

La Commissione europea ha approvato ieri 27 programmi per la promozione dei prodotti agricoli nell'Unione europea e nei paesi terzi. La dotazione finanziaria complessiva dei programmi, per lo più di durata triennale, è di 77,4 milioni di euro, di cui 39 milioni a carico dell'UE. I programmi selezionati riguardano varie categorie di prodotti, come i prodotti ortofrutticoli freschi e trasformati, i prodotti lattiero-caseari, i prodotti di qualità (DOP, IGP, STG e biologici), i fiori, le carni di qualità nonché, per la prima volta, le carni ovine. "Sono lieto di confermare il nostro sostegno a questi nuovi programmi di promozione. Mi auguro che possano far aumentare il consumo e le vendite in questo difficile momento. Nel corso degli ultimi 5 anni, siamo diventati un esportatore netto di prodotti agroalimentari, e il valore delle esportazioni è cresciuto più rapidamente del loro volume, poiché i consumatori di altre parti del mondo apprezzano le tradizioni, i livelli di qualità e i gusti europei. Queste nuove misure rafforzeranno ulteriormente tale reputazione" ha dichiarato Dacian Cioloș, il cui mandato di commissario europeo per l'agricoltura termina oggi. Come riporta Agricola.it, al 15 giugno 2014, nell'ambito delle azioni di informazione e di promozione, i servizi della Commissione avevano ricevuto 43 proposte di programmi rivolti al mercato interno e ai paesi terzi nel quadro della seconda fase di selezione per il 2014.

A seguito della valutazione sono stati individuati 27 programmi da cofinanziare, 21 dei quali rivolti al mercato interno e 6 ai paesi terzi. Le regioni e i paesi terzi interessati sono: America del Nord, America Latina, Medio Oriente, Asia sudorientale, Giappone, Africa del Nord e Turchia. Inoltre, due di quelli approvati sono dei cosiddetti programmi multipli, i programmi presentati da organizzazioni situate in Stati membri diversi che svolgono congiuntamente una campagna di promozione. Nell'ambito della riforma della politica di promozione recentemente approvata, questo tipo di campagne sarà ancora più incoraggiato.

"Con i programmi di promozione comunitari si mette in atto uno strumento di crescita fondamentale per il settore agroalimentare europeo". Paolo De Castro, coordinatore per il Gruppo dei Socialisti e Democratici della Commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo, ha così commentato lo stanziamento dei fondi. "Una forma di sostegno concreta che riconosce il ruolo centrale dei mercati esteri nel processo di crescita delle imprese agroalimentari, processo oggi reso sempre più urgente per la crisi e il calo dei consumi interni. Anche per il prossimo anno – ha proseguito De Castro – saranno previste importanti risorse da destinare alla promozione del settore all'estero: dai 39 milioni di euro stanziati quest'anno a livello europeo, si arriverà a 91 milioni di euro nel 2015". Alla promozione dei prodotti agricoli italiani sul mercato europeo e mondiale vanno 5,045 milioni di euro, che, sommati ai contributi nazionali, portano il totale a disposizione degli operatori italiani a 10,09 milioni di euro. I fondi sono stati destinati al finanziamento di tre programmi di promozione triennali. Uno dei tre programmi italiani selezionati è quello di Unaproa, e riguarda la promozione degli ortofrutticoli a livello nazionale. L'ammontare del progetto è di 1,49 milioni di euro di fondi europei, per un importo totale di 2,99 milioni.

Ambrogio De Ponti, presidente di Unaproa, dichiara: "Sono orgoglioso e soddisfatto della valutazione espressa oggi dalla Commissione europea, che ha voluto riconfermare - dopo i primi tre anni di attività - il suo sostegno al progetto Nutritevi dei colori della vita", che consiglia come e perché consumare più frutta e verdura fresche a tutto vantaggio del nostro benessere e della nostra salute. "L'approvazione della Commissione europea è un riconoscimento di grande importanza – commenta ancora De Ponti – che premia l'impegno per un'attività di divulgazione, informazione e promozione fatta con passione e meticolosità che ha riscosso grande successo ed impatto mediatico. Andiamo avanti con la linea dei 5 colori del benessere!"