



consorzio  
extravergine  
di qualità

**PROMOZIONE EUROPEA: "L'UE FAVORISCE LA DISTORSIONE DI CONCORRENZA. PRODOTTI SPAGNOLI AVVANTAGGIATI DA FONDI DG REGIO".**

*Comunicato stampa*

*Roma 18 Ottobre 2012* - "L'Europa da un lato ci chiede l'unità e dall'altro rema contro! Favorendo, con il mancato coordinamento delle politiche di promozione, alcuni paesi a scapito di altri".

È quanto ha denunciato il Consorzio CEQ, nel corso della conferenza stampa "Promozione Europea: Concorrenza sleale?" che si è tenuta oggi a Roma presso il Sindacato Scrittori. Il Consorzio ha presentato immagini inequivocabili di un'Europa che incoraggia la distorsione di concorrenza contro ogni principio stabilito sin dai tempi del trattato di Roma, riportando quanto riscontrato nell'ambito delle proprie attività di promozione in India, Cina e Russia. Dove, con il sostegno dell'Unione Europea, sono in corso campagne di promozione identiche ma con vincoli diversi: all'Italia, che segue le regole della DG agricoltura, è permesso di pubblicizzare solo l'olio europeo, mentre alla Spagna, che segue le regole della DG Regio, è permessa la promozione dell'origine spagnola. Con il risultato che la seconda campagna si avvantaggia dell'effetto amplificatore della prima, pagata dagli italiani.

"I soldi dei produttori e dei contribuenti italiani stanno sostenendo la campagna di promozione dell'olio di oliva spagnolo in India, in Cina e in Russia," ha affermato il Presidente Elia Fiorillo. "Sembra un paradosso, ma in realtà è il risultato tangibile di quello che può capitare quando gli Uffici della Commissione non si coordinano tra loro" ha aggiunto "non vogliamo incriminare nessuno, ma chiediamo semplicemente giustizia e sappiamo che il Ministro Catania si sta battendo a Bruxelles per riparare al danno che i produttori italiani stanno subendo per colpa delle politiche dell'Unione".

Nel corso dell'incontro il Direttore del Consorzio Ceq, Mauro Meloni, ha illustrato le immagini della campagna pubblicitaria dell'olio di oliva spagnolo attualmente in corso in India, in Cina e in Russia, dove con il sostegno dei fondi comunitari la Spagna sta tentando di dirottare gli acquisti dei consumatori dalle marche e dagli oli italiani verso quelli di origine spagnola.



consorzio  
extravergine  
di qualità

“Il Consorzio ha segnalato ormai da oltre sei mesi a Bruxelles e alle istituzioni nazionali la distorsione di concorrenza che si è creata per la concomitante presenza dei due programmi promozionali, ma malgrado l’aiuto di Agea e l’intervento del Ministero, gli uffici comunitari non hanno ancora risolto il problema” ha affermato Meloni. “Il caso della campagna spagnola *"Oliveoilfromspain"*, condotta con i fondi comunitari, è un esempio che può ripetersi per altri prodotti e per altri Paesi dell’UE, sempre più interessati ai vantaggi di visibilità offerti dai fondi FESR, rispetto a quelli del FEAGA”.

“Il Ministero ha chiesto a Bruxelles di poter sospendere i programmi di promozione in atto, per limitare i danni per i produttori e i cittadini italiani che si trovano a sostenere un programma controproducente per la nostra economia - ha aggiunto Fiorillo - ma non vorremmo che i funzionari della DG Agri, fino ad ora ignari di quanto accadeva poche scrivanie più in là, siano troppo occupati a fare la guerra alla DG Regio sulle competenze in materia di agroalimentare, per occuparsi dei problemi dei contribuenti”.

“Confidiamo nella sensibilità politica del Commissario Ciolos, al quale non è certo sfuggito il paradosso che due regole opposte in un’Europa unita non possono esistere, perché creano fratture tra i produttori UE che incrinano il *sentiment* dell’Europa comune” .