

Oltre 30 milioni di euro per la promozione dei prodotti agricoli nei Paesi terzi

Partono le iniziative europee di promozione dei prodotti agricoli nei paesi terzi, che coinvolgono l'Italia in 4 programmi di grande portata. In un progetto congiunto con l'industria francese, l'italiana Assomela riceverà un finanziamento di oltre 4 milioni di euro per l'esportazione di mele in Cina, Norvegia, Russia, Sud-est asiatico, e Medio Oriente. Per quanto riguarda il settore dell'agricoltura biologica la federazione italiana di riferimento Federbio, potrà disporre di un fondo di oltre 2 milioni di euro per l'esportazione in Cina, Giappone e America del Nord. Un'altra azienda italiana non nuova ai progetti di grande portata è la Florconsorzi, produttrice di piante e destinataria di 1,8 milioni di euro per la vendita dei suoi prodotti sul mercato cinese, turco e ucraino. Il quarto progetto Made in Italy riguarda il più grande Consorzio olivicolo Italiano, Unaprol, che con un budget di ben 5,7 milioni di euro si impegna a promuovere l'esportazione di olio nei paesi del Nord America.

I finanziamenti verranno distribuiti lungo un periodo di tre anni e coinvolgono in tutto 20 programmi europei, per un bilancio totale di 60.200.000 di euro per cui l'Unione contribuisce con 30,1 milioni di euro: il contributo europeo è infatti un co-finanziamento al 50%. La sfera di applicazione dei progetti comprende il mercato di prodotti freschi e trasformati di frutta e verdura, di latte e prodotti caseari, di prodotti DOP (Denominazioni di Origine Protetta), IGP (indicazione geografica protetta) e STG (Specialità Tradizionale Garantita), di prodotti dell'agricoltura biologica, di olio d'oliva, vino e liquori, cereali e riso, orticoltura e carne.

In aggiunta ai programmi già ammessi al finanziamento nel 2011, del mercato interno e quelli adottati per combattere le conseguenze della crisi E-Coli crisi del settore della frutta e verdura fresca, i servizi della Commissione hanno ricevuto, alla fine di giugno 2011, 31 programmi destinati ai paesi terzi. Di questi, i 20 programmi citati sono risultati idonei per il cofinanziamento.

Nel 2000 il Consiglio aveva deciso che l'Unione europea avrebbe potuto intervenire con il 50% (fino al 60% nei programmi di promozione del consumo di frutta e verdura da parte dei bambini e di prevenzione al consumo di alcool) di finanziamenti per promuovere i prodotti agricoli e alimentari nel mercato unico dell'UE e nei paesi terzi. Il bilancio totale annuo disponibile per questi programmi di promozione è di circa 55 milioni e comprende misure di diverso genere tra cui relazioni pubbliche, campagne di promozione e pubblicità che mettano in rilievo i vantaggi dei prodotti comunitari, soprattutto in termini di qualità, sicurezza e igiene, nutrizione, etichettatura, benessere degli animali o dell'ambiente e metodi di produzione. Rientrano nel budget anche le iniziative di partecipazione a manifestazioni e fiere, le campagne di informazione sul sistema comunitario delle denominazioni di origine protette (DOP), indicazioni geografiche protette (IGP) e specialità tradizionali garantite (STG) e le informazioni sulla qualità, le etichette e i prodotti bio. Per un consumo consapevole di vino è stato istituito un sistema comunitario dei vini di qualità prodotti in regioni determinate (VQPRD). Le organizzazioni professionali interessate possono presentare le loro proposte agli Stati di appartenenza due volte l'anno.

Matteo Fornara e Francesca Livoti
Rappresentanza a Milano della Commissione Europea
6 dicembre 2011