

Promossa la politica di promozione Ue dei prodotti agricoli

La politica di promozione dell' agricoltura vira sulla produzione e il consumo sostenibili in linea con gli obiettivi della strategia Farm to Fork della Commissione europea. E' quanto emerge dal documento su "Valutazione dell'impatto della politica di promozione agricola dell'Ue nei mercati interni e dei paesi terzi", pubblicato l'11 gennaio dalla Commissione Ue.

Dall'esame dell'efficacia, dell'efficienza, della pertinenza e del valore aggiunto delle misure attuate da Bruxelles tra il 2016 e 2019 emerge una valutazione positiva dell'attuale politica di promozione dei prodotti agricoli e alimentari dell'Ue per la capacità di aumentare la competitività e il consumo dei prodotti sia all'interno dell'Unione che fuori dai suoi confini. Le misure di promozione contribuiscono – afferma il rapporto - a sensibilizzare i consumatori sui meriti dei prodotti agricoli e dei metodi di produzione dell'Ue, nonché la consapevolezza e il riconoscimento dei programmi di qualità e di agricoltura biologica.

Secondo il documento "le attività finanziate nell'ambito della politica di promozione contribuiscono efficacemente ad aumentare le vendite e il consumo dei prodotti dell'Ue promossi nei mercati di destinazione" anche se si sottolinea la difficoltà a quantificarne con precisione gli effetti. Complessivamente il giudizio è favorevole anche se con considerazioni differenti a seconda dei programmi. Il giudizio è emerso dalle valutazioni delle parti interessate che hanno dichiarato che la politica di promozione è efficace per affrontare le sfide di mercato, in particolare per quanto riguarda i Paesi extra-Ue dove, si legge nella nota "le attività finanziate aumentano la consapevolezza e migliorano la percezione della qualità dei prodotti dell'Ue".

Non sono state riscontrate poi incongruenze importanti con altre politiche europee, comprese le politiche in materia di salute, clima, ambiente e sviluppo. Il periodo di osservazione non ha ovviamente riguardato la coerenza con le politiche più recenti, dal farm to fork alle strategie per la biodiversità.

Il report ha sostenuto comunque che " la politica di promozione può svolgere un ruolo più importante nella transizione verde" e in questa ottica sono state evidenziate le aree in cui vi sono margini di miglioramento. L'Italia, sottolinea Coldiretti, è tra i principali beneficiari di questa politica per la leadership dei prodotti Dop e Igp ed è dunque necessario sostenere gli interventi di promozione con risorse adeguate.