

Verso una nuova politica di informazione e promozione dei prodotti agricoli

La Commissione europea ha adottato una comunicazione dal titolo "Politica di informazione e promozione dei prodotti agricoli: una strategia a forte valore aggiunto europeo per promuovere i sapori dell'Europa", realizzando così la seconda tappa del processo di riforma della politica di promozione avviato nel luglio 2011 e volto a rendere il settore agricolo e agroalimentare più dinamico, competitivo e promuovere crescita sostenibile, intelligente e inclusiva.

La nuova vocazione si basa sugli obiettivi chiave della futura politica di promozione, articolati su quattro temi: un vero e proprio valore aggiunto a livello europeo, programmi che destano maggiore interesse e più incisivi, una gestione più semplice ed efficace e nuove sinergie tra i vari strumenti di promozione.

La proposta sottolinea la necessità di entrare in nuovi mercati e di far conoscere in tutto il mondo la qualità e gli standard di sicurezza con qui si produce in Europa. In questo senso, particolare importanza viene attribuita dalla Commissione ai progetti multipaese.

La comunicazione della Commissione rispecchia la riflessione approfondita avviata nel luglio 2011 con l'adozione di un libro verde sulla politica d'informazione e promozione dei prodotti agricoli, ossia una delle iniziative faro per il rafforzamento della competitività dell'agricoltura nell'Ue che ha dato il via a un ampio dibattito pubblico, e con gli elementi forniti dal rapporto di valutazione esterno elaborato nel 2011 sull'attuale politica di promozione.

Il Commissario responsabile per l'Agricoltura e lo sviluppo rurale, Dacian Cioloş, ha dichiarato: "L'Unione europea ha una carta eccezionale da giocare per rendere più dinamica la sua economia e per stimolare crescita ed occupazione valorizzando maggiormente i propri prodotti agricoli e agroalimentari sul mercato europeo e mondiale. Già oggi in questo settore le esportazioni superano i 100 miliardi di euro. In un mondo caratterizzato da mercati sempre più aperti, il successo dell'agricoltura europea dipende anche dalla capacità di rafforzare e sviluppare la propria posizione. Raggiungeremo quest'obiettivo grazie alla nuova vocazione della nostra politica di promozione e alla realizzazione di una vera e propria strategia comune di valorizzazione dei prodotti made in Ue".

Con la pubblicazione del documento si apre il dibattito sui contenuti della futura politica di promozione a livello interistituzionale. Entro la fine dell'anno sotto presidenza cipriota, una volta stabiliti i punti fermi del dibattito, la Commissione europea presenterà delle proposte legislative.