

Export, i prodotti regionali *in prima fila*

Dalla Ue 23,5 milioni all'Italia. Premiati dalla Commissione i progetti di promozione all'estero dei prodotti tipici regionali.
Al centro Aceto balsamico, Lambrusco e Grana Padano

**FRANCESCA
PONTI**

Servizio
Innovazione,
Qualità,
Promozione
Internazionalizzazione
del Sistema
Agroalimentare
Regione
Emilia-Romagna

L'Italia e l'Emilia-Romagna sono ai primi posti tra i destinatari dei fondi Ue per la promozione dei prodotti agricoli nel mercato europeo ed extra-Ue. Tra i 60 programmi europei selezionati, sostenuti con oltre 94 milioni di risorse comunitarie, le organizzazioni italiane portano a casa ben dieci progetti per un ammontare di oltre 30 milioni di investimenti, 23,5 dei quali

di cofinanziamento comunitario. La graduatoria dei programmi proposti dalle organizzazioni di tutta Europa e approvata dall'Agenzia per i consumatori, salute e sicurezza alimentare (Chafea), nell'ambito del Regolamento comunitario 1144/2014, è stata resa nota a fine novembre dalla Commissione europea.

La metà dei progetti tocca la via Emilia

Tra i prodotti al centro delle campagne promozionali, il settore ortofrutticolo (con il 30% dei programmi) è seguito da quelli delle carni (17%) e dei prodotti lattiero-caseari (15%). Ciò sembrerebbe riflettere la necessità di sostenere i settori che a livello europeo vivono situazioni difficili di mercato, come i latticini e le carni suine. In particolare, per l'Emilia-Romagna, hanno superato la selezione i progetti relativi ad alcune delle eccellenze riconosciute e apprezzate a livello mondiale, quali il Lambrusco Docg di Modena, il formaggio Dop Grana Padano, l'Aceto balsamico di Modena Igp, alcune delle eccellenze dei salumi rappresentate dall'Istituto valorizzazione dei salumi italiani, il latte e i suoi prodotti trasformati (yogurt, creme, budini) rappresentati dal progetto promozionale della cooperativa Granlatte. Le azioni promozionali, che già dagli inizi del 2017 vedranno le organizzazioni impegnate in iniziative di comunicazione ed eventi, si concentreranno soprattutto in Asia ed estremo Oriente (in particolare Cina, Corea del Sud e Giappone) e nel Nord America (Usa e Canada).

Tra le destinazioni: Asia e America del Nord

In particolare, hanno scelto come target destinatario del progetto il mercato nordamericano i due consorzi modenesi del Lambrusco e dell'Aceto balsamico, rispettivamente con progetti dell'ammontare complessivo di circa un milione



e di 800mila euro. Mentre, per la promozione dei formaggi emiliani, hanno scelto destinazioni per lo più asiatiche il Consorzio per la tutela del Grana Padano, con un progetto di quasi 6 milioni, e la cooperativa di allevatori bovini da latte di Granarolo dell'Emilia Granlatte (per un totale di circa 4,2 milioni). Che queste due aree geografiche fossero di crescente interesse per i prodotti agroalimentari di qualità era già evidente nell'incremento dei dati di export dei primi sei mesi del 2016. Il rafforzamento del dollaro ha dato stimolo alle esportazioni soprattutto dei prodotti trasformati e non solo nel mercato statunitense. Il valore delle esportazioni agroalimentari dell'Ue, secondo l'ultimo report sul commercio agroalimentare pubblicato dalla Commissione europea, a settembre 2016 ha raggiunto un valore record di quasi 11,5 miliardi di euro. E, da ottobre 2015 a settembre 2016, le esportazioni agroalimentari europee hanno registrato incrementi verso gli Stati Uniti di 1,7 miliardi di euro (+ 9%) e verso la Cina di 1,3 miliardi di euro (+13%). Nel complesso le esportazioni del settore agroalimentare europeo da ottobre 2015 a settembre 2016 hanno raggiunto un valore pari a quasi 130 miliardi di euro (+ 1,6% rispetto all'anno precedente), registrando incrementi particolarmente elevati per le carni suine (+31%) e per l'ortofrutta fresca (+18%).

L'agricoltura sostenibile tra le novità 2017

Per il 2017 la Commissione ha previsto di incrementare i finanziamenti del Regolamento 1144/2014 di quasi il 20%, programmando 133 milioni di euro e già nel mese di gennaio 2017 sarà lanciato l'invito a presentare i nuovi progetti di promozione. Oltre a tali finanziamenti, la Commissione si è dotata per il 2017 di un budget di 9,5 milioni per azioni di promozione, che verranno impiegati per sostenere padiglioni targati Ue nelle fiere in Paesi terzi e in missioni di business. La priorità come sempre va ai sistemi di qualità, alle regioni ultra periferiche e alle produzioni biologiche, ma riguarda anche elementi specifici per i settori colpiti da difficoltà di mercato e fondi extra (4,5 milioni) a disposizione dei settori che affrontano crisi di mercato.

Tra le novità del 2017, si trovano programmi, finanziati per 15 milioni di euro, per la promozione dell'agricoltura sostenibile nella mitigazione dei cambiamenti climatici. Nel pacchetto di attività della Commissione anche la parteci-



Dell'Aquila

pazione della diplomazia europea a programmi d'internazionalizzazione, allo scopo di individuare nuovi mercati e sostenere il consumo dei prodotti Ue all'estero. Di ritorno dall'ultima missione business in Vietnam e Indonesia, il Commissario europeo per l'Agricoltura e lo sviluppo rurale **Phill Hogan** si è detto particolarmente soddisfatto dall'interesse mostrato dagli importatori e consumatori di questa parte del mondo per le produzioni europee. A suo parere, inoltre, per stimolare la crescita e l'occupazione nel settore agroalimentare è auspicabile una maggiore espansione dell'export, tenuto anche conto che all'aumento delle esportazioni di un miliardo di euro corrispondono, sempre secondo dati della Commissione, circa 14mila nuovi posti di lavoro. ■

Promozione dell'Aceto balsamico di Modena in una fiera internazionale