

Enjoy, it's from Europe: più promozione per l'agroalimentare

A cura di
RITA RICCI

La Commissione di Bruxelles stanZIA 35 milioni di euro per far conoscere i prodotti a marchio nei Paesi terzi. **Due progetti anche per pere e pesche dell'Emilia-Romagna**

Assaggia, viene dall'Europa. Con questo slogan - in inglese *Enjoy, it's from Europe* - la Commissione europea ha presentato la nuova strategia di promozione dei prodotti agricoli e alimentari europei. Che, grazie a una dotazione di bilancio più cospicua, è destinata a diventare un vero e proprio strumento di conquista dei mercati esteri.

«In un mondo in cui i consumatori sono sempre più sensibili alla sicurezza, alla qualità e alla sostenibilità dei modi di produzione alimentare, gli agricoltori e le piccole e medie imprese hanno in mano una carta formidabile da giocare», ha dichiarato **Dacian Cioloș**, Commissario europeo responsabile per l'Agricoltura e lo sviluppo rurale. Con oltre 110 miliardi di euro, il comparto agricolo e agroalimentare europeo rappresenta una risorsa non trascurabile per potenziare la crescita e l'occupazione nell'Ue. Tanto più che è un settore rinomato per la qualità dei prodotti e il rispetto delle norme di tutela dei consumatori.

Nel frattempo, per promuovere i prodotti agricoli nell'Unione europea e nei Paesi terzi, la Commissione ha approvato 22 programmi, su 34 doman-

de ricevute, con una dotazione finanziaria complessiva di 70 milioni di euro, di cui 35 milioni a carico della Ue. Riguardano prodotti di qualità con certificazione Dop (Denominazione di origine protetta), Igp (Indicazione geografica protetta) e Stg (specialità tradizionale garantita), come vini, carni prodotte in sistemi di qualità nazionali, prodotti biologici, latte e prodotti lattiero-caseari, ortofruttili freschi, prodotti dell'orticoltura ornamentale, miele e prodotti dell'apicoltura.

La pera dell'Emilia-Romagna, insieme alla pesca nettarina di Romagna, entrambe Igp, con il radicchio di Treviso verranno promossi, oltre che in Italia, anche in Francia e Germania. Con loro i *kaki ribera* del Xúquer Dop della Spagna, gli asparagi *des landes* Igp ed altri prodotti ortofruttili francesi.

Sempre per il nostro Paese, al formaggio dello Stelvio Dop, alla mela e allo speck dell'Alto Adige Igp, si dedicheranno invece ad azioni di promozione destinate alla Repubblica ceca, all'Austria, oltre che alla Germania e all'Italia.

A questi due programmi, che valgono quasi due milioni di euro di finanziamento comunitario,

se ne aggiungono altri 13 di promozione interna all'Ue, mentre sette sono rivolti a Paesi terzi quali: Nordamerica, Russia, America latina, Norvegia, Svizzera, Medio Oriente, Serbia, Montenegro, ex Repubblica jugoslava di Macedonia, Bosnia-Erzegovina, Kosovo.

Al centro la qualità

Scopo della campagna è sostenere gli operatori sui mercati internazionali e far conoscere ai consumatori tutte le azioni a favore della qualità dei prodotti agroalimentari nel quadro di una strategia europea. Per rafforzare la competitività dell'agricoltura, gli aiuti europei dovrebbero passare da 61 milioni di euro del bilancio 2013 a 200 milioni nel 2020. Inoltre la strategia di promozione consentirà un orientamento più mirato delle azioni, con un aumento dal 50 al 60% del cofinanziamento europeo, programmi verso i Paesi terzi o presentati da più Stati membri.

Sul mercato interno sono previste azioni per migliorare la conoscenza dei consumatori sui prodotti agricoli europei in generale e sulle indicazioni di qualità. Su questo fronte la Ue mira a un'ampliamento delle misure: coinvolgendo le or-

ganizzazioni dei produttori, aumentando i prodotti ammissibili, inserendo anche i trasformati come le paste alimentari.

Rientra nella nuova politica di promozione anche la semplificazione delle procedure amministrative: con una selezione effettuata dalla Commissione in una sola fase in luogo delle due fasi attuali (Stato membro più Commissione europea) e la gestione facilitata dei programmi grazie a uno sportello unico della Commissione.

La proposta, che fa seguito ad un dibattito avviato nel 2011 con la presentazione di un Libro verde e da una Comunicazione, sarà trasmessa al Parlamento europeo e al Consiglio per l'approvazione. ■

