

Promozione: budget Ue di 200 milioni, oltre la metà per iniziative nei Paesi terzi

Un budget di oltre 200 milioni per la promozione dei prodotti agroalimentari europei all'interno dell'Unione ma soprattutto nei Paesi terzi. Infatti 118 milioni, oltre la metà dello stanziamento, sono destinati a campagne promozionali fuori dai confini europei, in particolare Canada, Cina, Giappone, Corea, Messico e Stati Uniti. I settori coinvolti sono lattiero-caseari e formaggi, olive da tavola e olio d'oliva e vini. La Commissione ha annunciato in una nota del 19 novembre il piano di promozione per il 2020 finalizzato a consentire ai produttori di trarre vantaggio dal sempre più dinamico mercato agroalimentare globale. L'obiettivo è far conoscere le produzioni di qualità europee forti della loro reputazioni sui mercati mondiali. Ai programmi singoli saranno destinati 100 milioni (75 ai Paese terzi), 91,4 milioni ai programmi multipli (metà ai mercati Ue e metà a quelli terzi) e 9,5 milioni alle iniziative della Commissione. I programmi specifici in caso di crisi di mercato non potranno superare 10 milioni. Altri 17,2 milioni arriveranno dai programmi multi promozione del 2019. I bandi saranno pubblicati a gennaio 2020 e dunque chi intende proporre dei progetti può iniziare a contattare Ager per mettere a punto le iniziative di promozione del made in Italy nel mondo. Le campagne – spiega la Commissione – informeranno su qualità, etichettatura e anche su indicazioni geografiche e prodotti biologici. Si punterà inoltre a evidenziare gli elevati standard di sicurezza , nonché la diversità e gli aspetti tradizionali dei prodotti agroalimentari Ue. In primo piano all'interno dell'Unione europea la promozione dell'alimentazione sana e in questo quadro sarà incentivato il consumo di ortofrutta.