

Promozione Ue: ripartono i progetti, Italia in prima linea

La Commissione europea riparte con le iniziative di promozione dell'agroalimentare con uno stanziamento di 100 milioni per i programmi semplici, 91,4 milioni per i multi programmi, mentre 9,5 milioni sono disponibili per iniziative proprie della Commissione. Le iniziative saranno avviate nel 2020 e potranno allungarsi da 1 a tre anni. Sono stati presentati 3 programmi di interesse della Coldiretti, elaborati dall'Ager e già approvati. Si tratta di Qualipat, promosso dal Consorzio di tutela della Patata di Bologna Dop. Vale un milione e sarà finalizzato a incrementare la quota di mercato del prodotto in Italia, facendo leva su qualità e requisiti della Patata di Bologna Dop in grado di competere con alimenti alla moda grazie anche a varietà e garanzie sull'origine. Un altro importante programma è Ecceasia proposto da Unaprol che punta all'espansione del consumo di olio extra vergine di oliva in Giappone e Taiwan. Una iniziativa da 6 milioni finalizzata a promuovere le caratteristiche organolettiche dell'extra vergine divulgando i benefici dell'olio per una corretta alimentazione con l'obiettivo di migliorare la conoscenza degli elevati standard dell'extravergine. In questo modo si intende aumentare la quota di mercato. Sempre l'Unaprol con un altro programma da 4,8 milioni valorizzerà l'extra vergine in Russia per rafforzare così la presenza in Paesi con grandi potenzialità. L'Italia è comunque in prima fila sia per i progetti semplici che multi programmi. Il budget dei programmi semplici è stato impegnato per il 23% nell'ortofrutta, per il 21% in un paniere di prodotti, per il 20% nella carne, per il 14% nei formaggi e per il 6% in vini e aceti. L'Italia è al primo posto con 17 iniziative seguita dalla Grecia con 8, da Francia, Belgio e Spagna con 6 ciascuna, Polonia (3), Lituania e Slovenia 2 e Finlandia, Danimarca, Irlanda, Germania, Paesi Bassi e Lettonia rispettivamente con uno. Anche sui multi programmi l'Italia è al primo posto con 5 campagne. Il 27,8% delle risorse sono state assorbite dal paniere di prodotti, il 24,9% dalla carne, il 14,9% da vini e aceti, il 6,7% dall'olio d'oliva e il 6% dall'ortofrutta. Delle 81 campagne approvate (che coprono 19 Stati membri), 55 sono rivolte a Paesi terzi, dal Brasile al Canada, dalla Cina al Messico.