanzialmente in linea con i dati storici relativi all'applicazione ordinaria delle medesime misure del PSR 2000-2006.

Anche la distribuzione della spesa tra le azioni verticali e, quelle qualificanti, di tipo orizzontale è risultata in linea con gli obiettivi del bando. Si evidenzia infatti che, complessivamente per i 15 progetti, la spesa è risultata:

- del 54 % per investimenti aziendali (mis. a);
- del 30% per investimenti nel settore della trasformazione e commercializzazione (mis.g);
- del 16% per interventi volti alla qualificazione e promozione delle produzioni (mis m).

## 5. Primi risultati dei progetti di filiera

A partire dalla metodologia condivisa con il Comitato di Indirizzo e Sorveglianza del Patto, per ciascun progetto di filiera sono state rilevate le informazioni relative ai progetti finanziati e al loro livello di attuazione. Esse sono state poi suddivise per gli ambiti di indagine in relazione alle caratteristiche del progetto ideale (significatività, integrazione anelli, stabilità contratti, qualità produzioni, promozione e ricaduta valore aggiunto); si è infine aggiunto il giudizio delle aziende sull'appartenenza alla filiera e sull'efficacia delle azioni orizzontali.

Per ciascuno di questi aspetti è stata effettuata una valutazione, con scala che va dal "non sufficiente" all'"ottimo".

Dalla combinazione dei vari giudizi per ciascun organismo di filiera emerge la valutazione complessiva relativa ad ogni ambito di indagine; parimenti, dalla combinazione dei vari giudizi per ciascun ambito di indagine, emerge la valutazione complessiva per ciascuna filiera.

Si è così pervenuti ad una tavola di sintesi della valutazione del bando integrato A4 (Tab. n. 2), che consente di verificare sia la rispondenza dei vari progetti di filiera rispetto alle caratteristiche del progetto ideale, sia il conseguimento o meno degli obiettivi del bando riguardo ai vari aspetti indagati.

Il **primo risultato positivo** che emerge dalla valutazione è la **stabilità dei contatti** tra le aziende coinvolte nei vari progetti e l'**intensificarsi delle relazioni** tra le stesse, sia che si tratti di relazioni contrattualmente definite, sia che si tratti di relazioni non formalizzate.

Osservando infatti la colonna relativa a "natura e stabilità dei contratti", si riscontrano molti giudizi positivi (6 progetti si avvicinano alle caratteristiche "ideali" della filiera) che, se letti congiuntamente al "giudizio generale sull'appartenenza alla filiera", derivante dalle interviste ai soggetti attuatori, dimostrano che il bando integrato sembra aver avviato un percorso di relazioni stabili tra i soggetti coinvolti nella filiera.

Altro **risultato positivo** è l'attenzione della stragrande maggioranza dei progetti di filiera all'aspetto della **qualità** e delle **certificazioni**. Anche in questo caso infatti, 4 progetti si avvicinano alle caratteristiche ideali, e 5 raggiungono un risultato buono. Anche in questo caso, il dato è confermato dal giudizio più che sufficiente dei soggetti intervistati sull'efficacia delle azioni orizzontali in materia di qualità.

Per quanto riguarda la **ricaduta del valore aggiunto** sui produttori emerge un **risultato sufficiente**. Questo è il frutto sia di un giudizio meno brillante dei risultati ottenuti dai vari progetti, sia (e forse soprattutto) per il fatto che, come anche è emerso dalle interviste, è ancora prematuro valutare tale aspetto, trattandosi di ricadute che più verosimilmente possono verificarsi nel medio termine.

Un **risultato sufficiente**, ma comunque più distante degli altri dalle caratteristiche ideali, si registra sia per l'**integrazione tra gli anelli**, sia per la **significatività delle produzioni** coinvolte. Nel primo caso ("integrazione tra gli anelli") ciò si deve a una certa difficoltà per diversi soggetti nel creare legami con l'anello della commercializzazione, mentre nel secondo ("significatività delle produzioni") esso dipende dalla spesso non rilevante dimensione quantitativa delle produzioni lorde vendibili (PLV) coinvolte. Tuttavia, riguardo quest'ultimo aspetto, va precisato che in alcuni casi è apprezzabile la rilevanza "locale" della filiera, nonché quella relativa alle produzioni "biologiche".

Infine, il **risultato meno positivo**, ancorché sufficiente, tra quelli indagati è quello relativo all'aspetto della "**promozione dei prodotti**", che risente peraltro della già segnalata difficoltà nella commercializzazione. Tale risultato insufficiente trova infatti riscontro nel giudizio non sufficiente che emerge dalle aziende intervistate riguardo alla efficacia delle azioni orizzontali relative alla promozione e valorizzazione delle produzioni agroalimentari.

**Tab. n. 2 Sintesi della valutazione**

	SIGNIFICA TIVITA'	INTEGRAZI ONE ANELLI	NATURA STABILITA' CONTRATTI	QUALITA' DELLE PRODUZIONI	PROMOZIO NE	RICADUTA VALORE AGGIUNTO	GIUDIZIO GENERALE AZIENDE	GIUDIZIO AZIENDE EFFICACIA AZIONI ORIZZONTALI		GIUDIZIO COMPLESSIVO
								Qualità	Commerciabilità	
Qualialleva	Sufficiente	Sufficiente	Più che sufficiente	Sufficiente	Non sufficiente	Sufficiente	Più che buono	Più che sufficiente	Non sufficiente	<b>Sufficiente</b>
Umbria del tartufo	Sufficiente	Sufficiente	Sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Più che buono	Non sufficiente	Non sufficiente	<b>Non sufficiente</b>
Grifo Latte	Ottimo	Buono	Più che buono	Più che buono	Non valutabile	Buono	Più che sufficiente	Buono	Non valutabile	<b>Buono</b>
Antico orto del fattore	Ottimo	Più che buono	Più che buono	Più che buono	Sufficiente	Più che sufficiente	Ottimo	Sufficiente	Non sufficiente	<b>Più che sufficiente</b>
Prodotti del casolare	Buono	Più che buono	Più che buono	Più che buono	Buono	Sufficiente	Più che buono	Più che buono	Sufficiente	<b>Buono</b>
Biomasse	Non sufficiente	Sufficiente	Più che sufficiente	Non valutabile	Non valutabile	Più che buono	Più che sufficiente	Non valutabile	Non valutabile	<b>Sufficiente</b>
Pollo d'erba	Buono	Sufficiente	Sufficiente	Più che buono	Buono	Sufficiente	Più che buono	Più che buono	Più che buono	<b>Più che sufficiente</b>
Vini di Montefalco	Buono	Sufficiente	Non sufficiente	Buono	Sufficiente	Non sufficiente	Buono	Buono	Sufficiente	<b>Sufficiente</b>
Olio alto	Buono	Sufficiente	Più che sufficiente	Buono	Non sufficiente	Più che sufficiente	Più che buono	Sufficiente	Non sufficiente	<b>Sufficiente</b>
Umbria del vino	Più che sufficiente	Sufficiente	Non sufficiente	Più che sufficiente	Più che sufficiente	Sufficiente	Più che buono	Non sufficiente	Non sufficiente	<b>Sufficiente</b>
Farina del perugino	Non sufficiente	Sufficiente	Sufficiente	Buono	Più che buono	Non valutabile	Più che buono	Più che buono	Più che buono	<b>Più che sufficiente</b>
Umbria a tavola	Sufficiente	Più che buono	Ottimo	Buono	Non sufficiente	Più che sufficiente	Ottimo	Buono	Non sufficiente	<b>Più che sufficiente</b>
Carne bovina del nera	Non sufficiente	Buono	Ottimo	Buono	Non sufficiente	Buono	Buono	Buono	Non sufficiente	<b>Più che sufficiente</b>
Suinarte	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	Non sufficiente	<b>Non sufficiente</b>
Suino tipico	Sufficiente	Sufficiente	Ottimo	Più che sufficiente	Sufficiente	Non sufficiente	Buono	Più che sufficiente	Sufficiente	<b>Sufficiente</b>
<b>Giudizio complessivo</b>	<b>Sufficiente</b>	<b>Sufficiente</b>	<b>Più che sufficiente</b>	<b>Più che sufficiente</b>	<b>Sufficiente</b>	<b>Sufficiente</b>	<b>Buono</b>	<b>Più che sufficiente</b>	<b>Non sufficiente</b>	

Legenda:

Non sufficiente: minore di 6

Sufficiente: da 6 a 6,9

Più che sufficiente: da 7 a 7,9

Buono: da 8 a 8,9

Più che buono: da 9 a 9,9

Ottimo: 10

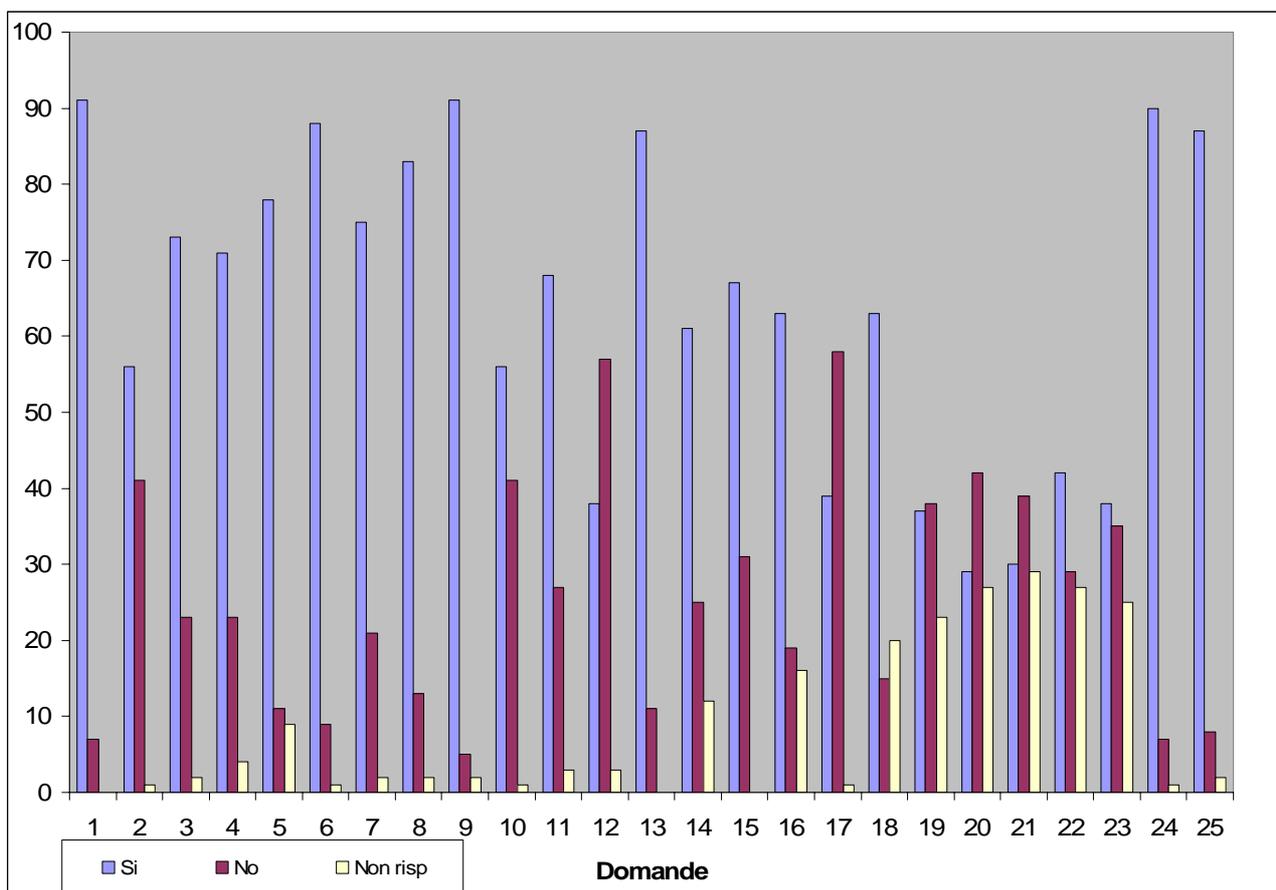
Il giudizio complessivo si ottiene dalla media aritmetica dei voti espressi; nella media non sono stati presi in considerazione, quando presenti, i “non valutabili”.

A tale valutazione si è aggiunta anche una rappresentazione grafica delle risposte alle interviste telefoniche, che evidenziano i giudizi positivi e negativi delle aziende intervistate rispetto a ciascun quesito formulato, di seguito riportati.

**Elenco domande delle interviste telefoniche e risposte delle aziende**

	<b>LEGENDA</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>NO RISP</b>
<b>Giudizio generale dell'azienda sull'appartenenza alla filiera</b>	<b>1:</b> Le è stato chiarito fin dal primo momento quali fossero i contenuti, i vantaggi e gli obblighi che le venivano posti a carico aderendo al progetto integrato di filiera?	91	7	0
	<b>2:</b> Ha aderito al progetto in quanto opportunità di ottenere pubblici sussidi?	56	41	1
	<b>3:</b> Avrebbe aderito al progetto anche in assenza di suddetti sussidi?	73	23	2
	<b>4:</b> Conosce il nominativo del soggetto capofila?	71	23	4
	<b>5:</b> Ritiene che tale soggetto abbia operato anche nel suo interesse e degli altri soggetti appartenenti all'Organismo di filiera?	78	11	9
	<b>6:</b> Durante la fase di realizzazione degli interventi è stato adeguatamente assistito a livello tecnico professionale?	88	9	1
	<b>7:</b> Il coordinamento dell'intero progetto da chi è stato esperito?	75	21	2
	<b>8:</b> E' stato informato con sufficiente tempestività dell'andamento generale del progetto?	83	13	2
	<b>9:</b> Complessivamente ritiene questa esperienza positiva?	91	5	2
<b>Efficacia delle azioni orizzontali (qualità e commerciabilità)</b>	<b>10:</b> E' a conoscenza del tipo d'intervento/i effettuato/i dal Parco Tecnologico Agroalimentare volto al miglioramento qualitativo dei suoi prodotti?	56	41	1
	<b>11:</b> E' inserito in un circuito di certificazione?	68	27	3
	<b>12:</b> E' a conoscenza del tipo d'intervento/i effettuato/i dal Centro Agroalimentare dell'Umbria volto al miglioramento della commerciabilità dei suoi prodotti?	38	57	3
<b>Stabilità e natura dei contratti</b>	<b>13:</b> E' a conoscenza del tipo di contratto o scrittura privata che la lega all'Organismo di filiera?	87	11	0
	<b>14:</b> Ritiene vantaggioso che l'Organismo di filiera si possa trasformare in un soggetto giuridico stabile (ad es. cooperativa)?	61	25	12
	<b>15:</b> Ritiene che rispetto al passato si siano intensificati i contatti con altre aziende coinvolte o meno nel progetto?	67	31	0
	<b>16:</b> Ritiene che tali contatti si siano intensificati per l'appartenenza all'Organismo di filiera?	63	19	16
	<b>17:</b> Ha percepito dei vantaggi rispetto alla situazione precedente (in termini di gestione dei prodotti, di approccio con i clienti, di rapporti con i fornitori, ecc...)?	39	58	1
	<b>18:</b> Pensa che i contatti continueranno una volta terminati i vincoli temporali del progetto?	63	15	20
<b>Giudizio sull'economicità</b>	<b>19:</b> Ha la sensazione che ci stia guadagnando qualcosa in termini di aumento del fatturato?	37	38	23
	<b>20:</b> Ha la sensazione che ci stia guadagnando qualcosa in termini di aumento dei margini di guadagno?	29	42	27
	<b>21:</b> Ha la sensazione che ci stia guadagnando qualcosa in termini di aumento dei clienti, con particolare riferimento a distributori/catene distributive?	30	39	29
	<b>22:</b> Ha la sensazione che ci stia guadagnando qualcosa in termini di maggiore sicurezza di collocamento delle produzioni?	42	29	27
	<b>23:</b> Ha la sensazione che ci stia guadagnando qualcosa in termini di maggiore stabilità dei prezzi?	38	35	25
<b>Criticità</b>	<b>24:</b> Ritiene nel complesso di aver fatto un'esperienza positiva?	90	7	1
	<b>25:</b> Consiglierebbe ad altri imprenditori di aderire, in futuro, ad esperienze analoghe?	87	8	2

Le aziende intervistate sono state 98, pari a circa il 50% dei soggetti attuatori. Da una breve analisi spiccano le altissime percentuali di sì riguardo al giudizio positivo sull'esperienza complessivamente svolta (90 aziende su 98), sulla consapevolezza di contenuti, vantaggi e obblighi a carico dei soggetti che aderivano alla filiera (91 su 98), nonché sul consiglio ad altri di aderire ad esperienze analoghe (87 su 98). Altrettanto elevate sono le percentuali dei soggetti a conoscenza del tipo di contratto o scrittura privata che lo legava all'organismo di filiera (87), nonché sulla assistenza adeguata ricevuta a livello tecnico professionale (88).



Molto significativo è anche il numero dei soggetti che ritengono che il soggetto capofila abbia operato nell'interesse di tutti (78), così come il numero di coloro che ritengono che l'organismo di filiera si possa trasformare in un soggetto giuridico stabile (61), nonché di chi ritiene che i contatti con le altre aziende coinvolte si siano intensificati (67). Va anche detto peraltro che riguardo a tale domanda si registra anche un'alta percentuale di risposte non positive.

A tale riguardo, i no più significativi sono legati al blocco di domande volte a verificare il giudizio dei soggetti intervistati riguardo al conseguimento di vantaggi di tipo economico; va però precisato che molti soggetti a queste domande hanno preferito non rispondere o comunque precisare che la valutazione riguardo questi aspetti era ancora prematura.

L'aspetto meno positivo che emerge dalle interviste effettuate riguarda la conoscenza di interventi effettuati dal Centro agroalimentare (57 su 98) e dal PTA (41). Ciò potrebbe anche dipendere dalla non conoscenza del singolo produttore riguardo al tipo di interventi effettuati da queste Agenzie, in quanto essi potrebbero aver avuto come interlocutore il solo organismo di filiera.

In estrema sintesi, da tutti gli aspetti considerati, emerge una **valutazione più che sufficiente dei primi risultati** del bando integrato della filiera agroalimentare, unitamente

ad alcune indicazioni per il prosieguo di tale esperienza ed il suo miglioramento in termini di efficacia.

## **6. Considerazioni conclusive e indicazioni per la fase di programmazione 2007-2013**

La sperimentazione dei progetti integrati di filiera (PIF) è stata la prima esperienza in Umbria nel settore agroalimentare in cui soggetti diversi hanno condiviso un progetto comune volto alla qualificazione e valorizzazione delle proprie produzioni. Ciò principalmente allo scopo di contribuire alla costruzione di filiere il cui valore aggiunto possa essere equamente distribuito lungo la filiera, ponendo particolare attenzione **all'anello storicamente più debole** che, in Umbria come in altre realtà, si identifica con quello della produzione primaria.

La realizzazione dei PIF ha messo in evidenza aspetti positivi da valorizzare ma anche alcune criticità. La filosofia del tutto innovativa dell'approccio adottato e le problematiche derivanti dalla complessità delle procedure di costruzione e selezione dei progetti, ha indotto la Regione, fin dalla fase preliminare, a mettere in campo una intensa attività di informazione, animazione e consultazione con tutti gli attori che, direttamente o indirettamente, sono poi intervenuti nel processo di progettazione, implementazione e realizzazione dei progetti integrati.

Tale fase ha però messo in evidenza la mancanza di una piena consapevolezza di molti soggetti attuatori che non sono riusciti a percepire il vantaggio strategico di tale modalità attuativa, considerandola soltanto come una opportunità per l'ottenimento di pubblici sussidi. Inoltre il livello delle progettazioni presentate ha evidenziato diverse lacune sia nella fase di predisposizione delle domande (alcune erano carenti di molte informazioni) che nella successiva fase di realizzazione e rendicontazione degli interventi. A tale proposito si richiama l'attenzione in ordine ad una maggiore attività di coordinamento tra i diversi tecnici e consulenti.

Risulta pertanto importante una **maggiore attività di animazione**, informazione e sensibilizzazione in ordine alle opportunità offerte da tale tipo di progettazione, sollecitando la massima partecipazione di tutti i soggetti che, a vario titolo, possano essere interessati e ponendo poi particolare attenzione alla scelta dei soggetti che in questa prima fase negoziale sono deputati alla costruzione del progetto integrato.

L'analisi svolta evidenzia una debolezza generalizzata nei rapporti con **l'anello della commercializzazione**. Oggi si riscontrano oggettive difficoltà a collocare sul mercato i prodotti della filiera agroalimentare, ciò per gli alti costi della produzione, per l'assenza di forti politiche per la promozione della qualità/origine delle produzioni verso il consumatore, ma anche e soprattutto per la difficoltà di aggregazione dell'offerta e per il tipo di rapporto in essere con la Grande Distribuzione Organizzata (GDO). Le possibili soluzioni a tali problematiche in un mercato in cui il consumatore è sempre più esperto e attento saranno particolarmente apprezzate e dovranno costituire, in futuro, elemento prioritario nella assegnazione delle risorse.

Anche sul versante della Regione va evidenziato che l'attuazione di un PIF richiede un approccio integrato da parte delle strutture competenti che, giocoforza, presuppone un processo valutativo e gestionale diverso e più complesso di quello previsto nella semplice gestione ordinaria degli interventi. Per il superamento di tali problematiche sarebbe opportuno qualificare un apposito gruppo di lavoro interdisciplinare, formato da personale appartenente ai diversi Servizi interessati, che operino prioritariamente alla gestione dei PIF.

Per quanto attiene le procedure attuative in generale, si sottolinea l'esigenza di una conferenza dei Servizi tra le amministrazioni interessate al fine di snellire i procedimenti amministrativi, anche attraverso la creazione di una corsia preferenziale, finalizzata al rilascio delle connesse autorizzazioni (urbanistiche, sanitarie, ambientali ecc.).

Il problema finanziario costituisce anch'essa un elemento importante in quanto la certezza delle risorse pubbliche contribuisce a creare un clima di fiducia tra i diversi attori del PIF. A tale proposito sarebbe importante, nell'ambito dei diversi strumenti della futura programmazione regionale, individuare apposite poste finanziarie da destinare a tale tipologia progettuale.

Infine non vanno sottovalutati i vincoli posti dalle rigorose regole comunitarie in termini di rispetto delle modalità di rendicontazione della spesa ma anche di gestione e controllo degli interventi che possono risultare da freno alla progettazione integrata. Si dovranno pertanto prevedere, in sede di predisposizione delle procedure attuative, modalità di implementazione dei PIF coerenti con tali regole e nel contempo con contenuti di snellezza ed in grado di sviluppare le sinergie attese.

Il PSR 2007/2013 tra le varie forme di intervento individua specificatamente la progettazione integrata come una delle principali modalità per conseguire le priorità del programma.

L'integrazione andrà ricercata oltretutto tra misure appartenenti allo stesso Asse anche con misure di Assi differenti, sempre nel rispetto delle specifiche regole comunitarie.

In sintonia con le indicazioni degli Orientamenti comunitari per la coesione e lo sviluppo rurale sarebbe opportuno promuovere, laddove possibile e nel rispetto della demarcazione tra gli interventi finanziati dai fondi comunitari (FERS, FSE FEARS), la progettazione integrata tra misure appartenenti a strumenti finanziari diversi. Alcune aree tematiche (energia, qualità e promozione dei prodotti, servizi innovativi) ben si prestano a coniugare soggetti, produzioni e cofinanziamenti derivanti da più fonti. Peraltro la Regione, nel quadro della **programmazione unitaria** che si va delineando, comprendente le attività e le risorse afferenti ai fondi comunitari e ai fondi per le aree sottoutilizzate, intende fare della progettazione integrata la principale modalità per incidere sui nodi dello sviluppo.

L'esperienza avuta nei principali comparti produttivi (latte, olio, vino, carne) dovrebbe evolversi nella prossima fase di programmazione promuovendo ulteriormente l'innovazione di prodotto, di processo e organizzativa, collegando il mondo delle imprese in reti che comprendano al loro interno anche centri di competenza.

Il bando A4 ha finanziato anche un progetto riguardante la filiera delle biomasse di cui è necessario seguire l'evoluzione visto che l'integrazione per la bioenergia e il no-food rappresentano temi prioritari individuati dal PSR 2007-2013. Altri progetti di filiera del bando A4 hanno riguardato la valorizzazione dei prodotti tipici; in questo caso l'integrazione di filiera che si sta portando avanti non riguarda un solo comparto produttivo ma un insieme di produzioni aggregate intorno all'area di produzione. In futuro, sarebbe interessante coinvolgere nel paniere dei prodotti tipici anche beni e servizi che si riferiscono a settori economici diversi da quello primario (es.: artigianato, turismo).

Potenziare l'integrazione di filiera significa essenzialmente muoversi su due orizzonti:

- ***l'allargamento della filiera***, inteso come il coinvolgimento di un maggior numero di soggetti per costituire una massa critica e l'ampliamento a monte e a valle dei tre anelli della produzione, trasformazione e commercializzazione. In questa ottica non sarebbe sbagliato trovare delle forme di integrazione che vedano il coinvolgimento diretto dei centri di ricerca a monte e dei consumatori a valle;

- **la territorializzazione della filiera**, intesa non come ripresentazione di progetti integrati territoriali, ma come un più forte collegamento del bene o servizio individuato al luogo di origine che comporta un' aggiunta di valore al bene e, allo stesso tempo, diventa una forma di promozione del territorio attraverso le sue specificità.



# ALLEGATO A - Progetti di filiera: schede anagrafiche e giudizi di sintesi qualitativa

## 1. Filiera Antico orto del fattore

### Anagrafica Filiera Antico orto del fattore

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	560.000	554.375	221.750	554.375	221.750	221.750	40 %	100 %	40 %	100 %
A	1.198.331,6	1.150.936,6	437.547,64	1.150.936,6	437.547,64	396.793,45	34 %	90 %	34 %	90 %
M	340.689,97	320.689,97	293.051,96	291.432,97	264.838,05	255.973,94	79 %	87,3 %	87,8 %	96 %
TOT	2.099.022	2.026.002	952.350	1.996.745	924.136	874.517	43%	91%	48%	95%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Conformità delle buone pratiche di produzione, stoccaggio, conservazione e confezionamento ai principi di sostenibilità ambientale ed ecocondizionalità.

Completa tracciabilità, rintracciabilità e certificazione di ciascun prodotto della filiera.

Attivazione della procedura di richiesta di DOP per la susina scosciamonica, il melone tardivo ed il broccoletto del Lago.

Diminuzione delle produzioni estive.

Incentivazione di produzioni di qualità a favore di produzioni autunnali, vernine e primaverili in quanto queste ultime necessitano di minori fabbisogni idrici

Migliorare la produzione grazie all'acquisizione di strutture ed attrezzature idonee.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

16 di cui: 12 imprese, 1 consorzio Ortofrutta, 2 istituzioni tecniche con il compito di attuare le azioni orizzontali e 1 comunità montana.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 3. Contenuti della filiera:

Realizzazione di nuovi impianti per la frutticoltura e strutture per la conservazione dei prodotti.

Certificazione volontaria di prodotto delle produzioni ortive sostenibili a ciclo autunnale, vernino e primaverile.

Domanda di certificazione DOP per la susina scosciamonica, il melone tardivo ed il broccoletto del Lago.

Tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti.

Investimenti ed azioni di integrazione tra le aziende (stoccaggio e confezionamento) e/o tra le strutture consortili per migliorare la fase di concentrazione dell'offerta e creare opportune economie di scala.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **4. Ambito territoriale:**

Trasimeno e Media valle del Tevere.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **5. Soggetti pubblici coinvolti:**

Comunità Montana – Associazione dei Comuni “Trasimeno – Medio Tevere” quale struttura di coordinamento dell'ATI.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Broccoletti, cime di rapa , cavoli, cavolfiore, insalata, melanzane, meloni, peperoni, zucchine, fagiolini, susine ed altro (fagioli borlotti, bietola...)

#### **7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) € 4.101.765,00
- b) € 3.844.465,00

- Variazione rispetto al progetto iniziale: decremento di circa il 6% rispetto al progetto iniziale.

#### **8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) 105 unità
- b) 107 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: incremento rispetto al progetto di 2 unità.

#### **9. Incremento occupazionale previsto:**

- a) Dato non disponibile
- b) 5 unità

## **Significatività Filiera Antico orto del fattore**

#### **10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

studio di fattibilità per la realizzazione di un sistema di monitoraggio agrofenologico del territorio a supporto delle scelte di carattere fitosanitario ed agronomico.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Realizzazione di una sinergia operativa tra il Consorzio Ortofrutta Centro Italia e l'organizzazione produttiva del medio Tevere.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**12. Produzione :**

57%

**13. trasformazione:**

27%

**14. qualità:**

14%

**15. commercializzazione:**

2%

## **Integrazione tra anelli della filiera Antico orto del fattore**

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**16. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

**17. Produzione:**

12 produttori agricoli

- Variazione rispetto al progetto iniziale:

**18. trasformazione:**

1 Consorzio Ortofrutta

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**19. commercializzazione:**

Attraverso la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), la Coop Centro Italia ed Eurospin.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**20. accordi e contratti di filiera:**

Accordi con la distribuzione, in particolare con la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) Contratti di fornitura tra il Consorzio Ortofrutticolo Centro Italia (capo filiera) e le aziende Coop Italia ed Eurospin.

Attivazione di contatti con la ditta Bontà Express snc

Variazione rispetto al progetto iniziale: oltre alle attività previste dal progetto iniziale sono stati attivati contatti con la ditta Bontà Express snc la quale contribuirebbe alla commercializzazione dei prodotti.

## **Natura e stabilità dei contratti di fornitura**

**21. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

## 22. Durata:

Fino alla data delle obbligazioni assunte con la firma dell'atto, in relazione della tipologia di investimento di cui è stato richiesto il contributo come da DGR 1616 del 20/11/2002 e smi

## Qualità

### 23. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:

Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ottenuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). Il capo filiera già operava secondo il regime di rintracciabilità di cui al Regolamento CE 178/2002.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 24. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)

Per le aziende che hanno modificato la loro struttura produttiva è stato predisposto il sistema HACCP

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):

Predisposizione di 10 disciplinari per i prodotti oggetto di certificazione volontaria di prodotto.

Studio di valorizzazione per l'ottenimento del riconoscimento comunitario ai sensi del Regolamento CE 509/2006 e 510/2006 per il melone tardivo, la susina scosciamonaca ed il broccoletto del Lago.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Promozione

### 25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):

2%

Studio effettuato dal Centro Agroalimentare al fine di definire il corretto posizionamento delle produzioni ortofrutticole nel mercato regionale (studio di mercato di settore, analisi comparativa dei competitors, ecc.)

Depliant ancora da ultimare per la promozione della filiera ed il packing adatto per le varie tipologie di prodotto.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: il progetto iniziale prevedeva l'organizzazione di workshop sull'importanza di frutta e verdura nella dieta mediterranea che non risulta essere stato realizzato.

### 26. Destinatari del prodotto:

regionali: GDO (Coop Centro Italia ed Eurospin)

extraregionali: GDO

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

### 27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:

La presenza di un capo filiera che raggruppa la fase di produzione e quella di stoccaggio e distribuzione del prodotto rende i componenti della filiera direttamente coinvolti nelle scelte dell'ATI.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Antico orto del fattore

### Significatività

ATI composto da 16 soggetti partecipanti, tutti attuatori e per la quasi totalità appartenenti all'anello della produzione e concentrati nell'area territoriale del Trasimeno.

4 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV è di circa 3,8 milioni di euro nell'anno a regime con un lieve decremento rispetto alla previsione.

La PLV coinvolta è superiore al 10% del totale della PLV degli ortaggi regionale.

*Valutazione grado di significatività: OTTIMO*, in quanto coinvolge una elevata quantità di PLV.

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

Si tratta di una filiera lunga.

La produzione rappresenta il 57% della spesa complessiva.

La trasformazione rappresenta il 27% della spesa complessiva.

La commercializzazione rappresenta circa il 2% della spesa complessiva.

La qualità rappresenta il 14% della spesa complessiva.

Sono stati effettuati accordi con la distribuzione, in particolare con la Grande Distribuzione Organizzata (GDO), contratti di fornitura tra il Consorzio Ortofrutticolo Centro Italia (capo filiera) e le aziende Coop Italia ed Eurospin, nonché sono stati attivati contatti con la ditta Bontà Express snc

Dalle interviste emerge un giudizio molto positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera e per i vantaggi rispetto alla situazione precedente.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: PIU' CHE BUONO*

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un'ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino all'anno 2018.

Dalle interviste emerge un giudizio molto positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera e positivo

per i vantaggi rispetto alla situazione precedente. La quasi totalità degli intervistati ritengono che i contatti proseguiranno anche dopo la scadenza del progetto. La gran parte (6 su 8) degli intervistati è favorevole alla trasformazione dell'organismo di filiera in un soggetto giuridico stabile.

*Valutazione grado di stabilità: **PIU' CHE BUONO**, in quanto molti rilevano l'utilità di una prosecuzione dopo la scadenza del contratto e una trasformazione dell'organismo di filiera in un soggetto più stabile..*

### Qualità delle produzioni

Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ottenuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). Il capo filiera già operava secondo il regime di rintracciabilità di cui al Regolamento CE 178/2002.

Per le aziende che hanno modificato la loro struttura produttiva è stato predisposto il sistema HACCP

Sono stati predisposti 10 disciplinari per i prodotti oggetto di certificazione volontaria di prodotto, uno studio di valorizzazione per l'ottenimento del riconoscimento comunitario ai sensi del Regolamento CE 509/2006 e 510/2006 per il melone tardivo, la susina scosciamonaca ed il broccoletto del Lago.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **Più CHE BUONO***

### Promozione

La promozione rappresenta il 2% della spesa complessiva.

E' stato effettuato uno studio dal Centro Agroalimentare al fine di definire il corretto posizionamento delle produzioni ortofrutticole nel mercato regionale (studio di mercato di settore, analisi comparativa dei competitors, ecc.). Sono invece da ultimare i depliant per la promozione della filiera ed il packing.

Dalle interviste effettuate emerge una media conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione, ma una certa insoddisfazione.

*Valutazione grado di promozione : **SUFFICIENTE***

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Tutti i soggetti aderenti all'ATI sono locali e i produttori conferiscono i prodotti al Consorzio ortofrutta che li stocca, confeziona e commercializza. Il valore aggiunto ricade quindi tutto in ambito locale.

3 aziende intervistate non rispondono dichiarando prematuro esprimere giudizi.

La maggior parte delle altre aziende contattate registra aumento dei margini di guadagno e dei clienti, tutte segnalano una maggiore sicurezza di collocamento delle produzioni e di stabilità dei prezzi.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **PIU' che SUFFICIENTE**, ma con ottime prospettive di miglioramento, in quanto anche a poca distanza dall'entrata a regime del progetto, tutti avvertono miglioramenti sul fronte dei prezzi e del collocamento delle produzioni e, alcuni, anche già un incremento di guadagni. Sarebbe interessante vedere l'evoluzione nel medio termine.*

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio molto positivo sull'appartenenza alla filiera. Tutte le aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende intervistate percepiscono l'esperienza come positiva e sono molto consapevoli degli obiettivi della filiera.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **OTTIMO***

Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

8 le aziende intervistate.

La quasi totalità delle aziende intervistate segnala una conoscenza degli interventi sulla qualità con riferimento alla realizzazione di un disciplinare. Alcuni hanno manifestato insoddisfazione.

Per quanto riguarda la commerciabilità delle produzioni metà degli intervistati conosce gli interventi, ma il giudizio non è molto soddisfacente.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **SUFFICIENTE** per la qualità, **NON SUFFICIENTE** per la promozione.*

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Antico orto del fattore" presenta un risultato **più che sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dal più che buono giudizio complessivo sull'appartenenza alla filiera da parte delle aziende, nonché dalla consapevolezza di mantenere in vita i rapporti anche dopo la scadenza temporale e dalla volontà di stabilizzare l'organismo di filiera.

Sono stati effettuati accordi interessanti con l'anello della commercializzazione che manifestano già effetti positivi sul versante della stabilità dei prezzi e sulla certezza del collocamento dei prodotti.

Tutte le aziende intervistate (8) percepiscono l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro. Diverse aziende dichiarano inoltre che non c'è nulla da migliorare.

## 2. Filiera Biomasse

### Anagrafica Filiera Biomasse

MIS	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Variante comunicata il 31/07/2006		Liquidazione finale	8/4 %	8/5 %	8/6 %	8/7 %
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contr. ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
G	2.017.464,1	2.017.464,1	806.985,6	2.017.464,1	806.985,66	-	-	-	-	-	-	-
A	1.544.742	1.544.742	745.148,6	1.544.742	745.148,60	3.195.103,4	1.552.134,26	1.552.134,2	101	208	48	100
M	470.000	320.000	301.000	297.000	237.000	247.000	237.000	199.965,86	67	84	84	84
T	4.032.206,1	3.882.206,1	1.853.134,2	3.859.206,1	1.789.134,26	3.442.103,4	1.789.134,26	1.752.100	45	98	50	98

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

- a) Produzione di energia termica attraverso biomasse
- b) Produzione di energia termica ed elettrica attraverso biomasse

- Variazione rispetto al progetto iniziale: viene prodotta, oltre all'energia termica, prevista nel progetto iniziale, anche energia elettrica .

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- a) 2 società cooperative agricole e 2 enti.
- b) 2 società e 1 ente

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 1 ente (Centro Agroalimentare) e 1 società si sono ritirati, un'altra società è subentrata.

#### 3. Contenuti della filiera:

- a) Viene prevista la produzione di colture dedicate che attraverso opportune trasformazioni costituiscono la materia prima per la produzione di pellet (per la produzione di energia termica)
- b) Produzione, tramite colture dedicate, di energia termica ed elettrica.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: viene introdotta la produzione di energia elettrica attraverso la lavorazione di semi di girasole e colza.

#### 4. Ambito territoriale:

Zona dell'Alto Tevere ed area di Marsciano.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto

#### 6. Tipologia di produzione coinvolta:

- a) Energia termica per mezzo delle biomasse
- b) Energia termica ed elettrica per mezzo delle biomasse

- Variazione rispetto al progetto iniziale: è stata introdotta la produzione di energia elettrica.

#### **7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) La PLV prevista è di € 1.025.928
- b) La PLV effettivamente prodotta nell'anno di regime è stata di € 3.625.120

- Variazione rispetto al progetto iniziale: E' stata prodotta il 72% di PLV in più rispetto al previsto grazie all'aggiunta, rispetto al progetto iniziale, della produzione di energia elettrica.

#### **8. Incremento occupazionale previsto:**

- a) 3 unità per la cooperativa B e 3 per la cooperativa A.
- b) 3 unità per la cooperativa A e 1 per la cooperativa C

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Le cooperative A e C hanno rispettato il progetto iniziale (la cooperativa B si è ritirata).

## **Significatività Filiera Biomasse**

#### **9. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Caratterizzazione della materia prima proveniente dalle colture pilota destinate alla produzione di pellet e brichette, realizzata mediante la realizzazione di colture pilota per la messa a punto della tecnica agronomica, schede colturali, valutazione delle tecniche di raccolta, analisi della tipologia di materiale destinato alla pellettizzazione, elaborazione e diffusione dei dati presso gli operatori del settore; -Analisi del prodotto finito, con prove di pellettizzazione, di combustione ed analisi del prodotto finito; - Predisposizione del disciplinare, attraverso raccolta ed esame della documentazione, incontri con i soggetti coinvolti, analisi dei risultati e redazione del disciplinare; - Predisposizione del disciplinare di rintracciabilità di filiera ai sensi della UNI 10939:2001.

- Variazione rispetto al progetto iniziale:

#### **10. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Le due imprese (entrambe cooperative) hanno diversificato le produzioni, creando prodotti che non hanno più come sbocco il mercato alimentare, ma quello energetico.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: è stata introdotta la produzione di energia elettrica.

#### **% sulla spesa complessiva della filiera**

##### **11. Produzione :**

95%

##### **12. trasformazione:**

0%

##### **13. qualità:**

5%

#### 14. commercializzazione:

0%

### Integrazione tra anelli della filiera Biomasse

- ☒ **Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

#### 15. Tipologia di filiera (corta o lunga):

Filiera corta e lunga.

#### 16. Produzione:

2 cooperative agricole

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 1 cooperativa si è ritirata ed un'altra è subentrata.

#### 17. trasformazione:

- Variatione rispetto al progetto iniziale:

#### 18. commercializzazione:

Una delle due cooperative immette la sua produzione direttamente nella rete elettrica nazionale, mentre l'altra vende ad una Società che si occupa di commercializzazione (GMP).

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale (dopo il subentro della nuova cooperativa).

#### 19. Qualità:

Le due Cooperative hanno affidato, tramite accettazione dei preventivi proposti, a 3A-PARCO TECNOLOGICO AGROALIMENTARE DELL'UMBRIA, il compito di eseguire le attività afferenti la qualità di cui al punto 10

#### 20. accordi e contratti di filiera:

Accordo d'intesa tra cooperativa A e la ditta GMP srl avente ad oggetto la commercializzazione del pellet e del cippato prodotti.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

#### 21. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):

Cooperative.

#### 22. Durata:

La cooperativa A ha durata fino al 31 dicembre 2055; Energia Verde Soc. Coop. Agr. fino al 31 dicembre 2050.

## Qualità

### **23. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Le imprese della filiera che afferiscono alla cooperativa A sono ricomprese nel Disciplinare di rintracciabilità di filiera ai sensi della UNI 10939/2001

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### **24. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Nessuna impresa.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### **24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Nessuna impresa.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: non era previsto nel progetto iniziale.

## Promozione

### **25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

0%

- Variazione rispetto al progetto iniziale: non era previsto nel progetto iniziale.

### **26. Destinatari del prodotto:**

85% regionali

15% extraregionali

## Ricaduta del valore aggiunto

### **27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Le due Cooperative agricole effettuano anche la attività di trasformazione, per cui il valore aggiunto derivante da questa fase ricade interamente sulle stesse, rimanendo in ambito locale.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Biomasse

### Significatività

ATI composto da 2 soggetti attuatori (due cooperative agricole).

PLV prevista è di 1 milione di euro e quella effettivamente prodotta nell'anno di regime è stata di 3,6 milioni di euro. E' stata prodotta il 72% di PLV in più rispetto al previsto grazie all'aggiunta, rispetto al progetto iniziale, della produzione di energia elettrica.

*Valutazione grado di significatività: **INSUFFICIENTE*** in quanto sono molto poche le aziende coinvolte. Si tratta in ogni caso di una interessante iniziativa di diversificazione della produzione.

### **Integrazione dei 3 anelli della filiera**

Si tratta di una filiera in parte lunga (pelletts) e in parte corta (energia elettrica).

La produzione rappresenta il 95% della spesa complessiva.

La qualità rappresenta il 5% della spesa complessiva.

Una delle due cooperative immette la sua produzione direttamente nella rete elettrica nazionale, mentre l'altra vende ad una Società che si occupa di commercializzazione (GMP).

Accordo d'intesa tra cooperativa A e la ditta GMP srl avente ad oggetto la commercializzazione del pellet e del cippato prodotti.

Da notare che rispetto alla situazione iniziale una cooperativa si è ritirata e ne è subentrata un'altra.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE***

### **Natura e stabilità dei contratti di fornitura**

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino alla fine del 2055.

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo alla percezione di vantaggi rispetto alla situazione precedente e alla prosecuzione dei contatti.

Più controversa appare la valutazione sull'intensificazione dei contatti.

*Valutazione grado di stabilità: **PIU' che SUFFICIENTE**, in quanto si percepisce la volontà di continuare.*

### **Qualità delle produzioni**

Le imprese della filiera che afferiscono alla cooperativa A sono ricomprese nel Disciplinare di rintracciabilità di filiera ai sensi della UNI 10939/2001.

*Valutazione grado di qualità delle produzioni: **Non valutabile***

### **Promozione**

Non sono previsti interventi di promozione stante la peculiarità del prodotto energia ed inoltre, relativamente al pellet, il mercato è in forte ascesa.

*Valutazione grado di promozione : **Non valutabile***

### **Ricaduta del valore aggiunto su produttori**

Le due Cooperative agricole effettuano anche la attività di trasformazione, per cui il valore aggiunto derivante da questa fase ricade interamente sulle stesse, rimanendo in ambito locale.

Gli intervistati registrano un aumento dei margini di guadagno, dei clienti, della sicurezza di collocamento delle produzioni e della stabilità dei prezzi.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **PIU' CHE BUONO***

Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera  
2 aziende intervistate.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio (sono solo 2 i soggetti attuatori) positivo sull'appartenenza alla filiera. Tutte le aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende intervistate percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE SUFFICIENTE***

Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

Non applicabile

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **NON VALUTABILE***

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "BIOMASSE" presenta un risultato **sufficiente** rispetto alle caratteristiche valutabili del progetto ideale. Tale giudizio è dovuto in buona parte alla diversificazione produttiva che ha permesso un aumento di PLV e al trattenimento del valore aggiunto soprattutto a vantaggio dei produttori di base (ovvero i soci delle cooperative).

Va tuttavia rimarcata la scarsa significatività delle produzioni coinvolte.

In ogni caso l'esperienza viene considerata come positiva, da ripetere in futuro.

### 3. Filiera Carne Bovina del Nera

#### Anagrafica Filiera Carne Bovina del Nera

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	597.048,25	450.298,40	180.119,36	450.298,40	180.119,36	155.386,93	34 %	86 %	34 %	86 %
A	2.172.130,16	2.172.130,16	1.069.760,41	2.089.344,92	1.028.367,79	511.572,38	23 %	48 %	24 %	50 %
M	300.000	300.000	275.000	184.240	171.740	153.947,09	51 %	56 %	83 %	89 %
TOT	3.069.178,41	2.922.428,56	1.524.879,77	2.723.883,32	1.380.227,15	820.906,40	28%	54%	30%	59%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Qualificazione e valorizzazione dei prodotti tipici della bassa Valnerina in particolar modo della carne bovina. Convertire la produzione locale verso l'allevamento della razza Chianina, attivare la certificazione IGP Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale, favorire il ristallo in allevamenti locali dei vitelli nati e cresciuti nei pascoli. Creazione del marchio commerciale Parco del Nera, affiancato dall'etichettatura C.C.B.I. e dal marchio IGP, per i vitelli nati da vacche nutrici all'interno dei cinque comuni aderenti al parco.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

Inizialmente i soggetti attuatori erano 17, allo stato finale ne risultano 13 .

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 4 aziende si sono ritirate ed è avvenuto un cambio di beneficiario.

#### 3. Contenuti della filiera:

Processo di valorizzazione e qualificazione della produzione che passa attraverso la certificazione IGP Vitellone Bianco, il disciplinare di etichettatura, il marchio commerciale del Parco del Nera, la realizzazione di un info point di supporto tecnico, l'attivazione di un progetto di marketing.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

L'approvvigionamento della materia prima (vitelli da ristallo) avviene entro l'area dei comuni del Parco Fluviale del Nera, il ristallo e la trasformazione avvengono nella media e bassa Valnerina, la commercializzazione si estende fino al ternano. Il mercato di sbocco è quello locale, Valnerina e ternano.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Non sono coinvolti soggetti pubblici

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**6. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

Il valore della produzione è di circa euro 290.000,00 e si prevede l'aumento di tale valore nell'anno a regime di circa il 50%.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**7. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) 30 unità
- b) 35 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: nel progetto finale risultano 5 unità in più.

**8. Incremento occupazionale previsto:**

Dato non disponibile.

- Variazione rispetto al progetto iniziale:

## Significatività Filiera Carne Bovina del Nera

**9. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Non era previsto sul progetto iniziale.

**10. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Investimento presso le imprese di trasformazione per razionalizzare gli impianti e renderli adeguati a valorizzare al massimo il prodotto dal punto di vista merceologico.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**11. Produzione :**

69 %

**12. trasformazione:**

21 %

**13. qualità:**

7 %

**14. commercializzazione:**

3 %

## Integrazione tra anelli della filiera Carne Bovina del Nera

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

## 15. Tipologia di filiera (corta o lunga):

Lunga

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## 16. Produzione:

- a) 13 imprese
- b) 9 imprese

- Variazione rispetto al progetto iniziale: si sono ritirate 4 aziende.

## 17. trasformazione:

1 impresa di lavorazione e vendita carni destinate al dettaglio e al catering.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## 18. commercializzazione:

L'ATI ha stipulato protocolli di intesa con 5 imprese commerciali di cui: 3 hotel ristoranti, 1 macelleria, 1 centro commerciale.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## 19. qualità:

5 soggetti: Centro Agroalimentare, 3A PTA, Consorzio di Tutela IGP Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale più due aziende agricole.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

## 20. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):

ATI

## 21. Durata:

Dal 14/04/2005 al 31/12/2018

## Qualità

## 22. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:

La tracciabilità è imposta dal disciplinare di etichettatura e verrà apposto il marchio commerciale del Parco Fluviale del Nera ai soli vitelli nati nell'ambito dell'area del Parco stesso. La rintracciabilità delle carni bovine è assicurata dalle certificazioni quali: IGP, produzioni biologiche e etichettatura delle carni con sistemi obbligatori e facoltativi. Tutte le imprese che compongono l'organismo di filiera sono impegnate in queste attività di rintracciabilità.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### **23. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Non è previsto nel progetto iniziale.

### **24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOP, biologico):**

Il prodotto verrà certificato IGP Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Promozione

### **24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

La percentuale di spesa sul totale è di circa il 5,2% per la promozione del prodotto. Il marchio commerciale che verrà impiegato ha una forte valenza territoriale, perciò darà valore aggiunto al prodotto. L'azione di marketing del marchio impiegato sarà presente, oltretutto nelle macellerie e nei punti vendita, anche presso i ristoratori che avranno aderito al disciplinare della ristorazione tipica.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### **25. Destinatari del prodotto:**

I destinatari sono locali e regionali (100%), ma non si esclude in futuro la possibilità di diffondere la produzione anche a livello extraregionale.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

### **26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Il coinvolgimento dei produttori locali è totale, dal momento che uno degli obiettivi principali di questa filiera è quello di valorizzare il territorio del Parco Fluviale del Nera. Pertanto la qualità del prodotto passa necessariamente per strategie di commercializzazione come strumento di comunicazione e servizio al cliente.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Carne bovina del Nera

### **Significatività**

ATI composto da 13 soggetti partecipanti, di cui in gran parte appartenenti all'anello della produzione e concentrati nell'area territoriale del Parco del Nera. 5 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV interessata rappresenta poco meno dell'1% della PLV totale della carne bovina umbra riferita all'anno 2005, ma si prevede un consistente aumento (circa il 50% a regime). Inoltre si attiva la certificazione IGP relativa al vitellone bianco dell'Appennino centrale.

*Valutazione grado di significatività: **NON SUFFICIENTE*** da un punto di vista quantitativo ma interessante se si considera che si tratta di una iniziativa locale.

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti. L'anello prevalente è quello della produzione che rappresenta il 70% della spesa complessiva con 11 imprese che allevano fattrici, 1 impresa effettua l'ingrasso e 1 consorzio concede i pascoli.

La trasformazione rappresenta circa il 20% della spesa ed è effettuata da una unica impresa che si occupa anche della vendita unitamente ad una macelleria aziendale di un produttore.

La promozione/commercializzazione rappresenta circa il 3% della spesa complessiva; in particolare l'ATI ha stipulato protocolli di intesa con 3 hotel, 1 macelleria e 1 centro commerciale.

La qualità rappresenta il 7% della spesa complessiva ed è svolta, oltre che dal CAA e dal PTA, dal Consorzio di tutela IGP vitellone bianco e da 2 aziende agricole.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio sostanzialmente positivo sui rapporti tra le aziende aderenti, ma meno buono con riferimento all'organismo di filiera, giudicato poco presente.

L'integrazione con la commercializzazione è di fatto delegata:

- all'impresa di trasformazione che effettua la vendita diretta ed inoltre cura i rapporti con i commercianti;
- ad un produttore che gestisce una macelleria aziendale:

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **BUONO** ma migliorabile soprattutto con riferimento alle azioni orizzontali.*

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un'ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2018.

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, grazie soprattutto all'appartenenza all'organismo di filiera, nonché vantaggi rispetto alla situazione precedente. Emerge però qualche perplessità sulla trasformazione dell'organismo di filiera in soggetto giuridico. Ciononostante, tutti gli intervistati ritengono di che i contatti proseguiranno anche dopo la scadenza del progetto.

*Valutazione grado di stabilità: **OTTIMO** in quanto si è intensificato, è considerato vantaggioso e si intende proseguire anche dopo la chiusura del progetto. Non si avverte la necessità della trasformazione in un soggetto giuridico stabile.*

### Qualità delle produzioni

La tracciabilità è prevista dal disciplinare di etichettatura, nonché dalla previsione di un marchio commerciale.

La rintracciabilità è assicurata dalla certificazione IGP (vitellone bianco dell'Appennino centrale).

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **BUONO***

### Promozione

La promozione rappresenta il 5,2% della spesa complessiva.

Dalle interviste effettuate emerge una bassa conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **NON SUFFICIENTE***

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Le aziende che trasformano e commercializzano il prodotto sono locali, quindi il valore aggiunto resta tutto all'interno del territorio. In un caso si tratta di un produttore che realizza un'attività di trasformazione per sé e, nei limiti consentiti dalla legge, per tutti gli associati.

Tutte le aziende contattate registrano un aumento di fatturato e dei margini di guadagno.

La maggioranza di esse inoltre segnala un aumento dei clienti e in particolare di distributori/catene distributive.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **BUONO**, ma migliorabile Si registra infatti un significativo trattenimento di valore aggiunto a livello locale.*

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

7 le aziende intervistate.

Tutte le aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio generalmente negativo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Complessivamente le aziende percepiscono l'esperienza come positiva, segnalando però una non adeguata informazione e una scarsa assistenza.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **BUONO** nelle intenzioni, da migliorare nel coinvolgimento durante l'attuazione del progetto*

### Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La quasi totalità delle aziende intervistate segnalano un buon coinvolgimento nel processo di qualità e di inserimento nel circuito di certificazione. Al contrario lamentano la non conoscenza del tipo di intervento volto al miglioramento della promozione del prodotto.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **BUONO** per la qualità, **NON SUFFICIENTE** per la promozione.*

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Carne bovina del Nera" presenta un risultato **più che sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dall'alta stabilità dei rapporti tra gli aderenti e dei contratti di fornitura e dal buona ricaduta del valore aggiunto sui produttori. Tuttavia emerge un insoddisfacente legame con l'anello della commercializzazione ed una bassa azione di promozione.

Tutte le aziende intervistate (7 su 13 soggetti attuatori) percepiscono in ogni caso l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Non sono emersi dalle interviste significativi aspetti da migliorare.

## 4. Filiera Farina del Perugino

### Anagrafica Filiera Farina del Perugino

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006 e successive modificazioni		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	516.885,39	516.885,39	206.754,16	599.235,39	239.694,16	239.585,62	46 %	115 %	40 %	99 %
A	775.834,27	775.834,27	218.715,72	744.240,51	218.568,55	185.912,57	24 %	85 %	25 %	85 %
M	325.104,00	321.604,00	227.716,00	236.444	200.076,00	150.639,13	47 %	66 %	63%	75 %
TOT	1.617.823,66	1.614.323,66	653.185,88	1.579.919	658.338,71	576.137,32	35%	88%	36%	87%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Incentivare la produzione di grano tenero di qualità idonea per la panificazione e sviluppare il miglioramento genetico per un futuro riconoscimento del pane DOP Umbria attraverso il marchio "farina del Perugino" che garantisce certificazione tracciabilità e qualità riconoscibile.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

a) 10 Aziende agricole (misura 1.1.a)

2 Molini (misura 1.2.1g)

Azioni orizzontali: soggetti attuatori Parco 3A e Centro agroalimentare

b) 10 Aziende agricole (misura 1.1.a)

2 Molini (misura 1.2.1g)

Azioni orizzontali: soggetti attuatori Parco 3A e Centro agroalimentare

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 1 azienda si è scissa in 2 ditte, una delle quali è subentrata al posto di un'azienda ritirata.

#### 3. Contenuti della filiera:

Il progetto di filiera "Farina del Perugino" si propone di sviluppare produzioni di grano tenero di qualità particolarmente idonee alla panificazione per un futuro riconoscimento del pane DOP Umbria. E' stato deciso di posizionare la "Farina del Perugino" verso un segmento medio alto sia in vendita diretta da parte dei fornai che nella vendita della Grande Distribuzione Organizzata.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Il territorio di riferimento per l'avvio della filiera è rappresentato dalle aree del Trasimeno, della valle del medio corso del Tevere e dai relativi corridoi di congiungimento.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## 5. Soggetti pubblici coinvolti

Comunità Montana – Associazione dei Comuni “Trasimeno – Medio Tevere” quale struttura di coordinamento dell’ATI.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## 6. PLV (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):

- a) € 381.472,00 (di cui grano € 349.492,00)
- b) € 178.117,50 grano

- Variatione rispetto al progetto iniziale: c’è uno scostamento del 50% della PLV del grano.

## 7. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):

Produzione: 38 unità.

Trasformazione: 33 unità.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: E’ stato rispettato ciò che era previsto nel progetto iniziale.

## 8. Incremento occupazionale previsto:

- a) Nel progetto iniziale si prevede un incremento occupazionale sia stagionale che permanente.
- b) Nel progetto finale risulta che c’è stato un incremento di 1 unità nel settore della produzione e 4 unità in quello della trasformazione.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

# Significatività Filiera Farina del Perugino

## 9. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:

Individuazione delle varietà di frumento tenero adatte all’ottenimento della farina umbra panificabile e messa a punto della pratica agronomica per l’ottenimento di tale prodotto.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## 10. Innovazioni di processo e/o di prodotto.

Accordi contrattuali in essere tra la fase di produzione , di trasformazione e di commercializzazione

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

## % sulla spesa complessiva della filiera

### 11. Produzione :

49,5 %

### 12. trasformazione

32 %

**13. qualità**

17,5 %

**14. commercializzazione**

1 %

**Integrazione tra anelli della filiera Farina del Perugino**

- Anelli della filiera coinvolti(riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**15. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

**16. Produzione:**

- a) 9 produttori agricoli
- b) 9 produttori agricoli

- Variatione rispetto al progetto iniziale: Rispetto al progetto iniziale si è ritirata l'azienda Coricelli Luigi Maria ed è subentrata l' Az. Soc. agricola Casaioli Stefano S.S.

**17. trasformazione:**

2 molini

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

**18. commercializzazione:**

contatti con Bussolini, Cecchini e Sidis

- Variatione rispetto al progetto iniziale: nel progetto iniziale la commercializzazione era prevista attraverso il Panificio Cecchini, Bussolini e Molini Spigadoro.

**19. totale**

14

**Natura e stabilità dei contratti di fornitura****20. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative)**

ATI

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

**21. Durata:**

Fino alla data delle obbligazioni assunte con la firma dell'atto, in relazione della tipologia di investimento di cui è stato richiesto il contributo come da DGR 1616 del 20/11/2002 e smi

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Qualità

### **22. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità.**

Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ricevuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). La filiera, dal suo inizio fino alla produzione di farina, si è impegnata a garantire le condizioni di cui al Regolamento CE 178/2002, così da permettere un'adeguata riconoscibilità dell'origine e del percorso produttivo.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

### **23. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

ISO 9001 per una ditta (manuale e sistema di controllo)

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

### **24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Predisposizione di un disciplinare per la certificazione volontaria di prodotto;  
Certificazione volontaria di prodotto per la farina panificabile

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

## Promozione

### **25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

2%

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

### **26. Destinatari del prodotto:**

Regionali: GDO e piccoli esercizi commerciali, nonché panifici, forni e pasticcerie.  
Extraregionali: GDO

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

## Ricaduta del valore aggiunto

### **27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione :**

La filiera coinvolge solo produttori locali.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Farina del Perugino

### Significatività

ATI composto da 14 soggetti partecipanti, tutti attuatori e in gran parte appartenenti all'anello della produzione. Coinvolto soprattutto il territorio del medio Tevere.

4 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV interessata rappresenta un valore scarsamente significativo della PLV totale di cereali in Umbria (circa lo 0,36% con riferimento al frumento tenero) anche se tale percentuale cresce considerevolmente se il raffronto viene fatto con il frumento tenero da agricoltura biologica.

*Valutazione grado di significatività: **NON SUFFICIENTE*** anche se di un certo interesse per le produzioni biologiche.

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti. Si tratta di una filiera lunga in cui i soggetti produttori trasferiscono il grano a due mulini che provvedono alla trasformazione e alla commercializzazione.

La trasformazione viene operata da due molini che hanno creato una apposita linea di trasformazione del grano derivante da produzione biologica al fine di ottenere un prodotto (farina) di qualità ottenuto secondo un preciso disciplinare che, tra l'altro, garantisce la tracciabilità e rintracciabilità.

Gli interventi relativi all'anello della produzione hanno rappresentato il 49% della spesa complessiva del progetto.

La trasformazione rappresenta circa il 32% della spesa.

La promozione/commercializzazione rappresenta circa l'1% della spesa complessiva.

La qualità rappresenta circa il 17% della spesa complessiva.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio positivo sui rapporti tra le aziende aderenti.

La commercializzazione avviene, per una parte limitata della produzione, per il tramite di alcuni panifici artigianali molto rinomati nell'ambito del territorio comunale di Perugia. La restante parte viene commercializzata mediante i canali della GDO ma, al momento, in assenza di accordi che producano una ricaduta del VA a monte della filiera anche se i componenti dell'organismo di filiera sono convinti che a regime (una volta che il prodotto viene riconosciuto e apprezzato) i risultati economici saranno tangibili.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE***

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stato costituito un ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare almeno fino al 2018.

Quasi tutte le aziende intervistate (5 su 7) evidenziano una intensificazione dei contatti tra le aziende stesse e ne attribuisce il merito all'organismo di filiera. La quasi totalità è favorevole ad una trasformazione dell'organismo di filiera in un soggetto stabile; tuttavia si ravvisano delle contraddizioni in quanto solo una azienda ritiene di aver percepito vantaggi rispetto alla situazione precedente.

Sulla prosecuzione dei contatti una volta terminati i vincoli temporali solo una minoranza ritiene che continueranno, mentre molti sono incerti.

*Valutazione grado di stabilità: **SUFFICIENTE**, anche se pesa su questo giudizio la perplessità di vari intervistati riguardo alla continuazione delle relazioni dopo la conclusione del progetto.-*

### Qualità delle produzioni

Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ricevuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). La filiera, dal suo inizio fino alla produzione di farina, si è impegnata a garantire le condizioni di cui al Regolamento CE 178/2002, così da permettere un'adeguata riconoscibilità dell'origine e del percorso produttivo.

Per la certificazione di tipo ISO 9001 solo una ditta la possiede, mentre la certificazione di prodotto DOP interessa tutti i partecipanti alle azioni verticali.

E' stato predisposto un disciplinare per la certificazione volontaria di prodotto e la Certificazione volontaria di prodotto per la farina panificabile.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **BUONO***

### Promozione

La quasi totalità delle aziende i tipi di intervento effettuati per il miglioramento della commerciabilità dei prodotti da parte del Centro agroalimentare.

*Valutazione grado di promozione : **PIU' CHE BUONO.***

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Le aziende coinvolte sono locali, quindi il valore aggiunto resta sostanzialmente all'interno del territorio.

La quasi totalità delle aziende contattate non ha risposto ai quesiti sul tema in quanto si prematuro poiché il prodotto non è stato ancora collocato sul mercato. Tuttavia numerose di esse segnalano una maggiore stabilità dei prezzi di collocamento.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **NON VALUTABILE** al momento, ma con prospettive interessanti.*

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

Intervistate 7 aziende.

La totalità delle aziende intervistate conosceva fin dall'inizio contenuti, vantaggi e obblighi derivanti dall'adesione al progetto integrato. Solo 4 di esse hanno aderito al progetto in quanto opportunità di ottenere pubblici sussidi, mentre tutte tranne una avrebbero aderito in ogni caso.

Giudizio positivo sia sull'assistenza a livello tecnico professionale, sul coordinamento del soggetto capofila e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO.***

Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

Tutte le aziende intervistate segnalano di essere a conoscenza degli interventi effettuati dal PTA e dal Centro agroalimentare dell'Umbria. La quasi totalità delle aziende intervistate è inserita inoltre in un circuito di certificazione.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **PIU' CHE BUONO** sia per la promozione che per la commercializzazione.*

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Farina del perugino" presenta un risultato **più che sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio potrebbe migliorare (o peggiorare) una volta che il prodotto finito verrà conosciuto e apprezzato dal consumatore. Tuttavia sin d'adesso va segnalato un ottimo giudizio da parte delle aziende sia sulle azioni orizzontali, sull'appartenenza alla filiera, nonché un buon lavoro svolto in sede di tracciabilità e rintracciabilità delle produzioni e di commercializzazione delle stesse.

Come aspetti da migliorare sono emersi soprattutto l'eccessiva burocrazia.

## 5. Filiera Grifo Latte

### Anagrafica Filiera Grifo Latte

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	1.998.531	1.998.531	799.412,40	1.998.531	799.412,40	593.156,04	29 %	74 %	29 %	74 %
A	1.178.413,22	1.178.413,22	458.294,15	1.042.766,30	399.683,39	373.469	31 %	81 %	35 %	93 %
M	637.891,50	635.891,50	512.364,45	575.358	458.546,40	456.506,14	71 %	89 %	79 %	99 %
TOT	3.814.836	3.812.836	1.770.071	3.616.655	1.657.642,19	1.423.132,40	37%	80%	39%	86%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Miglioramento ed ottimizzazione dei processi di conferimento, trasformazione e commercializzazione dei prodotti conferiti dai soci; miglioramento delle condizioni igienico sanitarie e di sicurezza degli stabilimenti e delle aziende socie; estensione della certificazione volontaria ISO 9000 e ISO 14000 presso lo stabilimento di Norcia e 3 aziende socie; Certificazione della filiera ai sensi della norma UNI 10939; studio e predisposizione della documentazione prevista dalla normativa comunitaria per il riconoscimento DOP del pecorino umbro, caciottone Norcia e ricotta salata.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- Sono coinvolte tutte le n. 73 imprese socie conferenti. Il progetto esecutivo ha visto invece coinvolte n. 9 aziende attuatrici. Soggetto attuatore delle azioni orizzontali è il Parco 3 A.
- Nella fase di rendicontazione il numero di aziende attuatrici è sceso a 8. Soggetto attuatore delle azioni orizzontali è il Parco 3 A.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Rinuncia di un'azienda attuatrice.

#### 3. Contenuti della filiera:

Grifo Latte rappresenta l'intera filiera lattiero-casearia regionale raccogliendo e trasformando oltre il 90% del latte prodotto in Umbria.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Intero territorio regionale (stabilimenti di raccolta, trasformazione e commercializzazione a Perugia, Norcia, Colfiorito, Fossato di Vico e Terni). Anche le aziende socie sono ubicate in tutto il territorio regionale con prevalenza nella dorsale appenninica a cavallo tra Umbria e Marche.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**5. Soggetti pubblici coinvolti:**

Nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Latte e derivati.

**7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

Circa 29 milioni di euro

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

147

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**9. Incremento occupazionale previsto:**

5 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**Significatività Filiera Grifo Latte**

**10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

% sulla spesa complessiva della filiera

**12. Produzione:**

- a) Non disponibile
- b) 89,14% (% rispetto preventivo misura A)

**13. trasformazione:**

- a) Non disponibile
- b) 74,20% (% rispetto preventivo misura G)

**14. qualità:**

non disponibile.

**15. commercializzazione:**

non disponibile.

## Integrazione tra anelli della filiera Grifo Latte

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti, ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

### 16. Tipologia di filiera (corta o lunga):

Corta

### 17. Produzione:

- a) 8 aziende
- b) 7 aziende
- Variazione rispetto al progetto iniziale: 1 azienda ha rinunciato.

### 18. trasformazione:

1 azienda

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 19. commercializzazione:

Grifo latte commercializza i prodotti attraverso le proprie strutture di commercializzazione.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 20. accordi e contratti di filiera:

Nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

### 21. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):

Società cooperativa

### 22. Durata:

31.12.2100

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

## Qualità

### 23. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:

Il Gruppo Grifo Latte Soc. Coop. opera dal 1 gennaio 2005 secondo il regime di rintracciabilità di cui al regolamento 178/2002. Tutte le 73 imprese socie conferenti e tutti gli stabilimenti di trasformazione e commercializzazione, sono coinvolte nel sistema di rintracciabilità della filiera implementato da Grifo Latte (Reg. UNI 10939).

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### 24. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)

- a) Grifo Latte in alcuni suoi stabilimenti opera già in applicazione delle normative ISO 9000 e ISO 14.000. Il progetto prevede l'estensione della certificazione ISO 9.000 e ISO 14.000 presso altre aziende socie.
- b) Il progetto ha visto l'estensione della certificazione ISO 9.000 e ISO 14.000 a 3 aziende socie e allo stabilimento di Norcia

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Grifo Latte già produce Yogurt Biologico certificato. Il progetto integrato ha visto tra le azioni orizzontali la predisposizione dei disciplinari e lo studio di caratterizzazione necessarie per il riconoscimento DOP del "Pecorino Umbro", del "Caciottone misto Norcia" e della "Ricotta Salata di Norcia".

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### Promozione

#### **25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

0%

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **26. Destinatari del prodotto:**

Regionali ed extraregionali: canale GDO, canale Tentata Vendita, canale Vendita diretta.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto.

### Ricaduta del valore aggiunto

#### **27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Grifo Latte è un società cooperativa che trasforma e commercializza esclusivamente il prodotto conferito dai propri soci e come tale proveniente per il 93% da aziende ubicate nel territorio regionale.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto.

### Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Grifo latte

#### Significatività

Filiera composta da 73 soggetti partecipanti, di cui però solo 9 soggetti attuatori.

5 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV interessata rappresenta la quasi totalità della PLV del latte umbra riferita all'anno 2005.

Grifo Latte rappresenta l'intera filiera lattiero-casearia regionale raccogliendo e trasformando oltre il 90% del latte prodotto in Umbria.

Valutazione grado di significatività: **OTTIMO.**

## Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti. Si tratta di una filiera corta.

Nell'ambito delle misure verticali previste dal progetto la produzione ricopre il 29% della spesa complessiva mentre la trasformazione rappresenta il 55%.

Le operazioni legate alla qualità della produzione hanno interessato il restante 16% della spesa complessivamente prevista dal progetto.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio sostanzialmente non positivo sui rapporti tra le aziende aderenti.

L'integrazione con la commercializzazione è svolta dall'organismo di filiera.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **BUONO** se riferito all'organismo di filiera, non sufficiente se riferito ai soggetti attuatori.*

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita una cooperativa.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2100.

Dalle interviste emerge un giudizio non positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, nonché riguardo ai vantaggi rispetto alla situazione precedente.

*Valutazione grado di stabilità: **PIU' che BUONO**: la cooperativa in questione è da tempo una solida realtà del settore che, indipendentemente dalla relazioni intercorrenti tra i soci, è in grado di garantire la sicurezza di collocamento nel mercato delle produzioni che, per pattuizioni statutarie, tutti i soci sono tenuti a conferire con conseguente stabilità delle forniture.*

## Qualità delle produzioni

Il Gruppo Grifo Latte Soc. Coop. opera dal 1 gennaio 2005 secondo il regime di rintracciabilità di cui al regolamento 178/2002. Tutte le 73 imprese socie conferenti e tutti gli stabilimenti di trasformazione e commercializzazione, sono coinvolte nel sistema di rintracciabilità della filiera implementato da Grifo Latte (Reg. UNI 10939).

Il progetto ha visto l'estensione della certificazione ISO 9.000 e ISO 14.000 a 3 aziende socie e allo stabilimento di Norcia

Grifo Latte già produce Yogurt Biologico certificato. Il progetto integrato ha visto tra le azioni orizzontali la predisposizione dei disciplinari e lo studio di caratterizzazione necessarie per il riconoscimento DOP del "Pecorino Umbro", del "Caciottone misto Norcia" e della "Ricotta Salata di Norcia".

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **PIU' CHE BUONO**, anche con riferimento alle sole aziende coinvolte.*

## Promozione

Dalle interviste effettuate emerge che i titolari delle aziende non sono a conoscenza di interventi effettuati per promuovere le produzioni.

Va comunque considerato che la cooperativa effettua direttamente la collocazione dei prodotti nel mercato attraverso una consolidata rete di distributori sia grandi che piccoli.

Allo stato non si registra alcun problema di collocamento.

*Valutazione grado di promozione : **NON VALUTABILE***

## Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Grifo Latte è un società cooperativa che trasforma e commercializza esclusivamente il prodotto conferito dai propri soci e come tale proveniente per il 93% da aziende ubicate nel territorio regionale, quindi il valore aggiunto resta tutto all'interno del territorio.

Tutte le aziende contattate non hanno risposto a queste domanda tranne una che registra una indifferenza rispetto alla situazione precedente, in quanto continua a consegnare il latte alla Grifo latte.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **BUONO** in quanto anche se il giudizio non emerge dalle aziende aderenti al progetto, esso va riferito alla cooperativa Grifo latte.*

## Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

4 le aziende intervistate.

Quasi tutte le aziende intervistate hanno aderito al progetto in quanto opportunità di ottenere sussidi.

Giudizio positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Complessivamente le aziende percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE SUFFICIENTE***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

Metà delle aziende intervistate è a conoscenza di interventi per il miglioramento della qualità e 3 su 4 si sono inserite in un circuito di certificazione.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **BUONO** per la qualità, **NON VALUTABILE** per la promozione.*

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Grifo latte" presenta un risultato **BUONO** rispetto alle caratteristiche valutabili del progetto ideale. Tale giudizio è riferito al progetto in esame, ed è motivato dalla sicurezza della ricaduta del valore aggiunto sui produttori locali aderenti. Si tratta di una filiera molto significativa e in quasi tutte le aziende intervistate (3 su 4) percepiscono l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Non sono emersi dalle interviste significativi aspetti da migliorare.

## 6. Filiera Olio Alto

### Anagrafica Filiera Olio Alto

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006 e successive modificazioni		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	2.442.526,24	2.392.766,24	957.106,50	1.999.766,24	911.906,50	678.211,37	28%	70%	34%	74%
A	2.616.589,06	2.616.589,06	1.225.723,20	2.481.960,94	1.101.509,08	944.512,29	36%	77%	38%	85%
M	832.175,00	737.625,00	612.542,50	458.625,00	369.562,50	367.792,99	49%	60%	80%	99%
TOT	5.891.290,30	5.746.980,30	2.795.372,20	4.940.352,18	2.382.978,08	1.990.516,65	34%	71%	40%	83%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

- 1) Recupero economico degli oliveti per ridurre i costi e migliorare la qualità
- 2) Miglioramento del processo d'intervento
- 3) Incrementare la quantità di olio extravergine certificato DOP
- 4) Aumentare la sicurezza e l'informazione del consumatore
- 5) Equilibrio tra domanda e offerta.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- a) Inizialmente erano coinvolti 35 soggetti.
- b) In fase di rendicontazione finale i soggetti coinvolti sono stati 29.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: nelle misure verticali 4 aziende si sono ritirate e 1 è subentrata.

#### 3. Contenuti della filiera:

Si favorisce la concentrazione dell'offerta per stabilire accordi commerciali con la grande distribuzione e il contenimento dei costi per essere competitivi nei prezzi di partenza.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Intero territorio regionale

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 6. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore) :

- a) Nell'anno precedente la domanda la PLV era di 3.790.912 Euro. Per l'anno di regime della filiera era previsto il raggiungimento della cifra di: 4.840.304 Euro.
  - b) Dalla relazione finale la PLV risulta pari a 5.716.912 Euro.
- Variatione rispetto al progetto iniziale: dalla relazione finale emerge che è stato prodotto il 16% in più rispetto a quanto previsto.

**7. Personale coinvolto 9.2.d. :**

- a) 82 unità
- b) 62 unità

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 20 unità in meno.

**8. Incremento occupazionale previsto:**

Non disponibile.

## Significatività Filiera Olio Alto

**9. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Realizzati dal 3 A PTA, in collaborazione con altre aziende/enti relativamente allo "studio di caratterizzazione delle proprietà salutistiche dell'olio extra vergine di oliva DOP Umbria", allo "studio tecnico volto alla caratterizzazione e valorizzazione dei reflui oleari e predisposizione di un disciplinare di qualità" e allo "studio volto all'aggiornamento/modifica del disciplinare di produzione dell'Olio Extra Vergine di Oliva DOP Umbria".

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**10. Innovazioni di processo e/o di prodotto.**

- a) Razionalizzazione degli interventi tecnici e creazione di standard di coltivazione
- b) 18 aziende hanno realizzato investimenti per l'innovazione del processo/prodotto.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**11. Produzione :**

48%

**12. trasformazione**

41%

**13. qualità**

8 %

**14. commercializzazione**

3 %

## Integrazione tra anelli della filiera Olio Alto

**15. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga e corta

☒ **Anelli della filiera coinvolti:**

**16. Produzione:**

- a) Nel progetto iniziale risultano 24 imprese che si occupano della produzione
- b) Nel progetto finale ne risultano 20.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Sono presenti 4 imprese in meno

**17. trasformazione:**

- a) Nel progetto iniziale risultano 12 imprese che si occupano della trasformazione
- b) Nel progetto finale ne risultano 7.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Sono presenti 5 imprese in meno.

**18. commercializzazione:** 2 aziende sono intervenute direttamente in questa fase. Tutte le altre aziende possiedono già propri sbocchi di mercato.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**19. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

Consorzio

**20. Durata:**

dal 12/04/2005 al 31/12/2030

## Qualità

**21. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità.**

- a) Per alcune aziende il progetto iniziale prevede l'introduzione di sistemi di controllo sulla rintracciabilità di prodotti agroalimentari e della certificazione della catena alimentare.
- b) Nessuna azienda ha richiesto la certificazione per i sistemi di rintracciabilità ai sensi della norma UNI 10939/01 , tuttavia il disciplinare tecnico è stato elaborato e messo a disposizione dei soci.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: nessuna azienda ha effettuato tale certificazione.

**22. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

- a) Per alcune aziende il progetto iniziale prevede la possibilità di accedere alle seguenti certificazioni:
  - ISO 9000
  - ISO 14000
  - HACCP
  - Sicurezza sui luoghi di lavoro (626/94)

b) Solo un'azienda ha effettuato le certificazioni HACCP, ISO 9000 E ISO 14000.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: solo un'azienda ha colto le opportunità di certificazione messe a disposizione dei consorziati.

### **23. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

- a) Per alcune aziende il progetto iniziale prevede la possibilità di accedere alla certificazione DOP
  - b) 10 aziende certificano DOP Umbria e 4 certificano il prodotto biologico.
- Variatione rispetto al progetto iniziale: Oltre alla certificazione DOP, 4 aziende certificano il prodotto biologico.

## Promozione

### **24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

Percentuale non disponibile.

( è stata effettuata la partecipazione promozionale al salone dell'olio d'oliva (SOL) dal 6 al 10/04/06 )

### **25. Destinatari del prodotto:**

50% regionali e 50% extraregionali

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

### **26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione :**

Tutti i componenti del Consorzio Olio Alto sono coinvolti con una ricaduta sui produttori olivicoli di tutto il territorio regionale

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Olio Alto

### **Significatività**

ATI composto da 29 soggetti partecipanti, tutti attuatori e in gran parte (20) appartenenti all'anello della produzione. Coinvolto l'intero territorio regionale. 14 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La quantità di DOP Umbria certificata nel 2004 è pari a 430,5 mila litri (3.935 quintali); va ricordato che si tratta di un'annata particolarmente negativa a causa delle gelate.

La PLV coinvolta risultava inizialmente pari a 3,8 milioni di euro e per l'anno a regime si prevedeva una PLV pari a 4,8. Dalla relazione finale in realtà la PLV risulta pari a 5,7 milioni di euro per una produzione agricola coinvolta pari a 713,7 mila kg di olio.

Valutazione grado di significatività: **BUONO.**

## Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti. Si tratta di una filiera in parte lunga e in parte corta in quanto alcuni produttori commercializzano direttamente. Si favorisce la concentrazione dell'offerta per stabilire accordi commerciali con la grande distribuzione e il contenimento dei costi per essere competitivi nei prezzi di partenza.

L'anello prevalente è quello della produzione che rappresenta il 48% della spesa complessiva.

La trasformazione rappresenta circa il 41% della spesa.

La promozione/commercializzazione rappresenta circa il 3% della spesa complessiva. Due aziende sono intervenute direttamente in questa fase, mentre le altre possiedono già propri sbocchi di mercato.

La qualità rappresenta l'8% della spesa complessiva.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio non positivo sui rapporti tra le aziende aderenti.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE***

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stato costituito un "Consorzio Olio Alto".

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2030.

Metà delle aziende intervistate evidenzia una intensificazione dei contatti tra le aziende stesse e ne attribuisce il merito all'organismo di filiera. L'altra metà non ha percepito tale intensificazione, anche se la grande maggioranza è favorevole ad una trasformazione dell'organismo di filiera in un soggetto stabile.

Una lieve maggioranza non ritiene si siano registrati vantaggi rispetto alla situazione precedente. Molte aziende non hanno risposto alla domanda sulla prosecuzione dei contatti una volta terminati i vincoli temporali che va però ricordato arrivano fino al 2030..

*Valutazione grado di stabilità: **PIU' CHE SUFFICIENTE** In termini formali, ma da seguire nel tempo vista l'elevata percentuale di aziende che non percepiscono vantaggi rispetto alla situazione precedente e che non registra intensificazione di contatti con le altre aziende.*

## Qualità delle produzioni

Per quanto riguarda la tracciabilità e la rintracciabilità, nessuna azienda ha richiesto la certificazione per i sistemi di rintracciabilità (prevista dal progetto iniziale) ai sensi della norma UNI 10939/01 , tuttavia il disciplinare tecnico è stato elaborato e messo a disposizione dei soci.

Per quanto riguarda la certificazione di qualità, solo un'azienda ha effettuato le previste certificazioni HACCP, ISO 9000 E ISO 14000.

Per quanto riguarda la certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico), 10 aziende certificano DOP Umbria e 4 certificano anche il prodotto biologico.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **BUONO**, in quanto 10 aziende hanno certificato la DOP Umbria; migliorabile per la rintracciabilità, in quanto il disciplinare tecnico è stato elaborato, ma nessuna azienda ha al momento certificato.*

## Promozione

Dalle interviste effettuate emerge una scarsa conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **NON SUFFICIENTE.***

#### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Le aziende coinvolte sono locali, quindi il valore aggiunto resta tutto all'interno del territorio.

Solo metà delle aziende contattate registra un aumento di fatturato e una stabilità nella collocazione del prodotto.

E' positiva la valutazione sui margini di guadagno, mentre non viene registrato un aumento significativo dei clienti. Negativa la valutazione sulla stabilità dei prezzi.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **PIU' CHE SUFFICIENTE**, visto l'aumento dei margini di guadagno, da migliorare l'ampliamento dei clienti e conseguentemente del fatturato.*

#### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

Intervistate 15 aziende.

Quasi tutte le aziende intervistate conoscevano fin dall'inizio contenuti, vantaggi e obblighi derivanti dall'adesione al progetto integrato. La gran parte di esse ha aderito al progetto in quanto opportunità di ottenere pubblici sussidi.

Giudizio positivo sia sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Complessivamente le aziende percepiscono l'esperienza come molto positiva, anche se indubbiamente la motivazione economica risulta prevalente.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO.***

#### Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La quasi totalità delle aziende intervistate segnalano di non essere a conoscenza degli interventi effettuati dal PTA e dal centro agroalimentare dell'Umbria,. Al contrario la quasi totalità delle aziende intervistate dichiara di essersi inserita in un circuito di certificazione (uno dei principali obiettivi del progetto di filiera).

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **NON SUFFICIENTE** per la promozione e la commercializzazione, **SUFFICIENTE** per la qualità stante la buona adesione al circuito della certificazione..*

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Olio Alto" presenta un risultato **sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dalla significatività della filiera e

dal giudizio positivo delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera e dall'alta durata dell'accordo di cooperazione.

Le criticità riguardano la non consistente formazione di rapporti interaziendali, dalla non elevata ricaduta di valore aggiunto e da un insoddisfacente giudizio sulle azioni orizzontali.

La gran parte delle aziende intervistate (13 su 15) percepisce in ogni caso l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Come aspetti da migliorare sono emersi innanzitutto l'eccessiva burocrazia e l'osservazione che l'organismo di filiera non deve essere una associazione di categoria.

## 6. Filiera Pollo d'erba

### Anagrafica Filiera Pollo d'erba

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A	255.500	255.500	102.200	255.500	102.200	84.000	32%	82%	32%	82%
M	428.320	420.880	368.150	283.880	251.350	229.104,97	54%	62%	80%	91%
TOT	683.820	676.380	470.350	539.380	353.550	313.105	46%	66%	58%	88%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

In generale il progetto mira ad impiantare una solida filiera avicola di qualità (pollo d'erba) che operi all'interno delle produzioni biologiche.

In particolare il piano progettuale si articola nei seguenti obiettivi specifici:

- migliorare la genetica: produrre pulcini adattati al biologico.
- Mettere a disposizione della filiera protocolli d'allevamento la cui rispondenza sia sperimentata in un allevamento pilota ed in campo. Successivamente monitorare le produzioni in modo da permettere un'ulteriore rifinitura di tali protocolli.
- Analizzare e ridurre le differenze produttive e qualitative legate ai principali fattori di variabilità (allevamento, stagione, ecc.), nonché caratterizzare il prodotto sotto il profilo dietetico-nutrizionale.
- Certificazione volontaria delle aziende partecipanti secondo un Disciplinare di produzione del Pollo d'erba ed il marchio già registrato.
- Conquistare nuove quote di mercato per i prodotti umbri di qualità (vendita diretta).
- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

10

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto.

#### 3. Contenuti della filiera:

L'impianto della base produttiva, di trasformazione e commerciale della filiera regionale ha previsto:

- produzione di linee genetiche autoctone a lento accrescimento adattate alla produzione biologico;
- diffusione di protocolli di allevamento conformi all'etologia degli animali e a basso impatto ambientale;
- caratterizzazione del prodotto: contenimento della variabilità produttiva e qualitativa;
- assistenza agli allevatori durante la fase di progettazione, allestimento e produzione;
- promozione del prodotto e del marchio.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto.

#### 4. Ambito territoriale:

Regionale (Eugubino, Lago Trasimeno, Marscianese, Conca ternana) Trasformazione: stabilimento Azienda San Bartolomeo in Sutri (VT). Commercializzazione: Punti vendita regionali ed extraregionali (Lazio, Toscana, Marche).

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**5. Soggetti pubblici coinvolti:**

Università degli Studi di Perugia.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Allevamento avicolo biologico.

**7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

Produzione primaria: 273 400,00 euro/anno. PLV Trasformazione: 632 000,00 euro /anno.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Nella produzione primaria le quantità sono rimaste invariate a differenza del prezzo unitario che è aumentato, stessa cosa è avvenuta nella trasformazione.

**8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

15,5 unità.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**9. Incremento occupazionale previsto:**

29% (19 unità)

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Significatività Filiera Pollo d'erba

**10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Attività del Parco Tecnologico Agroalimentare: Studio, caratterizzazione e normalizzazione delle proprietà merceologiche del prodotto "pollo d'erba" a supporto della predisposizione del disciplinare Totale 94 000,00 Euro.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Diffusione di un prodotto nuovo nel settore della zootecnia biologica, infatti l'avicoltura italiana da carne è incentrata sulla produzione di un pollo convenzionale (circa 80% della produzione), con poche differenze riguardanti i sistemi e le caratteristiche qualitative del prodotto finale. L'innovazione consente un miglior posizionamento del prodotto sul mercato in termini di valore aggiunto e di rispondenza agli standard dei servizi della distribuzione, un miglioramento della compatibilità ambientale del ciclo di vita del prodotto e della qualità del lavoro ed un miglioramento dei livelli di garanzia dei prodotti e dei

processi in relazione alla sicurezza alimentare. Inoltre tra le innovazioni apportate dal Progetto ci sono anche gli interventi promozionali messi in piedi con il Piano di comunicazione finalizzato a: divulgare il prodotto; creare il bisogno e la domanda; aumentare il consumo; acquisire nuovi consumatori; portare il cliente al punto vendita; contribuire a creare un'immagine aziendale.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**12. Produzione :**

61,3%

**13. trasformazione:**

0%

**14. qualità:**

38,6%

**15. commercializzazione:**

0%

## Integrazione tra anelli della filiera Pollo d'erba

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**16. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Corta e lunga

**17. Produzione:**

5 aziende produttrici allevano il pollo d'erba secondo le procedure descritte nel Disciplinare e di conferiscono all'anello trasformazione, almeno nella percentuale minima del 51%, la propria produzione primaria.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**18. trasformazione:**

1 azienda di trasformazione: (presso la quale si trova il macello di riferimento) macella la percentuale di produzione primaria conferita dalle aziende produttrici.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**19. commercializzazione:**

1 azienda di commercializzazione distribuisce la percentuale di produzione primaria conferita al macello, mantenendo la percentuale minima del prezzo di vendita del pollo d'erba e ripartendo su tale prezzo l'eventuale vantaggio competitivo derivante dalle operazioni di promozione del marchio.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **20. accordi e contratti di filiera:**

Oltre all'Accordo di filiera (ATI) sono stati siglati accordi con soggetti esterni (es: Centro Agro alimentare dell'Umbria, dettaglianti attivi in aree strategiche della Regione Umbria e in altre aree extra-regionali). Sono state coinvolte nella filiera alcune delle più significative organizzazioni di settore: AIAB, Università degli Studi di Perugia (Azienda agraria e Dipartimento di scienze zootecniche). Sotto il profilo della promozione il Ce.S.A.R ha provveduto al coinvolgimento delle organizzazioni professionali agricole socie (CIA Umbria, Confagricoltura Umbria, Coldiretti Umbria).

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **Natura e stabilità dei contratti di fornitura**

### **21. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

### **22. Durata:**

12 anni.

## **Qualità**

### **23. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Tutte le aziende produttrici del pollo d'erba, pur non essendo certificate secondo la normativa UNI 10939, sono tutte certificate secondo il sistema di controllo previsto dal Reg. 2092/91. Tutti i processi aziendali che risultano quindi tracciati.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: oltre quanto previsto, è stato organizzato un piano di verifiche per valutare l'adesione delle aziende al sistema di controllo e fornire loro il supporto tecnico necessario al rispetto dei Reg. 2092/91 e 1804/99.

### **24. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

1 azienda produttrice ha attivato il sistema di autocontrollo HACCP.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### **24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Tutte le 5 aziende produttrici coinvolte hanno certificato la propria produzione secondo la normativa reg, 2092/91 (Biologico).

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **Promozione**

### **25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

20,8%.

a) Gli interventi previsti prevedevano:

- Realizzazione di un piano marketing;
- workshop presso la fiera SANA di Bologna;
- workshop in occasione di “Expo Regalo” a Bastia Umbra (PG) all’interno del Teatro giusto;
- 10 educationals rivolti agli operatori della domanda.

b) Tra la fine del 2005 e la prima metà del 2006 sono stati realizzati i seguenti eventi promozionali:

- workshop presso la fiera SANA di Bologna;
- educational in occasione del convegno “Influenza umana e virus aviari” presso la facoltà di Agraria dell’Università degli Studi di Perugia;
- workshop in occasione di “Expo Regalo” a Bastia Umbra (PG) all’interno del Teatro giusto.
- Educational rivolto a macellai specializzati presso una delle aziende produttrici a Passignano sul Trasimeno.
- Variatione rispetto al progetto iniziale: sono stati effettuati solo 2 educationals rispetto ai 10 previsti.

## 26. Destinatari del prodotto:

Regionali (90%) ed extraregionali (10%).

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

## 27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:

C'è stata una ricaduta del valore aggiunto per i due anelli della filiera coinvolti:

- Anello Produzione primaria: prezzo Polli vivi da 2,30 euro /kg a 3,50 euro/kg;
- Anello Trasformazione da 5,50 euro /kg a 7,90euro /kg.
- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Pollo d'erba

### Significatività

ATI composto da numerosi soggetti (10), per la metà appartenenti all’anello della produzione e riguardanti 3 comuni umbri (senza considerare PTA e CAA) e 3 comuni extraregionali.

La PLV primaria è di circa 273 400,00 euro/anno, la PLV trasformazione è di 632 000,00 euro /anno.

La PLV rappresenta poco meno del 2% della PLV totale di pollame in Umbria riferita all’anno 2005.

*Valutazione grado di significatività*: **BUONO** in quanto l’iniziativa viene riferita alla produzione con sistema di qualità biologico, anche se non sufficiente se riferita al mero dato quantitativo.

## Integrazione dei 3 anelli della filiera

Si tratta di una filiera lunga.

La produzione rappresenta il 61% della spesa complessiva.

La qualità rappresenta il 39% della spesa complessiva.

5 aziende produttrici allevano il pollo d'erba secondo le procedure descritte nel disciplinare e conferiscono il prodotto all'anello trasformazione almeno nella percentuale del 51%.

1 azienda effettua la trasformazione, 1 la commercializzazione.

Viene stabilito un livello minimo del prezzo di vendita del pollo d'erba e l'eventuale valore aggiunto derivante dalle operazioni di promozione del marchio viene ridistribuito tra i produttori.

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera. Non vengono registrati vantaggi rispetto alla situazione precedente.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE***

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un'ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare per 12 anni.

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera. Emerge invece un giudizio non positivo per i vantaggi rispetto alla situazione precedente. La quasi totalità degli intervistati (2 su 3) ritengono che i contatti non proseguiranno dopo la scadenza del progetto.

*Valutazione grado di stabilità: **SUFFICIENTE**, in quanto al di là della durata formale dell'accordo si percepisce un giudizio non troppo positivo riguardo alla prosecuzione dei rapporti tra le aziende. Il tutto resta comunque subordinato alla effettiva ricaduta di consistenti vantaggi nel medio lungo periodo.*

## Qualità delle produzioni

Tutte le aziende produttrici del pollo d'erba, pur non essendo certificate secondo la normativa UNI 10939, sono tutte certificate secondo il sistema di controllo previsto dal Reg. 2092/91. E' stato organizzato un piano di verifiche per valutare l'adesione delle aziende al sistema di controllo e fornire loro il supporto tecnico necessario al rispetto dei Reg. 2092/91 e 1804/99.

1 azienda produttrice ha attivato il sistema di autocontrollo HACCP.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **PIU' CHE BUONO***

## Promozione

La promozione rappresenta il 20,8% della spesa complessiva.

Sono state svolte 2 educational rispetto ai 10 previsti.

Interessante il numero di punti vendita coinvolti ed il sito internet dedicato.

Dalle interviste effettuate emerge una buona conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **BUONO***

## Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Dalla relazione finale emerge che c'è stata una ricaduta del valore aggiunto per i due anelli della filiera coinvolti:

- Anello Produzione primaria: prezzo Polli vivi da 2,30 euro /kg a 3,50 euro/kg;
- Anello Trasformazione da 5,50 euro /kg a 7,90euro /kg.

Il valore aggiunto ricade sia sui produttori, sia sui trasformatori (per quest'ultimi in maggioranza). Il trasformatore non è umbro, ma risiede a Viterbo.

La maggior parte delle aziende contattate non registra aumento di fatturato, nessuna un aumento dei margini di guadagno.. La maggioranza registra un aumento dei clienti.

Rispetto alla sicurezza di collocamento delle produzioni e alla stabilità dei prezzi la maggioranza delle aziende non registra un miglioramento. Le dichiarazioni degli intervistati contrastano con quanto emerge dalla relazione finale. Sarebbe necessario approfondire più in dettaglio questo aspetto, tenendo conto anche del fatto che le stesse aziende hanno evidenziato un giudizio molto positivo sull'appartenenza alla filiera (vedere punto successivo).

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **SUFFICIENTE***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

3 le aziende intervistate.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio molto positivo sull'appartenenza alla filiera. Tutte le aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende intervistate percepiscono l'esperienza come positiva e sono molto consapevoli degli obiettivi della filiera.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La totalità delle aziende intervistate segnala una conoscenza approfondita degli interventi sulla qualità sia con riferimento alla realizzazione di un disciplinare, sia con riferimento alla certificazione.

Per quanto riguarda la commerciabilità delle produzioni emerge una conoscenza degli interventi realizzati da parte di tutte le aziende intervistate.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **PIU' che BUONO** per la qualità e per la commerciabilità.*

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "POLLO D'ERBA" presenta un risultato **più che sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale risultato è motivato dal buon giudizio complessivo sull'appartenenza alla filiera da parte delle aziende, dal notevole sforzo fatto per un aumento della qualità e della caratterizzazione del prodotto, dal buon livello delle attività di commercializzazione.

Tutte le aziende intervistate (3) percepiscono l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

E' stata evidenziata quale aspetto da migliorare, la scarsa dimensione della filiera.

Il progetto andrebbe rivisto nel medio termine in quanto sembra avere buone potenzialità di sviluppo se vengono coinvolti più produttori e anche trasformatori locali.

## 8. Fiera Prodotti del Casolare

### Anagrafica Filiera Prodotti del Casolare

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	70.140,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A	1.091.542,95	811.109,95	341.851,50	875.760,16	341.851,50	335.656,06	41 %	98 %	38 %	98 %
M	418.106,00	396.137,40	373.024,92	329.961,40	308.302,92	272.441,94	68 %	73 %	82 %	88 %
TOT	1.579.788,95	1.207.247,35	714.876,42	1.205.721,56	650.154,42	608.098	50%	85%	50%	93%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Il progetto si pone l'obiettivo di valorizzare piccole produzioni di fattoria secondo la catena "dal campo alla tavola" e di affermare a livello locale una presenza diffusa e significativa di produzioni alternative a quelle delle catene commerciali, costituite da prodotti agricoli provenienti da terreni che producono secondo un ciclo naturale di impiego sostenibile del suolo. Il progetto, inoltre, si propone di creare un marchio di riconoscimento della rete "prodotti del casolare" con relativa certificazione di ciascun prodotto.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- Nel progetto iniziale facevano parte della filiera 21 imprese e 2 enti
- Nel progetto finale fanno parte complessivamente 19 imprese e 2 enti

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 2 aziende hanno rinunciato.

#### 3. Contenuti della filiera:

Garantisce le condizioni di tracciabilità e rintracciabilità previste dall'entrata in vigore del Regolamento (CE) n. 178/2002. Predispose disciplinari di produzione per i prodotti di filiera contraddistinti da apposito marchio e logo.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale

#### 4. Ambito territoriale:

Trasimeno, della valle del medio corso del Tevere e delle zone limitrofe del Perugino (Assisi-Foligno).

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti

1

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

**6. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) Nel progetto iniziale la PLV nell'anno di regime è stata prevista per 8.074.700,00 euro.
- b) La PLV effettivamente prodotta nell'anno di regime è di 10.862.457,80 euro.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: E' stata prodotta il 26 % di PLV in più rispetto al previsto.

**7. Tipologia di produzione coinvolta:**

Ortofrutta, miele, formaggi, carni, vino e cereali (produzioni di qualità e di nicchia con caratterizzazione territoriale).

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

**8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

72 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Come previsto dal progetto iniziale

**9. Incremento occupazionale previsto:**

12 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Come previsto dal progetto iniziale

## Significatività Filiera Prodotti del Casolare

**10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Tutte le azioni orizzontali del Parco Tecnologico 3A dell'Umbria ; studio sulla valutazione delle proprietà salutistiche delle varietà di farro selezionate e verifica del loro possibile utilizzo nella preparazione di prodotti per specifiche categorie di consumatori.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Come previsto dal progetto iniziale

**11. Innovazioni di processo e/o di prodotto.**

Strutturazione di una rete di produzione convergente nella filiera

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Come previsto dal progetto iniziale

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**12. Produzione :**

67,20 %

**13. qualità**

31,15 %

**14. commercializzazione**

1,65 %

## Integrazione tra anelli della filiera Prodotti del Casolare

**Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**15. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

corta

**16. Produzione:**

- a. 16 aziende
- b. 13 aziende

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 3 aziende si sono ritirate

**17. trasformazione:**

2 aziende

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Come previsto dal progetto iniziale

**18. commercializzazione:**

- a) Tutte le aziende aderenti all' ATI .
- b) Tutte le aziende aderenti all' ATI . Si sono ,inoltre, attivati contatti con Bontà express e con alcuni GAS (Gruppi d'Acquisto Solidale)

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Nel progetto iniziale non erano previsti i contatti con Bontà express e con i GAS.

**19. totale**

17

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**20. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative)**

ATI

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

**21. Durata:**

Fino alla data delle obbligazioni assunte con la firma dell'atto, in relazione della tipologia di investimento di cui è stato richiesto il contributo come da DGR 1616 del 20/11/2002 e smi

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Qualità

**22. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità.**

- a. Tracciabilità e rintracciabilità per tutta la filiera con relativa certificazione volontaria dei prodotti e marchio ad esso collegato.
- b. Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ricevuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). Il capofiliera già operava secondo il regime di rintracciabilità di cui al Regolamento CE 178/2002.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

### **23. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Per le aziende che hanno modificato la loro struttura produttiva è stato predisposto il sistema HACCP

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Dal progetto iniziale non emergono dati sulle certificazioni aziendali.

### **24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

- a. Predisposizione di un disciplinare per la certificazione volontaria del prodotto.  
Produzione di documentazione necessarie alla presentazione di richieste di DOP per alcuni dei prodotti maggiormente significativi.
- b. Predisposizione del dossier conforme a quanto previsto dal Reg. CEE 2081/92 per la richiesta del riconoscimento comunitario per i prodotti Miele umbro, Fagiolina del Trasimeno e Zafferano di Città della Pieve – per gli stessi è stato effettuato anche uno studio di caratterizzazione e valorizzazione delle proprietà merceologiche ;  
Studio di caratterizzazione e valorizzazione merceologica del farro “bio” prodotto dal Consorzio Agribosco;  
Certificazione volontaria di prodotto per la Fagiolina del Trasimeno e per il farro decorticato, perlato e spezzato;

Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Promozione

### **25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

2%.

- a. Azioni del Centro Agroalimentare dell'Umbria per la presentazione dei prodotti e per il lancio del marchio “Prodotti del Casolare”.
- b. E' in fase di realizzazione un prodotto editoriale che verrà distribuito presso strutture ricettive del territorio in stretta correlazione con i due progetti integrati territoriali denominati “nelle Terre del Trasimeno” e “nelle terre del Perugino”.  
Si sta dando attuazione ad ulteriori azioni di marketing per la promozione e della filiera e l'ampliamento della base produttiva.  
Si sta, inoltre, procedendo alla registrazione del marchio.

Variazione rispetto al progetto iniziale: oltre a quanto previsto, è stato predisposto, attraverso il centro agroalimentare, un piano di marketing volto all'indagine sul miglior posizionamento di mercato dell'insieme del paniere.

### **26. Destinatari del prodotto:**

**regionali:** popolazione residente particolarmente interessata all'acquisto di prodotti genuini e tipici del territorio

**extraregionali:** visitatori occasionali e turisti interessati alla scoperta delle tradizioni enogastronomiche del territorio, attraverso la visita diretta in fattoria

Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

## Ricaduta del valore aggiunto

### 27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione :

Tutti i soggetti aderenti all'ATI, trattandosi di filiera corta, sono direttamente coinvolti sia nella fase di trasformazione che in quella di commercializzazione.

Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### Giudizio di sintesi qualitativa: Prodotti del casolare

#### Significatività

ATI composta da 21 soggetti partecipanti, tutti attuatori e per la quasi totalità appartenenti all'anello della produzione e concentrati nell'area territoriale del Trasimeno. 9 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV è di circa 10,8 milioni di euro nell'anno a regime con un incremento del 26% rispetto alla previsione.

*Valutazione grado di significatività:* **BUONA**, in quanto coinvolge numerosi soggetti e discreti quantitativi di produzione

#### Integrazione dei 3 anelli della filiera

Si tratta di una filiera corta, dal campo alla tavola.

Gli interventi a favore della produzione rappresentano il 67% della spesa complessiva del progetto, quelli per la promozione circa il 2% e la spesa per la qualità il 31%.

Dalle interviste emerge un giudizio molto positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera e per i vantaggi rispetto alla situazione precedente.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera:* **PIU' CHE BUONO**

#### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un'ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino alla estinzione di tutte le obbligazioni assunte a fronte della concessione degli aiuti (non prima del 2018).

Dalle interviste emerge un giudizio molto positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera e per i vantaggi rispetto alla situazione precedente. La quasi totalità degli intervistati ritengono che i contatti proseguiranno anche dopo la scadenza del progetto, e anzi se lo augurano.

*Valutazione grado di stabilità:* **PIU' CHE BUONO**, al di là della durata formale dell'accordo molti rilevano l'utilità di una prosecuzione dopo la scadenza del contratto e una trasformazione dell'organismo di filiera in un soggetto più stabile..

#### Qualità delle produzioni

Per le attività di tracciabilità e di rintracciabilità tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ricevuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI

10939/2001). Il capofila già operava secondo il regime di rintracciabilità di cui al Regolamento CE 178/2000. Inoltre per le aziende che hanno modificato la loro struttura produttiva è stato predisposto il sistema HACCP.

Infine è stato predisposto il dossier conforme a quanto previsto dal Reg. CEE 2081/92 per la richiesta del riconoscimento comunitario per i prodotti Miele umbro, Fagiolina del Trasimeno e Zafferano di Città della Pieve – per gli stessi è stato effettuato anche uno studio di caratterizzazione e valorizzazione delle proprietà merceologiche.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **Più CHE BUONO***

### Promozione

La promozione rappresenta il 2% della spesa complessiva del progetto.

Sono state svolte azioni del Centro Agroalimentare dell'Umbria per la presentazione dei prodotti e per il lancio del marchio "Prodotti del Casolare".

E' in fase di realizzazione un prodotto editoriale che verrà distribuito presso strutture ricettive del territorio. Si sta, inoltre, procedendo alla registrazione del marchio

Dalle interviste effettuate emerge una media conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **BUONO***

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Tutti i soggetti aderenti all'ATI, trattandosi di filiera corta, sono direttamente coinvolti sia nella fase di produzione che in quella di commercializzazione.

Il valore aggiunto ricade tutto sui produttori.

La maggior parte delle aziende contattate non registra aumento di fatturato, dei margini di guadagno e dei clienti

Rispetto alla sicurezza di collocamento delle produzioni e alla stabilità dei prezzi la maggioranza delle aziende registra invece un miglioramento.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **SUFFICIENTE.***

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

8 aziende intervistate.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio molto positivo sull'appartenenza alla filiera. Quasi tutte le aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende intervistate percepiscono l'esperienza come positiva e sono molto consapevoli degli obiettivi della filiera.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO***

### Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La totalità delle aziende intervistate segnala una conoscenza approfondita degli interventi sulla qualità sia con riferimento alla realizzazione di un disciplinare, sia con riferimento alla certificazione DOP, sia riguardo la tracciabilità e la rintracciabilità.

Per quanto riguarda la commerciabilità delle produzioni emerge un giudizio positivo da parte di metà delle aziende intervistate.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **PIU' che BUONO** per la qualità, **SUFFICIENTE** per la commerciabilità.*

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera “Prodotti del casolare” presenta un risultato **buono** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale risultato è motivato:

- dal giudizio complessivamente positivo sull'appartenenza alla filiera da parte delle aziende;
- dalla volontà di mantenere in vita i rapporti anche dopo la scadenza temporale dell'Organismo di filiera;
- dal notevole sforzo fatto per un aumento della qualità e della caratterizzazione del prodotto unitamente ad una discreta integrazione con le azioni di commercializzazione.

Il giudizio potrebbe essere anche migliore se aumentassero nel tempo i soggetti partecipanti e la produzione coinvolta..

Tutte le aziende intervistate (8) percepiscono in ogni caso l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Sono infatti stati evidenziati quali aspetti auspicabili, l'intensificazione dei rapporti tra le aziende.

## 9. Filiera Qualialleva

### Anagrafica Filiera Qualialleva

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	394.903,20	394.903,20	157.961,28	394.903,20	157.961,28	157.961,3	40%	100 %	40%	100 %
A	1.578.313,27	1.578.313,27	652.973,92	1.568.729,27	648.856,28	258.884,11	17%	39%	16%	40%
M	214.000	213.700	207.700	132.580	132.580	127.959,98	60%	62%	96%	96%
TOT	2.187.216,47	2.186.916,47	1.018.635,20	2.096.212,47	939.397,56	544.805,39	24%	53%	26%	58%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Valorizzazione del prodotto vitello baliotto da latte, creazione di un canale per la commercializzazione delle vacche da latte a fine carriera, miglioramento delle condizioni di benessere delle bovine da latte e la necessità di rispondere alle esigenze degli attori della filiera bovina da latte quali allevatori, ingrassatori ed industria di macellazione, mediante la predisposizione di uno strumento di intervento strategico ed integrato. Ulteriore obiettivo è quello di contribuire a rafforzare la competitività delle imprese appartenenti alla filiera e valorizzazione delle risorse ambientali endogene.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- 67 imprese sono socie del Consorzio Qualialleva, tra queste 14 sono soggetti attuatori e 53 non attuatori. Tra i 67 soggetti soci, ci sono aziende zootecniche, un ingrassatore, un Mattatoio e due soggetti che commercializzano al consumo la carne macellata.
- 11 soggetti attuatori.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 3 soggetti attuatori si sono ritirati.

#### 3. Contenuti della filiera:

Migliorare la competitività della filiera delle vacche da latte a fine carriera e del vitello a carne bianca. Il completamento della filiera rappresenta la possibilità per far acquisire agli attori della fase produttiva (allevatori ed ingrassatore) un più elevato valore aggiunto. Inoltre, la strutturazione di un servizio che collega l'offerta di vacche da latte a fine carriera e dei baliotti degli allevamenti da latte direttamente alla domanda rispettivamente dell'industria di trasformazione e dei centri di ingrasso, consente una maggiore chiarezza nelle contrattazioni.

Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Regione Umbria, in particolare zona di Colfiorito e della Valnerina.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **5. Soggetti pubblici coinvolti:**

nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Vacche da latte e vitelli baliotti.

#### **7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) € 5.675.735,00 (quota prevista all'anno di regime comprensiva di carne e latte)
- b) € 220.505,00 (vacche da latte a fine carriera e vitelli baliotti commercializzati tramite il consorzio)

- Variazione rispetto al progetto iniziale: i valori non sono confrontabili in quanto la PLV dell'anno di regime (b) è riferita solo ai prodotti commercializzati tramite il Consorzio.

#### **8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) Non disponibile
- b) 73 unità di cui: 67 unità (numero dei soci del Consorzio), 1 unità (coordinamento Consorzio), 5 unità (macellazione).

#### **9. Incremento occupazionale previsto:**

- a) 19 unità.
- b) 6 unità
- Variazione rispetto al progetto iniziale: incremento inferiore di 13 unità rispetto a quanto previsto nel progetto iniziale.

## **Significatività Filiera Qualialleva**

#### **10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

- Studio di caratterizzazione e normalizzazione delle proprietà merceologiche delle carni di qualità prodotte dalle aziende della filiera
- Studio di progettazione per la valorizzazione delle carni bovine volto alla diminuzione dell'impatto ambientale delle produzioni di vitelli a carne bianca e vacche da latte a fine carriera.
- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Innovare il processo tecnologico di trasformazione e sezionamento affinché il prodotto possa essere venduto alla GDO o direttamente al consumatore finale.

Creare una struttura di coordinamento in modo da aumentare la forza contrattuale della produzione nei confronti della distribuzione, migliorare la qualità e perseguire la massima stabilità dei prezzi di vendita.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

#### **12. Produzione:**

- a) 73,09%
- b) 65,33 %

**13. trasformazione e commercializzazione :**

- a) 15,19%
- b) 26,07 %

**14. qualità:**

- a) non disponibile
- b) 8,6%

## Integrazione tra anelli della filiera Qualialleva

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**15. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

**16. Produzione:**

- a) 44
- b) 64

- Variazione rispetto al progetto iniziale: la variazione è dovuta all'umento del numero dei sci del Consorzio.

**17. trasformazione:**

- a) 1
- b) 1

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

**18. commercializzazione:**

- a) 2
- b) 2

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**19. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

Consorzio

**20. Durata:**

31/12/2030

## Qualità

**21. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Ai sensi del Reg. 1760/2000/CE inerente all'anagrafe zootecnica, all'etichettatura e alla tracciabilità delle carni bovine, ogni capo bovino viene iscritto obbligatoriamente

all'anagrafe bovina, con l'istituzione di un sistema di identificazione dei bovini. Per legge la rintracciabilità diventa parametro obbligatorio.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

**22. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Nessuna.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**23. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Nessuna.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Promozione

**24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

0%.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**25. Destinatari del prodotto:**

10% regionali e 90% extraregionali.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

**26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Il completamento della filiera rappresenta la possibilità per far acquisire agli attori della fase produttiva, vale a dire allevatori ed ingrassatori, un più elevato valore aggiunto relativo al prodotto carne che da essi deriva.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Qualialleva

### Significatività

Consorzio composto da 67 soggetti partecipanti di cui 11 soggetti attuatori, quasi tutti appartenenti all'anello della produzione. Sei i comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV è di circa 220,5 migliaia di euro e rappresenta circa lo 0,6% della PLV totale di carne bovina in Umbria riferita all'anno 2005.

Il progetto si propone di innovare il processo tecnologico di trasformazione e sezionamento affinché il prodotto possa essere venduto alla GDO o direttamente al consumatore finale e di creare una struttura di coordinamento in modo da aumentare la forza contrattuale della produzione nei confronti della distribuzione, migliorare la qualità e perseguire la massima stabilità dei prezzi di vendita.

*Valutazione grado di significatività: **SUFFICIENTE***, in quanto l'iniziativa coinvolge numerosi soggetti e vede la partecipazione di importanti aziende nazionali del settore.

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

Si tratta di una filiera lunga.

Gli investimenti a favore della produzione rappresentano il 65,4% della spesa complessiva del progetto.

Gli interventi per la trasformazione rappresentano il 26% della spesa complessiva del progetto e la qualità il restante l'8,6%.

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE***

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stato costituito un consorzio.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2030.

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, dovuto all'appartenenza all'organismo di filiera.

Emerge invece un giudizio interlocutorio per i vantaggi rispetto alla situazione precedente (per 3 è positivo e per 3 no). La maggioranza degli intervistati (4 su 6) ritiene che i contatti proseguiranno dopo la scadenza del progetto.

*Valutazione grado di stabilità: **PIU' che SUFFICIENTE***, in quanto si percepisce un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni, da rivedere nel medio termine con riferimento ai vantaggi rispetto alla situazione precedente.

### Qualità delle produzioni

Ai sensi del Reg. 1760/2000/CE inerente all'anagrafe zootecnica, all'etichettatura e alla tracciabilità delle carni bovine, ogni capo bovino viene iscritto obbligatoriamente all'anagrafe bovina, con l'istituzione di un sistema di identificazione dei bovini. Per legge la rintracciabilità diventa parametro obbligatorio.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **SUFFICIENTE***

### Promozione

Non sono stati effettuati interventi a favore della promozione.

*Valutazione grado di promozione : **NON SUFFICIENTE***

## Ricaduta del valore aggiunto su produttori

La maggioranza delle aziende contattate (4 su 6) registra aumento di fatturato e una maggiore stabilità dei prezzi.

La metà di esse segnala una maggiore sicurezza di collocamento delle produzioni.

La maggioranza delle aziende contattate (4 su 6) non registra invece aumenti di margini di guadagno e dei clienti.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **SUFFICIENTE.***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

Intervistate 6 aziende.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio positivo sull'appartenenza alla filiera.

La maggioranza delle aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

La quasi totalità delle aziende intervistate (5 su 6) percepiscono l'esperienza come positiva e sono molto consapevoli degli obiettivi della filiera.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La totalità delle aziende intervistate segnala una conoscenza degli interventi sulla qualità (controlli sul latte). Metà (3 su 6 aziende intervistate) si è inserita in un circuito di certificazione.

Per quanto riguarda la commerciabilità delle produzioni solo una delle aziende intervistate è a conoscenza del tipo di intervento effettuato.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **PIU' che SUFFICIENTE** per la qualità, **NON SUFFICIENTE** per la commerciabilità.*

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "QUALIALLEVA" presenta un risultato **sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale risultato è motivato dal buon giudizio complessivo sull'appartenenza alla filiera da parte delle aziende, e dall'intensificarsi dei contatti fra le aziende.

Sui restanti punti il progetto si attesta su un livello di sufficienza sia per l'integrazione tra gli anelli di filiera, sia sulla qualità che sulla ricaduta del valore aggiunto.

In ogni caso la maggioranza delle aziende intervistate (4 su 6) percepisce l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Sono stati evidenziati quali aspetti da migliorare, un aumento del margine dei prezzi a vantaggio dei produttori e un ruolo più attivo del Consorzio.

## 10. Filiera Suinarte

### Anagrafica Filiera Suinarte

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006 e successive modificazioni		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	2.653.983	1.002.805,60	401.122,24	877.805,62	388.955,44	331.720,47	33 %	82 %	37 %	85 %
A	1.361.636	260.000	104.000	260.000	104.000	104.000	40 %	100 %	40 %	100 %
M	876.000	778.158,25	490.764,80	558.158,25	359.764,80	-	-	-	-	-
TOT	4.891.619	2.040.963,85	995.887,04	1.695.963,87	852.720,24	435.720,47	21%	44%	25%	51%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Miglioramento della qualità del prodotto "suino umbro" attraverso la tracciabilità e rintracciabilità della filiera agroalimentare.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- 11 soggetti (di cui 5 attuatori e 6 non attuatori)
- 8 soggetti (di cui 2 attuatori e 6 non attuatori)

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 3 soggetti attuatori si sono ritirati.

#### 3. Contenuti della filiera:

La filiera opera per la qualificazione dell'ambiente che ospita il suino, la certificazione degli elementi in grado di garantire, oltre al benessere ambientale, la qualità dell'allevamento.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Regione Umbria

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Nessuno

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 6. Tipologia di produzione coinvolta:

Suini

**7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) 1.756.650,00 € annui
- b) 42.000 € annui

- Variazione rispetto al progetto iniziale: rispetto al progetto iniziale si è verificato uno scostamento di circa il 90% in parte motivato dal ritiro di 2 aziende produttrici.

**8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) 52 unità
- b) circa 30 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: sono state coinvolte circa 22 unità in meno.

**9. Incremento occupazionale previsto:**

- a) Dato non disponibile
- b) 15%

## Significatività Filiera Suinarte

**10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Miglioramento genetico, Benessere animale, Alimentazione.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Prodotti innovativi di qualità, nel rispetto dell'arte norcina umbra.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**12. Produzione :**

30 %

**13. trasformazione:**

20 %

**14. qualità:**

10 %

**15. commercializzazione:**

40 %

## Integrazione tra anelli della filiera Suinarte

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**16. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

**17. Produzione:**

- a) 3 aziende
- b) 2 aziende

- Variazione rispetto al progetto iniziale: un'azienda si è ritirata.

**18. trasformazione:**

- a) 3 aziende
- b) 2 aziende

- Variazione rispetto al progetto iniziale: un'azienda si è ritirata.

**19. commercializzazione:**

3 aziende

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**20. qualità:**

2 aziende

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**21. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

**22. Durata:**

5 anni (previsti dall'inizio dell'ATI e cioè 18/04/2005)

## Qualità

**23. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

- a) Predisposizione di manuali di rintracciabilità di tipo sanitario su ciascun anello della filiera in riferimento al Reg. 178/2002.
- b) A marzo 2006 era in corso l'attività di verifica e studio delle caratteristiche per la rintracciabilità della filiera.

Variazione rispetto al progetto iniziale: attualmente non è noto a quale stadio procedurale sia pervenuta l'attività di rintracciabilità.

**24. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Tutte le aziende coinvolte sono soggette alla Certificazione ISO della Filiera.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Non era previsto nel progetto iniziale.

## Promozione

**25. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

- a) Dato non disponibile
- b) 20 %

**26. Destinatari del prodotto:**

solo regionali

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

**27. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Il coinvolgimento è circoscritto ai partecipanti della filiera, non a soggetti esterni. Sono beneficiari oltre gli utenti che possono trovare sul portale le informazioni sul prodotto, i dettaglianti che distribuiscono un prodotto con marchio di qualità.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Suinarte

Il progetto suinarte non è andato a buon fine, pertanto il giudizio è **non sufficiente** riguardo tutti gli aspetti presi in considerazione nel percorso valutativo.

## 11. Filiera Suino tipico Umbro

### Anagrafica Filiera Suino Tipico Umbro

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6				
G	461.490	441.374,50	176.549,80	363.457,60	145.383,04	125.422,58	28 %	71 %	34 %	86 %
A	1.100.583,99	1.082.444,14	431.674,23	879.046,14	350.315,26	277.488,1	25 %	64 %	31 %	79 %
M	301.325	296.205	259.102,60	243.774	211.385,80	194.605,28	65 %	75 %	79 %	92 %
TOT	1.863.399	1.820.023,64	867.326,63	1.486.277,74	707.084,10	597.515,96	33%	69%	40%	84%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

- valorizzare le attività di allevamento, accrescimento, alimentazione, macellazione, trasformazione, stagionatura, affinamento, promozione, commercializzazione e distribuzione del suino.
- costituire un comitato per la richiesta del riconoscimento comunitario della Denominazione di Origine Protetta (DOP)
- migliorare il posizionamento sul mercato nazionale ed estero, assumendo l'obiettivo di sensibilizzare settori importanti della vendita al dettaglio e della Grande Distribuzione Organizzata
- istituire disciplinari di produzione dei salumi che codifichino gli aspetti di provenienza, modalità di allevamento ed alimentazione.
- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- a) Fanno parte della filiera 13 soggetti attuatori e 4 soggetti non attuatori
- b) Allo stato finale fanno parte della filiera 11 soggetti attuatori e 4 soggetti non attuatori .

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 2 soggetti attuatori hanno rinunciato.

#### 3. Contenuti della filiera:

- Valorizzare l'attività di produzione e di trasformazione del suino per caratterizzarne la qualità attraverso un marchio di identificazione locale.
- Diminuire l'attuale presenza diffusa e predominante della soccida negli ambiti territoriali umbri.
- Valorizzare i prodotti locali grazie ad un richiamo verso il mercato privato dei produttori dediti alla soccida.
- Variatione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Aree del Trasimeno, della valle del medio corso del Tevere e dai relativi corridoi di congiungimento, oltre ad aree dell'alta valle del Tevere, del territorio ternano e dell'eugubino gualdese

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **5. Soggetti pubblici coinvolti:**

Comunità Montana – Associazione dei Comuni “Trasimeno – Medio Tevere” quale struttura di coordinamento dell'ATI

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Suini, suinetti, cereali, frutta, olio, grano.

#### **7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) Suini e suinetti (PLV prevista all'anno di regime): € 5.987.530,00
- b) Suini e suinetti (PLV effettiva all'anno di regime): € 2.615.043,00

- Variazione rispetto al progetto iniziale: La PLV effettivamente registrata risulta inferiore a quella prevista di € 3.372.487,00 a causa del ritiro di n. 4 aziende e della produzione comunque inferiore delle aziende restanti.

#### **8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) Produzione: 28 unità  
Trasformazione: 147 unità
- b) Produzione: 28 unità  
Trasformazione: 177 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: incremento di 30 unità nella trasformazione.

#### **9. Incremento occupazionale previsto:**

- a) Non disponibile
- b) 9 unità

## Significatività Filiera Suino Tipico Umbro

#### **10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Studio di caratterizzazione delle proprietà merceologiche dei prodotti afferenti alla filiera:

- Caratterizzazione fisica, chimica, chimico-fisica e microbiologica dei prodotti
- Caratterizzazione sensoriale del prodotto.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto.

#### **11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Creazione dei presupposti per l'allevamento di suinetti e suino con alimentazione NO OGM

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

#### **12. Produzione :**

59,14%

**13. trasformazione:**

24,45%

**14. qualità:**

14%

**15. commercializzazione:**

2,40%

## Integrazione tra anelli della filiera Suino Tipico Umbro

**16. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**17. Produzione:**

- a) 9 allevatori che producono suini alimentati con mangimi NO OGM
- b) 6 allevatori che producono suini alimentati con mangimi NO OGM

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 2 aziende hanno rinunciato.

**18. trasformazione:**

- a) 4 trasformatori di carni di suino e 2 mangimifici che producono alimenti NO OGM
- b) 4 trasformatori di carni di suino e 2 mangimifici che producono alimenti NO OGM

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**19. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

**20. Durata:**

Fino alla data delle obbligazioni assunte con la firma dell'atto, in relazione della tipologia di investimento di cui è stato richiesto il contributo come da DGR 1616 del 20/11/2002 e smi

## Qualità

**21. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ricevuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). Le aziende erano già in possesso dei requisiti di conformità di cui al Reg. CE 178/2002.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **22. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

ISO 9001 e relativa formazione per un mangimificio. Predisposizione sistema HACCP per un'imprenditrice agricola. Sistema di gestione ambientale UNI EN ISO 14001/04.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **23. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

Predisposizione del dossier conforme a quanto previsto dal Reg. CEE 2081/92 per la richiesta di riconoscimento comunitario per i prodotti porchetta umbra, prosciutto umbro, salame umbro, capocollo umbro e salsiccia umbra;

Certificazione volontaria di prodotto per i prodotti porchetta umbra, prosciutto umbro, salame umbro, capocollo umbro e salsiccia umbra;

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **Promozione**

### **24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

3%.

Il centro Agroalimentare ha messo in atto un piano di marketing volto a definire il corretto posizionamento di mercato dei cinque prodotti di filiera.

E' in fase di realizzazione di un depliant che descriva le caratteristiche dei prodotti e la qualità delle carni che verrà distribuito presso macellerie, norcinerie e GDO.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

### **25. Destinatari del prodotto:**

**regionali:** macellerie, norcinerie, GDO, esercizi commerciali specializzati nella vendita di prodotti tipici e tradizionali,

**extraregionali** macellerie, norcinerie, GDO, esercizi commerciali specializzati nella vendita di prodotti tipici e tradizionali.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **Ricaduta del valore aggiunto**

### **26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Allo stato attuale sussistono ancora delle difficoltà di ordine organizzativo e produttivo circa i rapporti commerciali da costituire tra vari anelli della filiera.

## **Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Suino tipico**

### **Significatività**

ATI composto da 15 soggetti partecipanti, di cui 11 soggetti attuatori.

I soggetti sono per la metà appartenenti all'anello della produzione. 9 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA), di cui uno fuori regione.

PLV effettiva nell'anno di regime è pari a 2,6 milioni di euro, riducendosi notevolmente rispetto a quella prevista (5,9 milioni di euro) a causa del ritiro di 4 aziende.

La PLV interessata rappresenta circa il 4% della PLV totale della carne suina umbra riferita all'anno 2005.

*Valutazione grado di significatività: **SUFFICIENTE**, essendo la PLV intorno al 4%.*

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

Si tratta di una filiera lunga. I 3 anelli sono formalmente presenti. La commercializzazione si svilupperà con accordi con Confesercenti.

L'anello prevalente è quello della produzione che rappresenta il 59% della spesa complessiva.

La trasformazione rappresenta circa il 24% della spesa.

La promozione/commercializzazione rappresenta circa il 2% della spesa complessiva.

La qualità rappresenta il 14% della spesa complessiva.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio sostanzialmente positivo sui rapporti tra le aziende aderenti e l'organismo di filiera.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE**, in quanto nonostante le buone relazioni stabilite tra i soggetti attuatori, sembra piuttosto debole il rapporto con l'anello della commercializzazione.*

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un'ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare almeno fino al 2018 (scadenza impegni).

Dalle interviste emerge un giudizio positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, grazie soprattutto all'appartenenza all'organismo di filiera, nonché riguardo la trasformazione dell'organismo di filiera in soggetto giuridico. Pur se emerge qualche perplessità sui vantaggi rispetto alla situazione precedente, quasi tutti gli intervistati ritengono di che i contatti proseguiranno anche dopo la scadenza del progetto.

*Valutazione grado di stabilità: **OTTIMO** in quanto si è intensificato, è considerato vantaggioso e si intende proseguire anche dopo la chiusura del progetto..*

### Qualità delle produzioni

Tutte le imprese aderenti all'ATI hanno ricevuto il certificato di rintracciabilità di filiera (disciplinare ai sensi della norma UNI 10939/2001). Le aziende erano già in possesso dei requisiti di conformità di cui al Reg. CE 178/2002.

Un mangimificio ha effettuato la certificazione ISO 9001.

Per quanto riguarda la certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico), è stato predisposto il dossier per la richiesta di riconoscimento comunitario per i prodotti porchetta umbra, prosciutto umbro, salame umbro, capocollo umbro e salsiccia umbra.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **PIU' CHE SUFFICIENTE***

## Promozione

La promozione rappresenta il 3% della spesa complessiva.

Risulta in fase di realizzazione di un depliant che descriva le caratteristiche dei prodotti e la qualità delle carni che verrà distribuito presso macellerie, norcinerie e GDO.

Dalle interviste effettuate emerge una buona conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **SUFFICIENTE.***

## Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Allo stato attuale sussistono ancora delle difficoltà di ordine organizzativo e produttivo circa i rapporti commerciali da costituire tra vari anelli della filiera.

La quasi totalità delle aziende contattate non percepisce significativi aumenti di fatturato e dei margini di guadagno, dei clienti e della stabilità dei prezzi. Qualche segnale positivo sulla maggiore sicurezza di collocamento delle produzioni.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **NON SUFFICIENTE.***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

7 le aziende intervistate.

Tutte le aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi.

Giudizio positivo (5 su 7) sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Complessivamente le aziende percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **BUONO***

## Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La maggiorparte delle aziende intervistate segnala l'inserimento nel circuito di certificazione. Inoltre la maggiorparte di esse è a conoscenza degli interventi per la commerciabilità. peraltro in un paio di casi si segnala la non tempestiva attuazione del piano di marketing. Al contrario lamentano la non conoscenza del tipo di intervento volto al miglioramento della promozione del prodotto.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **PIU' CHE SUFFICIENTE** per la qualità, **SUFFICIENTE** per la promozione.*

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Suino tipico" presenta un risultato **sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dalla buona stabilità dei rapporti tra gli aderenti e dei contratti di fornitura e dalla consapevolezza e volontà, al di là della durata formale dell'ATI, di voler proseguire un percorso di integrazione. Tuttavia emerge l'assenza di un legame con l'anello della commercializzazione che infatti comporta una scarsa ricaduta del valore aggiunto sui produttori.

Va in ogni caso valutato positivamente che quasi tutte le aziende intervistate (6 su 7) percepiscono in ogni caso l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro. Sono emersi dalle interviste quali aspetti da migliorare la necessità di prevedere all'interno della filiera dei macellatori, nonché la presenza dell'anello commercializzazione. Inoltre diversi intervistati sottolineano la necessità di un maggior numero di adesioni.

## 12. Filiera Umbria a Tavola

### Anagrafica Filiera Umbria a Tavola

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006 e successive modificazioni		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	2.378.241,07	2.254.223,07	901.689,23	1.916.655,64	713.116,66	663.147,81	29%	73%	34%	92%
A	1.929.279,70	1.929.279,70	872.717,64	1.900.016,40	872.717,64	610.270,46	31%	69%	32%	69%
M	289.000,00	289.000,00	265.200,00	198.121,18	183.732,94	162.499,75	56 %	61%	82%	88%
TOT	4.596.520,77	4.472.502,77	2.039.606,87	4.014.793,22	1.769.567,24	1.435.918,02	32%	70%	35%	81%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Svolgere un ruolo calmierante sui prezzi.

Migliorare rapporto qualità/prezzo.

Promuovere la produzione autoctona, la rintracciabilità e la valorizzazione del prodotto con la creazione dell' Agromercato comune.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: gli obiettivi/finalità del progetto iniziale coincidono con quello del progetto finale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

Inizialmente facevano parte della filiera 20 imprese, allo stato finale ne fanno parte 17 .

- Variatione rispetto al progetto iniziale: 3 aziende e 1 consorzio si sono ritirati e 1 azienda è subentrata ad una ritirata.

#### 3. Contenuti della filiera:

Coordina l'organizzazione dei punti vendita aziendali in una rete resa riconoscibile da un marchio, progetta e gestisce servizi al fine di favorire la vendita diretta dei prodotti.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: i contenuti del progetto iniziale coincidono con quello del progetto finale.

#### 4. Ambito territoriale:

Esclusivamente regionale.

- Variatione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Nessuno

#### 6. PLV (Produzione agricola coinvolta in termini di valore) :

- La PLV nell'anno precedente alla domanda è stata di 2.831.339,77 euro e nell'anno di regime è stata prevista per 3.359.861,2 euro.
- La PLV effettivamente prodotta nell'anno di regime è di 4.222.491 euro.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: E' stata prodotta il 21% di PLV in più rispetto al previsto.

#### **7. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) Nel progetto iniziale era previsto il coinvolgimento di 29 unità.
- b) Nel progetto finale risulta che sono state coinvolte 26 unità.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: sono state coinvolte 3 unità in meno rispetto a quanto era stato previsto

#### **8. Incremento occupazionale previsto:**

1%

### **Significatività Filiera Umbria a tavola**

#### **9. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Non ci sono stati investimenti dedicati alla ricerca e sperimentazione.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Non erano previsti nel progetto iniziale.

#### **10. Innovazioni di processo e/o di prodotto.**

E' stato effettuato un percorso di innovazione per 8 prodotti dal Parco Tecnologico dell'Umbria

#### **☒ % sulla spesa complessiva della filiera:**

#### **11. Produzione :**

Gli investimenti destinati alla produzione erano previsti per il risanamento igienico sanitario dei siti produttivi, per migliorare la qualità e la sicurezza del prodotto e per l'acquisto di strutture, impianti, attrezzature e macchine.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: E' stato realizzato quanto previsto dal progetto iniziale con una % di spesa complessiva del 42%

#### **12. trasformazione e commercializzazione:**

Gli investimenti destinati alla trasformazione e commercializzazione erano previsti per l'acquisto di:

- macchinari per il settore ortofrutticolo e delle carni,
- strutture e strumentazioni per l'attività di vendita,
- immobili per la lavorazione e per la vendita dei prodotti agricoli

- Variazione rispetto al progetto iniziale: L'Az. Agr. Luchetti Basilio e Claudio non ha realizzato gli investimenti previsti. Tutte le altre aziende hanno realizzato ciò che era previsto nel progetto iniziale con una % di spesa complessiva del 52%.

#### **13. qualità:**

1%

## Integrazione tra anelli della filiera Umbria a tavola

### 14. Tipologia di filiera (corta o lunga):

corta

- Anelli della filiera coinvolti(riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**15. Produzione:** 17 attuatori 3 non attuatori

**16. trasformazione:** 21 attuatori 3 non attuatori

**17. commercializzazione:** 21 attuatori 3 non attuatori

**18. totale :** 21 attuatori 3 non attuatori

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

### 19. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):

Consorzio.

**20. Durata:** 31/12/30

## Qualità

### 21. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità.

Il consorzio produttori carni ha avviato e concluso l'iter per introdurre il sistema di tracciabilità e rintracciabilità secondo la norma UNI 10939.2001.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

### 22. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)

- Nel progetto iniziale era previsto l'introduzione di sistemi di certificazione e controllo, quali le spese per la realizzazione di piani di autocontrollo igienico sanitario secondo il metodo HACCP e l'introduzione di sistemi di certificazione della catena alimentare.
- Non ci sono imprese assoggettate a sistemi di certificazione

- Variazione rispetto al progetto iniziale: Dal progetto finale nn risulta effettuata la certificazione secondo il metodo HACCP.

### 23. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):

- Nel progetto iniziale era prevista una spesa di 20.000 euro per la prima certificazione volontaria del prodotto
- 8 aziende su 12 producono prodotti certificati.

## Promozione

### 24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):

- a) Nel progetto iniziale era previsto il 2,01 sulla spesa totale da destinare alla pianificazione di progetti di marketing.
  - b) Nel progetto finale risultato essere stato utilizzato il 2% per la promozione del prodotto.
- Variazione rispetto al progetto iniziale: la previsione del progetto iniziale è stata mantenuta nel progetto finale.

### 25. Destinatari del prodotto:

Solo regionali

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

### 26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione :

La filiera coinvolge solo produttori regionali.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Umbria a Tavola

### Significatività

ATI composto da numerosi soggetti (24 di cui 17 attuatori), in gran parte appartenenti a tutti e tre gli anelli della filiera. Si tratta di una filiera volta a organizzare un sistema di punti vendita presso i produttori, riconoscibile da un marchio. Coinvolto un vasto territorio regionale di 8 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV nell'anno precedente alla domanda è stata di 2.831.339,77 euro e nell'anno di regime è stata prevista per 3.359.861,2 euro.

La PLV effettivamente prodotta nell'anno di regime è di 4.222.491 euro.

*Valutazione grado di significatività:* **SUFFICIENTE**, in quanto anche se in termini quantitativi si tratta di un progetto non molto significativo, essendo un progetto di nicchia, è buona l'idea. Va rilevato comunque che la PLV delle aziende coinvolte è significativamente aumentata (21% in più rispetto al previsto).

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti. Si tratta di una filiera corta. Tutti i soggetti coinvolti sono contemporaneamente produttori, trasformatori e commercializzatori.

Gli interventi a favore della produzione rappresentano il 47% della spesa complessiva, quelli a favore della trasformazione e commercializzazione rappresentano circa il 48% mentre la promozione rappresenta circa l'1% e la qualità il 4%.

Dalle interviste effettuate emerge che tutte le aziende hanno intensificato i contatti e percepiscono vantaggi dall'appartenenza all'organismo di filiera e dalla integrazione degli anelli e fra le aziende stesse.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **PIU' CHE BUONO***

#### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stato costituito un Consorzio.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2030.

Tutte le aziende intervistate conoscono molto bene il legame previsto dall'organismo di filiera, ritengono vantaggiosa una sua trasformazione in un soggetto giuridico stabile ed hanno intensificato i contatti tra le aziende stesse, attribuendone il merito all'organismo di filiera.

*Valutazione grado di stabilità: **OTTIMO***

#### Qualità delle produzioni

Il consorzio produttori carni ha avviato e concluso l'iter per introdurre il sistema di tracciabilità e rintracciabilità secondo la norma UNI 10939.2001.

Riguardo invece alla certificazione, non è stata rispettata la previsione iniziale dell'introduzione di sistemi di certificazione e controllo secondo il metodo HACCP.

8 aziende su 12 producono prodotti certificati.

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **BUONO**, in quanto introdotto il sistema di tracciabilità e rintracciabilità per un consorzio produttori carni, nonché la certificazione per 8 aziende su 12.*

#### Promozione

Dalle interviste effettuate emerge una non sufficiente conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **NON SUFFICIENTE.***

#### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Le aziende coinvolte sono locali, quindi il valore aggiunto resta tutto all'interno del territorio.

Le aziende contattate anche se non registrano in complesso significativi aumenti di fatturato e di margini di guadagno, sono molto fiduciosi nelle opportunità future, la maggioranza di esse segnala invece una maggiore sicurezza di collocamento delle produzioni e una maggiore stabilità dei prezzi..

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **PIU' CHE SUFFICIENTE** con buone prospettive di miglioramento*

#### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

4 le aziende intervistate.

Tutte le aziende intervistate conoscevano fin dall'inizio contenuti, vantaggi e obblighi derivanti dall'adesione al progetto integrato. Tutte hanno aderito al progetto in quanto opportunità di ottenere pubblici sussidi, ma avrebbero comunque aderito.

Giudizio positivo sia sull'assistenza a livello tecnico professionale, sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto e sul coordinamento dell'organismo di filiera.

Complessivamente le aziende percepiscono l'esperienza come molto positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **OTTIMO**.*

Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

Tutte le aziende intervistate segnalano di essere a conoscenza degli interventi effettuati dal PTA e 3 su 4 di essersi inseriti in un circuito di certificazione.

Solo 1 azienda intervistata è a conoscenza di interventi effettuati dal Centro agroalimentare dell'Umbria.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **BUONO** per la qualità e certificazione; **NON SUFFICIENTE** per la commercializzazione.*

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Umbria a tavola" presenta un risultato **più che sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dalla elevata stabilità e natura dei rapporti tra le aziende e l'organismo di filiera e del grado di integrazione raggiunto, nonché dalla introduzione di un sistema di tracciabilità e rintracciabilità e dalla certificazione avviata da una buona parte delle aziende coinvolte.

Quali elementi di criticità si rilevano la non elevata quantità di PLV coinvolta e l'ancora non elevata ricaduta di valore aggiunto sulle aziende partecipanti, anche se si registrano significativi incrementi di PLV e un atteggiamento fiducioso da parte delle aziende intervistate.

Infatti tutte le aziende intervistate (4) percepiscono l'esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Come aspetti da migliorare sono emersi innanzitutto l'eccessiva burocrazia e la utilità di implementare punti vendita nei maggiori centri abitati.

## 13. Filiera Umbra del Tartufo

### Anagrafica Filiera Umbria del Tartufo

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	340.415,04	306.552,80	122.621,12	306.552,80	122.621,12	19.700,1	6%	16%	6%	16%
A	2.624.489,10	2.624.489,10	1.199.335,45	2.599.835,10	1.187.608,45	533.619,6	20%	44%	20%	44%
M	408.750	398.710	375.910	175.480	175.480	129.349,8	32%	34%	73%	73%
TOT.	3.373.654,14	3.329.751,90	1.697.866,57	3.081.867,90	1.485.709,57	682.669,50	20%	40%	22%	46%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Realizzazione di misure di rafforzamento delle imprese di produzione e trasformazione, sia con interventi individuali che orizzontali. Valorizzazione e tutela del prodotto.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- Hanno sottoscritto l'ATI 63 imprese di cui 46 hanno presentato domanda per investimenti all'interno delle misure (a) (g) ed (m) più il Parco Tecnologico Agroalimentare e il Centro Agroalimentare che hanno presentato progetti all'interno della misura (m).
  - A rendicontazione hanno portato a termine gli investimenti 23 aziende e il Parco Tecnologico Agroalimentare. Il Centro Agroalimentare non ha realizzato il suo piano di investimenti.
- Variazione rispetto al progetto iniziale: 23 aziende non hanno rendicontato le spese e il Centro Agroalimentare non ha realizzato il piano degli investimenti.

#### 3. Contenuti della filiera:

Le aziende hanno puntato al miglioramento quali-quantitativo della produzione, della trasformazione e della commercializzazione del tartufo, per incrementare i redditi. Gli investimenti hanno riguardato soprattutto la realizzazione di nuovi impianti tartufigeni e il miglioramento delle dotazioni aziendali

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

- Dato non disponibile
  - Approvvigionamento e trasformazione in ambito regionale, il mercato di sbocco è anche nazionale
- Variazione rispetto al progetto iniziale:

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Comunità Montana Monte Subasio e C.M. Alto Chiascio.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Tartufi

**7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

- a) Dato non disponibile
- b) Le produzioni annue di tartufi possono subire variazioni in termini di quantità e prezzo. Inoltre la produzione è stagionale e il prezzo è legato alla disponibilità di mercato.

- Variazione rispetto al progetto iniziale:

**8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

- a) Dato non disponibile
- b) 29 unità

**9. Incremento occupazionale previsto:**

Dato non disponibile

**Significatività Filiera Umbria del Tartufo**

**10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Dato non disponibile

**11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

- a) Dato non disponibile
- b) Applicazione di standards qualitativi in tema di impianto (con la stesura da parte dell'Università degli Studi di Perugia di un manuale per la corretta gestione della tartufaia), utilizzazione di materiale genetico certificato, assistenza tecnica qualificata, certificazione volontaria di prodotto.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**12. Produzione :**

81%

**13. trasformazione:**

3%

**14. qualità:**

8%

**15. commercializzazione:**

## Integrazione tra anelli della filiera Umbria del Tartufo

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**16. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Il mercato del tartufo fresco rappresenta una filiera corta, mentre quello del prodotto trasformato in genere è una filiera lunga.

**17. Produzione:**

20 imprese

**18. trasformazione:**

2 imprese

**19. qualità:**

10 aziende hanno partecipato al corso di formazione finanziato all'interno della misura (m), più la 3A PTA.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**20. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

**21. Durata:**

Dal 15/04/2005 al 31/12/2018

## Qualità

**22. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Dato non disponibile

**23. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Dato non disponibile

**24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

- a) Dato non disponibile.
- b) Predisposizione di un dossier per la richiesta di DOP per il tartufo nero e bianco dell'Umbria.

## Promozione

**24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

Dato non disponibile

## 25. Destinatari del prodotto:

50% regionali e 50% extraregionali.

## Ricaduta del valore aggiunto

### 26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:

Per quanto riguarda il prodotto fresco, il produttore è allo stesso tempo commercializzatore, pertanto è direttamente e totalmente coinvolto in quest'ultima fase. Nel prodotto trasformato, il produttore invece ha un coinvolgimento più limitato, dal momento che all'interno della filiera le aziende che trasformano il tartufo sono in numero limitato.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Umbria del tartufo

La valutazione della presente filiera viene effettuata anche se non sono stati rispettati i parametri di ammissibilità previsti nel bando (gli aiuti sono stati liquidati a valere sulle procedure del PSR per le singole misure). Ciò in relazione al fatto che i componenti dell'Organismo di filiera continuano ad operare insieme.

### Significatività

ATI composto da 63 soggetti partecipanti di cui 23 soggetti attuatori.

Coinvolto un vasto territorio regionale. Molti i comuni coinvolti.

Sarebbe interessante avere dati sulla PLV.

*Valutazione grado di significatività: **SUFFICIENTE**, in quanto numerosi i soggetti coinvolti.*

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti.

Il mercato del tartufo fresco rappresenta una filiera corta, mentre quello del prodotto trasformato in genere è una filiera lunga.

Gli interventi a favore della produzione rappresentano 82% della spesa complessiva del progetto, quelli per la trasformazione circa il 10% mentre la qualità rappresenta l'8%.

Dalle interviste effettuate emerge che le aziende conoscono il legame esistente, ma non hanno intensificato i contatti.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE***

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stato costituita un ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2018.

Tutte le aziende intervistate conoscono il legame previsto dall'organismo di filiera, metà di esse ritiene vantaggiosa una sua trasformazione in un soggetto giuridico stabile. Quasi tutte (3 su 4) ritengono che non si sono intensificati i contatti tra le aziende stesse, e non percepiscono vantaggi rispetto alla situazione precedente.

*Valutazione grado di stabilità: **SUFFICIENTE** anche se pesa negativamente il giudizio non positivo sull'intensificarsi dei contatti.*

### Qualità delle produzioni

E' stato predisposto un dossier per la richiesta di DOP per il tartufo nero e bianco dell'Umbria.

10 aziende hanno partecipato al corso di formazione finanziato all'interno della misura (m), più la 3A PTA

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **NON SUFFICIENTE***

### Promozione

Il Centro agroalimentare non ha realizzato il piano investimenti previsto.

Dalle interviste effettuate emerge una non conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione : **NON SUFFICIENTE.***

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

La quasi totalità delle aziende intervistate (3 su 4) non registra né aumenti di fatturato, né di margini di guadagno, né una maggiore sicurezza di collocamento delle produzioni, né una maggiore stabilità dei prezzi.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **INSUFFICIENTE***

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

4 le aziende intervistate.

Tutte le aziende intervistate conoscevano fin dall'inizio contenuti, vantaggi e obblighi derivanti dall'adesione al progetto integrato. Quasi tutte (3 su 4) hanno aderito al progetto in quanto opportunità di ottenere pubblici sussidi; in ogni caso la metà avrebbe comunque aderito comunque.

Giudizio positivo sia sull'assistenza a livello tecnico professionale, sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto e sul coordinamento dell'organismo di filiera.

Complessivamente le aziende percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO.***

### Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

Solo metà delle aziende intervistate (2 su 4) segnala di essere a conoscenza degli interventi effettuati dal PTA e solo una si è inserita in un circuito di certificazione.

Nessuna azienda intervistata è a conoscenza di interventi effettuati dal Centro agroalimentare dell'Umbria.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **NON SUFFICIENTE***

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera “Umbria del tartufo” presenta un risultato **non sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dalla appena sufficiente stabilità e natura dei rapporti tra le aziende e l’organismo di filiera e del grado di integrazione raggiunto, e dal buon giudizio generale sull’appartenenza alla filiera.

Su di esso pesano negativamente sia la insufficiente ricaduta di valore aggiunto sui produttori, sia la scarsità delle informazioni ricavabili dalla domanda di presentazione del progetto, che si limitano al solo elenco delle ditte con l’intenzione di partecipare.

In ogni caso tutte le aziende intervistate (4) percepiscono l’esperienza come positiva e da ripetere in futuro, anche se lamentano un coordinamento non sufficiente da parte dell’organismo preposto e la poca attenzione alla necessità di attivare canali di promozione per l’estero.

## 14. Filiera Umbria del Vino

### Anagrafica Filiera Umbria del Vino

MISURE	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	2.518.364,86	2.518.364,86	995.545,94	2.029.455,10	804.975,24	689.941,4	27 %	69 %	33 %	85 %
A	1.049.130,64	1.049.130,64	319.273,23	869.766,58	264.876,05	243.001,27	23 %	76 %	27 %	91 %
M	1.095.110	1.085.110	907.110	744.610	624.610	559.392,37	51 %	61 %	75 %	89 %
TOT	4.662.605,50	4.652.605,50	2.221.929,17	3.643.831,68	1.694.461,29	1.492.335	32%	67%	41%	88%

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Diffusione del prodotto vino di qualità umbro su mercati nuovi o da sviluppare.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- Partecipano direttamente all'organismo di filiera 17 soggetti (16 attuatori e 1 non attuatore).
- Partecipano direttamente all'organismo di filiera 16 soggetti (15 e 1 non attuatore).

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 1 azienda ha rinunciato.

#### 3. Contenuti della filiera:

Integrazione tra i diversi anelli produzione, trasformazione, commercializzazione, al fine di migliorare la qualità del prodotto vino umbro.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Intero territorio Regionale. I soggetti coinvolti nelle azioni verticali sono ubicati in particolare nel comprensorio orvietano - tuderte - ternano

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 6. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):

Circa € 1.000.000,00

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 7. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):

66 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **8. Incremento occupazionale previsto:**

3 unità

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## **Significatività Filiera Umbria del Vino**

#### **9. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

L'azione svolta dal 3A Parco Tecnologico Agroalimentare ha avuto come scopo un programma tecnico che si è esplicitato nelle fasi di studio (es. delle tipologie più rappresentative di vitigni anche autoctoni che garantiscono la tipicità), di prove pratiche e dimostrative inerenti operazioni di campo, di elaborazione dei dati raccolti per arrivare alla stesura di un protocollo di qualità cui volontariamente aderire

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **10. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Razionalizzazione del processo produttivo, riduzione dei costi di produzione e adeguamenti strutturali attraverso investimenti nel settore della meccanizzazione e delle opere edili, con miglioramenti qualitativi del prodotto; realizzazione di sistemi di certificazione e controllo, a garanzia del prodotto e valorizzazione dello stesso.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### **% sulla spesa complessiva della filiera**

##### **11. Produzione :**

- a) 19,7 %
- b) 22,17%

- Variazione rispetto al progetto iniziale: nel progetto finale la spesa è circa il 3 % in più.

##### **12. trasformazione:**

57,2%

##### **13. qualità:**

3,89%

##### **14. commercializzazione:**

16,74%

## **Integrazione tra anelli della filiera Umbria del Vino**

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**15. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

**16. Produzione:**

- a) 12 soggetti attuatori e 1 non attuatore
- b) 11 soggetti attuatori e 1 non attuatore

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 1 azienda si è ritirata.

**17. trasformazione:**

2 soggetti attuatori

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**18. commercializzazione:**

1 soggetto attuatore

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**19. qualità:**

2 soggetti attuatori

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**20. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

**21. Durata:**

Fino al 18/04/2020

## Qualità

**22. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Nessuna

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**23. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

Solo una cantina possiede la certificazione di tipo ISO

**24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**

La certificazione del prodotto a d.o.c. interessa tutti i partecipanti alle azioni verticali, oltre che direttamente il consorzio tutela vini di orvieto e il centro agroalimentare dell'umbria.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Promozione

### 24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):

16,74 % della spesa complessiva della filiera

### 25. Destinatari del prodotto:

100% extraregionali

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale

## Ricaduta del valore aggiunto

### 26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:

La filiera coinvolge solo produttori locali.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Filiera Umbria del Vino

### Significatività

ATI composto da 16 soggetti partecipanti, di cui 15 attuatori, in gran parte appartenenti all'anello della produzione. Coinvolto l'intero territorio regionale, in particolare i soggetti coinvolti nelle azioni verticali sono ubicati nel comprensorio orvietano - tuderte – ternano.

14 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV interessata rappresenta meno del 2% della PLV totale di uva e vino in Umbria riferita all'anno 2005.

*Valutazione grado di significatività: **PIU' CHE SUFFICIENTE.***

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

I 3 anelli sono formalmente presenti. Si tratta di una filiera lunga in cui i soggetti produttori trasferiscono l'uva a due cantine che provvedono alla trasformazione e alla commercializzazione, anche in accordo con un altro gruppo di aziende collegate alle azioni orizzontali mediante accordi scritti con l'impresa capofila. Il Consorzio di tutela Vini di Orvieto, ha svolto attività di controllo di conformità del prodotto e verifica della tracciabilità.

L'anello prevalente è quello della trasformazione che rappresenta il 56% della spesa complessiva.

La produzione rappresenta circa il 24% della spesa.

La promozione/commercializzazione rappresenta circa il 16% della spesa complessiva.

La qualità rappresenta circa il 4% della spesa complessiva.

Dalle interviste effettuate emerge un giudizio positivo sui rapporti tra le aziende aderenti.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE**, perché pur emergendo un giudizio positivo sui rapporti tra le aziende, essi sembrano caratterizzati da semplici rapporti di fornitura. Tra l'altro va rilevato che la stragrande maggioranza delle aziende ha aderito al progetto quale opportunità per rinnovare i macchinari.*

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino al 2020.

Tutte le aziende intervistate evidenziano una intensificazione dei contatti tra le aziende stesse e ne attribuiscono il merito all'organismo di filiera. Solo la metà è favorevole ad una trasformazione dell'organismo di filiera in un soggetto stabile, solo una azienda ha percepito vantaggi rispetto alla situazione precedente.

Sulla prosecuzione dei contatti una volta terminati i vincoli temporali solo una minoranza ritiene che continueranno, mentre molti sono incerti.

*Valutazione grado di stabilità: **NON SUFFICIENTE**, tenendo soprattutto presente l'incertezza di molti sulla continuazione delle relazioni dopo la conclusione del progetto, anche se va notato che tutti evidenziano una intensificazione dei contatti, attribuendone il merito all'organismo di filiera.*

### Qualità delle produzioni

Le attività di tracciabilità e di rintracciabilità non erano previste nel progetto iniziale.

Per la certificazione di tipo ISO solo una cantina la possiede, mentre la certificazione di prodotto DOC interessa tutti i partecipanti alle azioni verticali.

Il progetto prevede, nell'ambito della certificazione di qualità DOC, la stesura di un protocollo di qualità cui volontariamente aderire

*Valutazione grado di Qualità delle produzioni: **PIU' CHE SUFFICIENTE***

### Promozione

Dalle interviste effettuate emerge una conoscenza quasi nulla da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione, in quanto si tratta di soci conferenti. Alla promozione si interessa il CDA della cooperativa. In ogni caso le azioni per la promozione hanno interessato una parte rilevante del progetto.

*Valutazione grado di promozione: **PIU' che SUFFICIENTE.***

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Le aziende coinvolte sono locali (solo una è in provincia di Viterbo), quindi il valore aggiunto resta sostanzialmente all'interno del territorio.

La quasi totalità delle aziende contattate non ha risposto ai quesiti sul tema in quanto si limita a conferire l'uva alla cantina sociale. Quelle che hanno risposto (2) segnalano un aumento di fatturato.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto: **SUFFICIENTE** in relazione al fatto che si tratta di cooperativa*

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

Intervistate 8 aziende.

La quasi totalità delle aziende intervistate conosceva fin dall'inizio contenuti, vantaggi e obblighi derivanti dall'adesione al progetto integrato. La totalità di esse ha aderito al

progetto in quanto opportunità di ottenere pubblici sussidi, ma la maggioranza avrebbe aderito in ogni caso.

Giudizio positivo sia sull'assistenza a livello tecnico professionale, sul coordinamento del soggetto capofila e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera: **PIU' CHE BUONO.***

Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La quasi totalità delle aziende intervistate segnalano di non essere a conoscenza degli interventi effettuati dal PTA e dal Centro agroalimentare dell'Umbria. La maggioranza delle aziende intervistate non è inserita in un circuito di certificazione.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali: **NON SUFFICIENTE** sia per la promozione che per la commercializzazione. Va comunque considerato che, trattandosi di una cooperativa, i singoli soci possono non essere a conoscenza del dettaglio delle strategie di mercato .*

#### **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera "Umbria del vino" presenta un risultato **sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dal fatto che il livello della ricaduta di valore aggiunto sui produttori non è ben individuabile nella fase immediatamente successiva la realizzazione del progetto. In ogni caso è emerso un giudizio positivo delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera e sull'esperienza complessivamente svolta. Inoltre, tenuto conto della lunga durata della cooperativa, le incertezze che emergono in questa prima fase potrebbero nel tempo evolvere positivamente.

Come aspetti da migliorare sono emersi soprattutto l'eccessiva burocrazia.

## 15. Filiera Vini di Montefalco

### Anagrafica Filiera Vini di Montefalco

MISUR E	DGR M. 275/2006			DGR M. 862/2006		Liquidazione finale	6/2	6/3	6/4	6/5
	Spesa richiesta	Spesa ammessa	Contributo ammissibile	Spesa rimodulata ammissibile	Contributo rimodulato ammissibile	Contributo liquidato/da liquidare				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
G	231.500	231.500	92.600	231.500	92.600	82.426	35 %	89 %	35 %	89 %
A	1.064.203,76	1.064.203,76	461.378,28	829.773,08	361.480,02	236.295,37	22 %	51 %	28 %	65 %
M	826.021,00	791.460,64	723.848,14	509.703,32	479.403,32	473.737,60	59 %	65 %	92 %	99 %
TOT	2.121.725	2.087.164	1.277.826	1.570.976,4	933.483	792.459	38%	62 %	50 %	85 %

**Misura G:** ammodernamento e rafforzamento delle strutture di trasformazione e commercializzazione.

**Misura A:** investimenti nelle aziende agricole

**Misura M:** creazione di sistemi di certificazione e controllo, per la realizzazione di progetti e servizi finalizzati alla commercializzazione di prodotti agricoli di qualità

#### 1. Obiettivo/Finalità del progetto (punto 2.1.1.):

Razionalizzazione degli interventi tecnici per ridurre i costi di produzione e migliorare la qualità di prodotto; incremento della qualità delle produzioni; miglioramento del processo di trasformazione; aumento della sicurezza e dell'informazione del consumatore; garantire l'equilibrio tra domanda e offerta; miglioramento delle strutture e delle dotazioni aziendali; realizzazione di sistemi informativi per le attività di controllo.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 2. Numero di imprese/Enti che partecipano all'organismo di filiera (1.17):

- Hanno aderito all'ATI 24 soggetti di cui: 21 produttori di base (di cui 13 soggetti attuatori) e Consorzio di Tutela Vini Montefalco, 3A PTA, Centro Agroalimentare
- Nella relazione finale risultano 11 soggetti attuatori.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 2 soggetti attuatori hanno rinunciato.

#### 3. Contenuti della filiera:

Il progetto di filiera ha riguardato la realizzazione di investimenti aziendali per il rafforzamento delle dotazioni e per l'adeguamento e la realizzazione di nuove strutture. E' stato effettuato uno studio di fattibilità e progettazione del servizio di monitoraggio del territorio a supporto della difesa fitosanitaria e uno studio di caratterizzazione e normalizzazione delle proprietà merceologiche con particolare riguardo alle sostanze fenoliche ed alla sicurezza alimentare

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

#### 4. Ambito territoriale:

Intero territorio del comune di Montefalco, parte dei territori comunali di Giano dell'Umbria, Gualdo Cattaneo, Castel Ritaldi e Bevagna.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

#### 5. Soggetti pubblici coinvolti:

Nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**6. Tipologia di produzione coinvolta:**

Uva

**7. Produzione Lorda Vendibile (Produzione agricola coinvolta in termini di valore):**

n.d.

- Variazione rispetto al progetto iniziale:

**8. Personale coinvolto 9.2.d. (anno a regime):**

Nel settore produzione sono coinvolte 161 unità lavorative; nel settore trasformazione ne sono previste 15.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**9. Incremento occupazionale previsto:**

Si prevede l'incremento di circa 38 unità lavorative.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Significatività Filiera Vini di Montefalco

**10. Investimenti dedicati alla ricerca e alla sperimentazione:**

Nessuno

- Variazione rispetto al progetto iniziale: non erano previsti nel progetto iniziale

**11. Innovazioni di processo e/o di prodotto:**

Studi sulla sicurezza alimentare; studio sulle sostanze fenoliche; attività di formazione e supporto tecnico per attuare la difesa delle produzioni e limitare perdite e deterioramento del prodotto.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

**% sulla spesa complessiva della filiera**

**12. Produzione :**

50 %

**13. trasformazione:**

14 %

**14. qualità:**

26 %

**15. commercializzazione:**

10 %

## Integrazione tra anelli della filiera Vini di Montefalco

- Anelli della filiera coinvolti (riportare numero dei soggetti ruolo e compiti dei soggetti compresi nel contratto di filiera):**

**16. Tipologia di filiera (corta o lunga):**

Lunga

**17. Produzione:**

- a) 12 aziende agricole.
- b) 10 aziende agricole

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 2 aziende si sono ritirate.

**18. trasformazione:**

- a) 11 aziende agricole.
- b) 9 aziende agricole

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 2 aziende si sono ritirate.

**19. commercializzazione:**

- a) 11 aziende agricole.
- b) 9 aziende agricole

- Variazione rispetto al progetto iniziale: 2 aziende si sono ritirate.

## Natura e stabilità dei contratti di fornitura

**20. Forma giuridica dell'organismo di filiera (ATI o Cooperative):**

ATI

**21. Durata:**

Fino alla estinzione di tutte le obbligazioni assunte e alla data dell'avvenuta erogazione del saldo finale di finanziamento.

## Qualità

**22. Ci sono attività per individuare la tracciabilità e quante sono le imprese assoggettate alla tracciabilità e rintracciabilità:**

Non era previsto nel progetto iniziale.

**23. Certificazione dell'azienda; ci sono e quante sono le imprese assoggettate a sistemi di certificazione? (tipo ISO)**

- a) Certificazione ISO 9000 del Consorzio
- b) Non è stata effettuata la certificazione Iso 9000. 2 aziende hanno implementato il sistema HACCP

- Variazione rispetto al progetto iniziale: non è stato rispettato il progetto iniziale.

**24. Certificazione del prodotto (DOP, IGP, IGT, DOC, DOCG, biologico):**  
DOC Rosso di Montefalco e DOCG Sagrantino di Montefalco.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come da progetto iniziale.

## Promozione

**24. % di spesa per la promozione (investimenti per conferire la massima visibilità al prodotto):**

- ideazione ed elaborazione di progetti di marketing; fiere ed educational aventi lo scopo di far conoscere le peculiarità e le produzioni di qualità di Montefalco.
  - Il Centro Agroalimentare dell'Umbria ha realizzato attività volte a strutturare delle relazioni e delle collaborazioni a fini commerciali all'interno del settore Vitivinicolo dell'area identificata dalla zona DOC e DOCG Montefalco per avviare un programma di commercializzazione comune tra le varie aziende facenti parte della filiera. Le azioni realizzate sono state finalizzate al potenziamento dell'integrazione tra gli attori del sistema agroalimentare Regionale. Questi obiettivi proposti all'inizio del progetto sono stati raggiunti tramite azioni di conquista di nuove quote di mercato, per i prodotti umbri di qualità e attraverso il consolidamento delle posizioni di mercato per i prodotti già affermati.
- Variazione rispetto al progetto iniziale: dalla relazione finale non risulta in modo esplicito la realizzazione di fiere ed educational previsti dal progetto iniziale.

**25. Destinatari del prodotto:**

Al mercato italiano è destinato il 30% del prodotto (di cui il 35 % è destinato al mercato umbro), a quello comunitario è destinato il 20% e a quello extracomunitario il 15% del prodotto.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Ricaduta del valore aggiunto

**26. Coinvolgimento dei produttori locali nelle fasi di trasformazione e/o commercializzazione:**

Gli interventi proposti dal progetto di filiera hanno rilevanza regionale al 100%. Il valore aggiunto ricade direttamente sui produttori perché ciascuno trasforma e commercializza il proprio prodotto.

- Variazione rispetto al progetto iniziale: come previsto dal progetto iniziale.

## Giudizio di sintesi qualitativa: Vini di Montefalco

### Significatività

ATI composto da numerosi soggetti (24), per la quasi totalità appartenenti all'anello della produzione e concentrati nell'area territoriale del comune di Montefalco e limitrofi. 5 comuni coinvolti (senza considerare PTA e CAA).

La PLV interessata rappresenta un valore significativo della PLV totale del vino di qualità dell'Umbria.

*Valutazione grado di significatività: **BUONO.***

### Integrazione dei 3 anelli della filiera

Si tratta di una filiera corta (tutti i soggetti attuatori sono coinvolti nella trasformazione e nella commercializzazione), di tipo orizzontale in quanto tutti i soggetti operano come produttori, trasformatori e commercializzatori. L'interesse risiede nel miglioramento dell'assistenza tecnica, nel marketing e nell'incremento di qualità delle produzioni DOC e DOCG dei vini di Montefalco. L'anello prevalente è quello della produzione che rappresenta il 53% della spesa complessiva del progetto.

La trasformazione rappresenta circa il 15%, gli interventi per la promozione rappresentano circa il 7% mentre per la qualità è stato speso il 26% dell'ammontare complessiva del progetto

La qualità rappresenta della spesa complessiva. Tuttavia, rispetto al progetto iniziale che prevedeva la certificazione ISO 9000 da parte del consorzio, ci si è limitati a implementare il sistema HACCP limitatamente a 2 aziende.

Dalle interviste emerge un giudizio non molto positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera e per i vantaggi rispetto alla situazione precedente.

*Valutazione grado di Integrazione della filiera: **SUFFICIENTE.***

### Natura e stabilità dei contratti di fornitura

E' stata costituita un'ATI.

L'accordo di cooperazione è previsto durare fino alla estinzione di tutte le obbligazioni assunte a partire dalla data di erogazione del saldo finale (2018). Per tale motivo molti intervistati non conoscono la durata dello stesso.

Dalle interviste emerge un giudizio non molto positivo riguardo all'intensificarsi delle relazioni tra le aziende partecipanti, così come per l'appartenenza all'organismo di filiera e per i vantaggi rispetto alla situazione precedente. Emerge tuttavia una qualche attenzione per la trasformazione dell'organismo di filiera in soggetto giuridico. Ciononostante, una gran parte degli intervistati ritengono che i contatti proseguiranno anche dopo la scadenza degli impegni derivanti dal progetto.

*Valutazione grado di stabilità: **NON SUFFICIENTE** in quanto sembrerebbe legato alla sola realizzazione del progetto, anche se, nonostante diverse perplessità sull'appartenenza all'organismo di filiera, diversi ritengono che i contatti proseguiranno in futuro.*

### Qualità delle produzioni

Le azioni svolte per il miglioramento della qualità delle produzioni (già DOC e DOCG) sono state espletate con due progetti collettivi e precisamente:

- “studio di fattibilità e progettazione di un servizio di monitoraggio a favore della difesa fitosanitaria”;
- “studio di caratterizzazione e normalizzazione di proprietà merceologiche con particolare riguardo alle sostanze fenoliche e sicurezza alimentare”

Inoltre due aziende hanno implementato il sistema HACCP

*Valutazione grado di qualità delle produzioni:* **BUONO.**

### Promozione

La promozione rappresenta il 7% della spesa complessiva del progetto. Rispetto alla previsione iniziale di elaborazione di progetti di marketing e alla realizzazione di fiere ed educational, dalla relazione finale non risultano svolte o non sufficientemente evidenziate, le attività relative a fiere ed educational.

Dalle interviste effettuate emerge una bassa conoscenza da parte delle aziende dei tipi di intervento effettuati per la promozione.

*Valutazione grado di promozione :* **SUFFICIENTE.**

### Ricaduta del valore aggiunto su produttori

Le aziende che trasformano e commercializzano il prodotto sono locali, quindi il valore aggiunto resta tutto all'interno del territorio. Tutti i produttori procedono alla trasformazione e commercializzazione diretta.

La maggior parte delle aziende contattate non registra aumento di fatturato, dei margini di guadagno, dei clienti e della stabilità dei prezzi.

Rispetto alla sicurezza di collocamento delle produzioni la maggioranza delle aziende registra invece un miglioramento.

*Valutazione grado di ricaduta del valore aggiunto:* **NON SUFFICIENTE.**

### Giudizio generale delle aziende intervistate sull'appartenenza alla filiera

9 le aziende intervistate.

La gran parte delle aziende intervistate avrebbero aderito al progetto indipendentemente dai sussidi, anche se è stato un elemento molto importante.

Giudizio generalmente positivo sull'assistenza a livello tecnico professionale e sulla tempestività delle informazioni sull'andamento generale del progetto.

Tutte le aziende intervistate percepiscono l'esperienza come positiva.

*Valutazione grado di appartenenza alla filiera:* **BUONO**

### Giudizio generale delle aziende intervistate sulla efficacia delle azioni orizzontali

La maggior parte delle aziende intervistate segnalano un buon coinvolgimento nel processo di qualità. Per quanto riguarda la commerciabilità delle produzioni emerge un gruppo di imprese che ne è a conoscenza ed ha partecipato (Vinitaly e degustazioni per riviste di settore). Mentre altre non sono a conoscenza di alcun intervento.

*Valutazione efficacia azioni orizzontali:* **BUONO** per la qualità, **SUFFICIENTE** per la commerciabilità.

## **GIUDIZIO DI SINTESI, RISULTATI RISPETTO AL PROGETTO IDEALE E COSE DA MIGLIORARE**

La filiera “Vini di Montefalco” presenta un risultato **sufficiente** rispetto alle caratteristiche fondamentali del progetto ideale. Tale giudizio è motivato dall’alta significatività della produzione coinvolta e dal buon giudizio complessivo sull’appartenenza alla filiera da parte delle aziende, anche se non è soddisfacente il livello di integrazione tra gli anelli, la stabilità dei legami e soprattutto la ricaduta del valore aggiunto sui produttori (trattasi comunque di un prodotto già di per sé ad alto valore aggiunto).

Tutte le aziende intervistate (9 su 12 soggetti attuatori) percepiscono in ogni caso l’esperienza come positiva e da ripetere in futuro.

Sono infatti stati evidenziati quali aspetti migliorabili i rapporti tra le aziende e con l’organismo di filiera, un maggior ruolo di coordinamento da parte della regione e del soggetto capofila, una maggiore attenzione agli studi per il miglioramento del prodotto.