



FRUTTA: PER LA PROMOZIONE ITALIA A SECCO DI FONDI UE

Su 52 progetti agroalimentari presentati a Bruxelles nessuno tra quelli approvati riguarda (per la prima volta) l'ortofrutta.

FILIERA ALLE PAGINE 12 E 13

POLITICHE COMUNITARIE

Su 52 progetti agroalimentari presentati a Bruxelles nessuno tra quelli approvati (3) riguarda l'ortofrutta

Promozione, Italia a secco di fondi

Parigi e Madrid si spartiranno quasi la metà del plafond 2018-20 - La delusione degli operatori

Primo produttore, in quantità e qualità, ma secondo esportatore e utilizzatore degli aiuti dell'Ocm (Organizzazione comune di mercato). E ora anche buon ultimo nell'assegnazione dei fondi per la promozione sui mercati esteri.

L'ortofrutta italiana perde un'altra un'occasione per affermare la propria leadership in Europa. Nel quadro dei programmi Ue 2018-2020 per l'agroalimentare, il nostro Paese ha «rastrellato» infatti solo 4 milioni per tre progetti di altri settori (Mortadella Bio, Distretto di qualità della Valtellina e formaggio Piave), mentre per promuovere frutta e ortaggi nel mondo è rimasta - e per la prima volta - completamente a secco di fondi.

A fronte di 52 programmi europei per la promozione e informazione sul mercato interno e sui paesi terzi, approvati in base al regolamento Ue 1144/2014, nessuno riguarda i prodotti ortofrutticoli. Mentre Francia e Spagna, primi competitor europei dell'Italia, portano a casa

quasi la metà del plafond complessivo (oltre 130 milioni di euro per i prossimi tre anni), con 26 programmi approvati, di cui diversi riguardano prodotti ortofrutticoli.

Non che l'Italia non ci abbia provato. Nella lista dei piani di promozione figurano diverse realtà nazionali di consolidata esperienza, attive proprio nel settore ortofrutticolo: dal Consorzio della mela Alto Adige al Consorzio Apo Sicilia, dal Cso Italy all'Unaproa, dal Consorzio del pomodoro San Marzano, a quello della Carota di Ispica Igp, alla Aop Gruppo Viva. Consorzi, società e associazioni di produttori che a diverso titolo hanno presentato, singolarmente o in «pool» con altri paesi (i cosiddetti programmi multipli), progetti con investimenti stimati per oltre 16 milioni, di cui il 70% finanziati da Bruxelles.

Il problema è che nessuno di questi ha superato l'esame della Chafea, l'agenzia tecnica europea che dal 2014 seleziona i programmi di promozione per l'agroalimentare.

«Ancora non riesco a credere che realtà come la nostra, che da decenni ormai fa programmi di promozione, non abbiano raggiunto la sufficienza - commenta Paolo Bruni, presidente del Centro servizi ortofrutticoli-Cso Italy -. Per quanto ci riguarda, abbiamo presentato tre progetti semplici e uno multiplo per prodotti Dop e Igp in tandem con Francia e Spagna». Col risultato che «l'Agenzia ha promosso solo quest'ultimo, che però vede capofila la Francia. Per il sistema ortofrutticolo italiano questa è una Caporetto».

«Abbiamo subito una forte discriminazione come sistema-Paese - conferma Antonio Schiavelli, presidente dell'Unaproa - oltre che nei confronti di progetti presentati da strutture come la nostra, di comprovata esperienza e progettualità». Davide Vernocchi, responsabile di settore dell'Alleanza delle cooperative agroalimentari, parla di «una débauche che ora ci vedrà competere con Francia e Spagna che avranno più risorse da investire sui mer-

cati esteri». «Detto questo - aggiunge Vernocchi - non so se abbiamo sbagliato noi operatori, o se è mancato il supporto politico. Certo, prima della riforma il sistema-Paese faceva da filtro nella selezione dei programmi, mentre ora a decidere è l'Agenzia europea».

Vincenzo Falconi, direttore di Italia Ortofrutta-Unione nazionale dei produttori, allarga l'orizzonte con una riflessione: «Premesso che non conosco i progetti approvati degli altri paesi e non so quali standard di qualità possano esprimere i loro prodotti, in Italia il cosiddetto sistema-Paese per l'ortofrutta ancora non c'è. Così come non è stato convocato il Tavolo di filiera per il settore che il **ministro Martina** aveva annunciato prima dell'estate». Un tavolo che dovrebbe mettere ordine e favorire le sinergie tra tutti gli operatori del settore, valorizzando risorse e know how. E magari appoggiare i progetti italiani nelle sedi istituzionali europee. ●

MASSIMO AGOSTINI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PROGRAMMI ORTOFRUTTICOLI ITALIANI*(Lista dei principali piani di promozione 2018-2020 presentati e non approvati)*

Proponente	Investimento stimato (euro)	Contributo Ue (euro)
Consorzio mela Alto Adige	3.500.000	2.450.000
Consorzio Apo Sicilia	749.860	524.902
Cso Italy	2.220.423	1.554.296
Consorzio Carota di Ispica Igp	149.710	104.797
Unaproa	3.587.315	2.581.121
Aop Gruppo Viva	2.100.000	1.470.000
Cso Italy	3.050.561	2.135.393
Consorzio Pomodoro San Marzano	718.163	574.530

Fonte: Commissione europea