



COMISSÃO EUROPEIA - COMUNICADO DE IMPRENSA

Livro Verde – Promoção dos Sabores da Europa

Bruxelas, 14 de Julho de 2011 – A Comissão Europeia lançou hoje o debate sobre sistemas a utilizar no futuro para a promoção e informação relativas aos produtos agrícolas da UE. Com a publicação de um Livro Verde sobre estas questões, a Comissão procura formas de modelar uma estratégia futura mais ambiciosa e bem estruturada, que evidencie, junto do consumidor europeu e estrangeiro, a qualidade, as tradições e o valor acrescentado dos produtos agrícolas e alimentares da UE.

Ao apresentar o Livro Verde hoje em Bruxelas, o Comissário Europeu com a pasta da Agricultura e do Desenvolvimento Rural, Dacian Cioloș, declarou: *«Para defenderem a saúde do consumidor, os agricultores europeus têm de fazer face a normas mais severas sobre saúde alimentar, condições ambientais e bem-estar animal do que os seus concorrentes em qualquer outra parte do mundo. O sector agrícola europeu necessita de uma política de promoção ambiciosa e eficaz que saliente o valor acrescentado do sector. É igualmente importante para o emprego e o crescimento europeus que o sector agro-alimentar da UE reforce a sua posição nos mercados tradicionais e emergentes. Consequentemente, temos de encontrar a melhor forma de adaptar os nossos sistemas em função deste objectivo.»*

O documento levanta uma série de questões multifacetadas e insta as partes interessadas (consumidores, produtores, distribuidores e autoridades oficiais) a comentar e a apresentar sugestões até 30 de Setembro de 2011. A Comissão irá elaborar uma comunicação com base nas contribuições recebidas, a publicar no próximo ano, a qual, por sua vez, conduzirá a propostas legislativas.

O Livro Verde está dividido em quatro secções (valor acrescentado europeu desta política; objectivos e medidas a aplicar no mercado interno da UE, incluindo nos mercados locais e regionais; objectivos e medidas a aplicar nos mercados internacionais; questões mais vastas sobre o teor e a gestão da política). As várias questões levantadas (16 no total) abarcam diferentes aspectos e sugestões que pretendem despoletar reacções. Levanta-se, por exemplo, a questão das necessidades específicas em termos de informação e promoção, quer no mercado da UE quer no mercado externo, e da definição de prioridades. Insta-se igualmente à reflexão sobre os programas que envolvem vários países e formas de incentivar programas de maior dimensão europeia.

Contexto

As informações e as normas de promoção em vigor na UE sobre os produtos agro-alimentares datam da década de 80. Foram sendo adaptados ao longo dos anos, nomeadamente com o aumento do número de marcas de qualidade. O orçamento da UE dedicado à promoção, nos termos do Regulamento (CE) n.º 3/2008 do Conselho, ascendeu a 50,6 milhões de euros em 2007, 53,2 milhões de euros em 2008, 47,4 milhões de euros em 2009 e 47,4 milhões de euros em 2010. A maioria dos sistemas vigentes têm por alvo o mercado da UE (71% dos programas, 74% do valor) e cerca de 8% são programas que abrangem grupos de países. Entre 2006 e 2010 foram aprovados 190 programas, na sua maioria trianuais, num valor total de 259,4 milhões de euros do orçamento da UE¹. (N.B: Requerem co-financiamento das organizações participantes e dos Estados-Membros). Além disso, ao abrigo das normas severas em vigor, foram rejeitadas, no período 2006-2010, cerca de 59% das candidaturas.

Outras informações

Para mais informações e para participar na consulta, ver:

http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/index_en.htm

Contactos:

[Roger Waite](#) (+32 2 296 14 04)

[Johan Reyniers](#) (+32 2 295 67 28)

¹ Ver http://ec.europa.eu/agriculture/prom/com-2010-692_en.pdf: Relatório sobre as medidas de informação e promoção (entre 2006 e meados de 2010).