

## **30 milioni di euro per la promozione dei prodotti agricoli europei**

Sono 19 i programmi di promozione dei prodotti agricoli che la Commissione europea ha appena approvato: due di essi riguardano prodotti italiani di qualità come il prosciutto di San Daniele e il Grana Padano, ma anche l'orticoltura ornamentale. Il budget totale di quest'azione ammonta a 60 milioni e 600 mila euro per tutti i 19 programmi. L'Unione europea contribuisce con il 50%, il resto è a carico delle organizzazioni promotrici.

I programmi si rivolgono ai prodotti di 14 Paesi: oltre all'Italia, quelli di Austria, Belgio, Repubblica Ceca, Danimarca, Germania, Francia, Grecia, Irlanda, Olanda, Polonia, Slovenia, Spagna e Regno Unito. Le filiere coperte sono quelle dell'ortofrutta, carne, prodotti lattiero-caseari, miele, floricultura, lino, e quelle dei prodotti a denominazione protetta, delle indicazioni geografiche protette e delle specialità tradizionali garantite. In quest'ultima categoria rientra il programma di promozione del San Daniele e del Grana Padano, che in tre anni disporrà di quasi 4 milioni di euro, di cui due provenienti dall'Unione europea. L'altro progetto, presentato da Florasi, Florconsorzi e Conaflor, supera i 2 milioni e 700 mila euro in tre anni, la metà dei quali dal bilancio europeo.

Secondo il Commissario europeo all'agricoltura e allo sviluppo rurale Dacian Cioloș *"I prodotti della terra europei sono unici per qualità e diversità. Ma in un mercato globale aperto, la semplice produzione di cibi e bevande eccellenti non è sufficiente. I consumatori devono conoscere le norme e la qualità dei prodotti europei che arrivano sulle loro tavole. Questo è il ruolo dei nostri programmi"*.

Dal 2008 l'Unione europea promuove i prodotti agricoli europei sia sui mercati continentali sia su quelli extraeuropei. Le misure finanziate possono consistere in attività di pubbliche relazioni, di pubblicità o di promozione, per evidenziare i vantaggi di questi prodotti in termini di qualità, igiene, sicurezza alimentare, nutrizione, etichettatura, benessere degli animali o compatibilità con l'ambiente. Esistono anche campagne più specifiche legate a prodotti come il vino.

*Matteo Fornara*

*Rappresentanza a Milano della Commissione Europea*

*6 luglio 2010*