

I ministri Ue chiedono più fondi per la promozione dei prodotti agricoli

La promozione è un importante strumento per assicurare la competitività del settore agro-alimentare europeo e veicolare le caratteristiche che contraddistinguono la produzione alimentare dell'Ue in termini di sicurezza alimentare, qualità della produzione e rispetto degli elevati standard europei in materia di protezione ambientale e di salute e benessere degli animali.

Inoltre, le azioni di informazione e di promozione dovrebbero essere portate avanti per promuovere il potenziale dell'agricoltura locale e dei circuiti di distribuzione brevi che hanno un impatto sullo sviluppo dell'imprenditorialità locale e aumentano la competitività dei produttori. Questi sono alcuni degli elementi emersi dalle conclusioni del Consiglio dei ministri europei dell'agricoltura sul futuro della politica di promozione dei prodotti agricoli e alimentari, adottate la scorsa settimana a Bruxelles.

Il testo, sottoscritto dai 27 Stati membri dell'Ue si riferisce alla nuova strategia di promozione contenuta nel "Libro verde" di orientamenti pubblicato a luglio dalla Commissione europea che costituisce la base per la relativa proposta legislativa attesa per il 2012, come dichiarato in varie occasioni dal Commissario europeo all'agricoltura, Dacian Ciolo?.

I 27 Stati membri concordano con l'esecutivo comunitario che la politica di promozione dell'Ue deve essere più ambiziosa e redditizia, adatta ad un settore agricolo moderno, e coerente con gli altri strumenti e politiche di promozione. In merito al bilancio europeo, il testo afferma che la politica di promozione dovrebbe essere dotata di risorse finanziarie commisurate ai suoi obiettivi, senza pregiudizio delle decisioni sul quadro finanziario pluriennale Ue post 2013.

Il Consiglio europeo invita inoltre la Commissione a ricercare tutti i mezzi possibili per realizzare i seguenti obiettivi: rafforzare l'immagine dei prodotti alimentari europei e contribuire all'apertura di nuovi mercati o ad aumentare le quote di mercato, specialmente nei Paesi terzi; fornire ai consumatori un migliore accesso alle informazioni sul modello di produzione europea, aumentando in particolare il loro livello di familiarità con i sistemi di qualità Dop e Igp e l'agricoltura biologica; rendere la politica di promozione reattiva alla gestione di crisi; migliorare e semplificare i programmi multi-paese e multi-prodotto; rafforzare le capacità dei produttori europei e delle loro organizzazioni; semplificare le procedure amministrative; riesaminare le rispettive responsabilità di Commissione e Stati membri.