

Mercuri: l'UE discrimina vino e carni



Non convincono le nuove scelte comunitarie sulle politiche di promozione dei prodotti agroalimentari. Molto discutibile, secondo l'Alleanza Cooperative Agroalimentari, è in primis l'aver introdotto, all'interno del nuovo programma di promozione che la Commissione Europea si appresta ad adottare per il 2022, elementi che mirano a discriminare **carni rosse e trasformati, vino e alcolici, in quanto ritenuti alimenti legati a fattori di rischio del cancro** e non in linea con gli obiettivi di produzione e consumo più sostenibile di cibo perseguiti dall'Europa.

Non solo, anche l’allocazione di budget appare poco equilibrata, poiché le scelte della Commissione vanno di fatto a incrementare la dotazione per la promozione dei prodotti biologici, a scapito della promozione della sostenibilità e dei prodotti di qualità.

È questa la posizione di Alleanza Cooperative Agroalimentari, che condivide appieno le preoccupazioni espresse da Copa-geca e da altre 11 sigle europee che hanno firmato in questi giorni un accorato appello al Commissario dell’agricoltura UE, Janusz Wojciechowski, per scongiurare ogni approccio discriminatorio da parte della Commissione all’interno del Programma annuale di promozione, che resta “uno strumento essenziale per mantenere la competitività dell’agroalimentare in un contesto sempre più globalizzato”.

Nel merito, l’Alleanza Cooperative Agroalimentari evidenzia alcuni punti deboli dell’approccio perseguito dalla Commissione. L’introduzione dei sub-criteri per l’ammissione e il finanziamento dei progetti di promozione che penalizzano i progetti presentati da aziende di bevande alcoliche e carni rosse è una decisione che la Commissione motiva sulla base di un orientamento in linea con i principi di sostenibilità contenuti nella nuova Pac, nel Green Deal, nella Farm to fork e nel Beating Cancer plan.

“Si tratta evidentemente – commenta il Presidente di Alleanza Cooperative Agroalimentari Giorgio Mercuri – di una base giuridica alquanto discutibile, poiché come è noto i documenti indicati sono di fatto comunicazioni e posizioni strategiche della Commissione non ancora concretizzate in atti legislativi e giuridicamente vincolanti. Un problema che è stato esplicitamente evidenziato dagli Stati membri durante il voto sul Programma annuale di promozione 2022 con la decisione di astenersi o di votare contro, a differenza dell’Italia che invece ha votato a favore”.

La seconda obiezione è che nella nuova bozza del Programma di promozione la Commissione ha disconosciuto i grandi sforzi che i due settori delle carni rosse e del vino e alcol hanno compiuto in questi ultimi anni per garantire produzioni sempre più sostenibili. “Tali settori – ha dichiarato Mercuri – andrebbero supportati in questo percorso, scegliendo di concentrarsi sui messaggi che accompagnano i programmi di promozione, invece di decidere di discriminarli tout court”.