

Promuovere l'agricoltura per valorizzarne i prodotti



A cura
del CARREFOUR ROMAGNA

**Gli obiettivi,
i finanziamenti
e la gestione
delle iniziative che si
possono realizzare con
il contributo, totale
o parziale, della Ce.**

(Foto Archivio Promodis)



La Comunità europea contribuisce da tempo alla promozione dei prodotti agricoli attuata da produttori, operatori commerciali, industrie di trasformazione e pubbliche amministrazioni. Fino ad ora solo alcuni settori hanno beneficiato delle campagne promozionali organizzate dalla Comunità, che fanno parte delle misure previste nell'ambito delle rispettive organizzazioni di mercato.

Le prime azioni di promozione riguardavano la realizzazione di studi di mercato per i prodotti lattiero-caseari, nonché il latte destinato alle scuole, finanziati con fondi provenienti dal cosiddetto "prelievo di corresponsabilità". Inoltre, una tassa sulla produzione

dell'olio di oliva ha consentito di sostenere azioni tese a diffonderne il consumo nei mercati settentrionali dell'Unione europea e a stabilizzare i mercati tradizionali dell'Europa meridionale.

Sempre per l'olio d'oliva, oltre alle campagne pubblicitarie, sono state organizzate azioni informative destinate a medici, cuochi e consumatori volte a sottolinearne il valore nutrizionale. Le iniziative promozionali sono state allargate ai mercati di Paesi extraeuropei, come gli Stati Uniti.

Si è poi passati ad altri prodotti, come il succo d'uva. Dall'inizio degli anni '90, la promozione si è notevolmente intensificata, con l'estensione a mele, agrumi e frutta a guscio. Nel 1992-93 è stata la volta delle olive da tavola, delle carni bovine di qualità e di azioni per la diffusione delle denominazioni di origine di specialità tradizionali. È poi toccato alle uve secche e sultanine, ai fiori ed alle piante ornamentali.

In seguito alla crisi della Bse (encefalopatia spongiforme bovina, il cosiddetto "morbo della mucca pazza"), si è puntato alla realizzazione di campagne di informazione sui sistemi di etichettatura delle carni bovine dell'Unione europea.

La Comunità europea si ritiene soddisfatta dei risultati ottenuti fino ad oggi, considerando che negli ultimi anni sono stati stanziati circa 95 milioni di euro. La domanda dei prodotti oggetto di iniziative promozionali, infatti, aumenta o rimane quanto meno stabile in presenza di una crisi di mercato (come nel caso delle carni bovine).

Le attività ammissibili e la loro gestione. Sono previste attività di informazione dei consumatori attraverso gli strumenti tradizionali di pubblicità dei prodotti (cartelloni, annunci pubblicitari sui giornali, pubblicità televisiva e radiofonica, opuscoli e libretti di ricette), gli stand nelle fiere, la sponsorizzazione

sportiva, i seminari per categorie professionali. Possono inoltre essere promossi studi di mercato e lo sviluppo di nuovi prodotti.

Il tasso di partecipazione finanziaria della Comunità europea varia dal 40 al 100 per cento, con una tendenza sempre più spiccata a privilegiare aiuti parziali che, a parità di spesa, consentono di realizzare un maggior numero di iniziative.

In caso di gestione diretta, le misure di promozione sono attuate dagli stessi servizi della Commissione europea, che organizzano gare, stipulano contratti con gli interessati, ne controllano l'esecuzione e procedono ai pagamenti e al controllo finanziario. Questa procedura, che esige notevoli risorse umane, sta però gradualmente cedendo il passo ad una gestione di tipo indiretto, nella quale la Commissione si limita a dare il via ai programmi la cui attuazione è interamente affidata alle autorità competenti degli Stati membri. Tuttavia, la Commissione ha l'ultima parola nella selezione dei progetti e nella fissazione del contributo finanziario.

Consapevole delle sfide future, la Commissione intende promuovere programmi dedicati in modo particolare alla qualità e alla sicurezza dei prodotti, tenuto conto anche che il sistema delle restituzioni alle esportazioni sarà progressivamente ridimensionato. Perciò, allo scopo di sostenere gli sforzi richiesti agli operatori economici, la Commissione proporrà l'attuazione di un programma di promozione delle esportazioni. □

Per ulteriori informazioni, rivolgersi al Carrefour Romagna, presso il Consorzio provinciale per la formazione professionale, via M. Monti, 32 - 48100 Ravenna, tel. 0544 450345 - fax 0544 451788. E-mail: carrefour.romagna@katamail.com