

## Lancement de la campagne 2019 visant à promouvoir les produits agroalimentaires dans l'UE et dans le reste du monde

La Commission européenne et l'Agence exécutive pour les consommateurs, la santé, l'agriculture et l'alimentation de l'UE (Chafea) ont approuvé 81 campagnes visant à promouvoir les produits agroalimentaires de l'UE à l'intérieur comme à l'extérieur de l'UE pendant les trois prochaines années. Les campagnes sélectionnées bénéficieront d'un financement global de 200 millions d'euros provenant du budget agricole de l'UE.

M. Phil Hogan, commissaire chargé de l'agriculture et du développement rural, a déclaré à ce propos:

*Les produits agroalimentaires européens sont réputés pour leur qualité et leur authenticité dans le monde entier. Je l'ai constaté moi-même lorsque je me suis rendu dans plusieurs pays comme la Chine, le Japon, l'Indonésie, le Mexique ou la Colombie, accompagné par des producteurs agroalimentaires de l'UE. La Commission européenne soutient leur travail acharné en assurant la promotion de leurs produits et en maintenant une bonne réputation au niveau mondial.*

Les programmes de promotion visent à aider les producteurs à communiquer sur la qualité de leurs produits, à en faire la promotion au sein de l'UE et au-delà, et à ouvrir de nouveaux marchés. Ils sont axés sur un certain nombre de priorités, par exemple mettre en avant la qualité des produits alimentaires européens bénéficiant d'indications géographiques ou des modes de production biologique.

Sur les 81 campagnes approuvées, 55 ciblent des pays tiers, comme le Brésil, le Canada, la Chine, le Mexique et l'Inde. Les campagnes sélectionnées couvriront une large gamme de produits tels que les produits laitiers, les olives et les fruits et légumes. Ainsi, 16 programmes spécifiques seront consacrés au secteur des fruits et légumes, 8 aux fromages et aux produits laitiers. Cette année, les



programmes sélectionnés proviennent de candidats de 19 États membres.

### Contexte

Les programmes de promotion dits simples représentent la moitié du budget alloué à la politique de promotion. Les 100 millions d'euros restants sont consacrés à des programmes multiples (90,5 millions d'euros) et aux propres initiatives de la Commission (9,5 millions d'euros).

Les programmes de promotion simples sont présentés par une ou plusieurs entités proposant d'un même État membre, tandis que les programmes multiples sont présentés par au moins deux entités proposant d'au moins deux États membres ou par une ou plusieurs organisations européennes. Ces derniers sont gérés directement par l'Agence exécutive pour les consommateurs, la santé, l'agriculture et l'alimentation (Chafea), tandis que les programmes simples sont gérés par les administrations nationales. Cette année, 56 campagnes ont été retenues pour des programmes simples et 25 pour des programmes multiples.

Pour tous les programmes de promotion, un large éventail d'organisations, telles que des associations professionnelles, des groupements de producteurs et des organismes agroalimentaires chargés des activités de promotion pouvaient demander à bénéficier d'un financement en participant à l'appel à propositions lancé en janvier 2019. Ces candidats ont ensuite été évalués et classés par la Chafea, avec l'aide d'experts externes.

Lien article :

[https://ec.europa.eu/info/news/launch-2019-campaign-promote-eu-agri-food-home-and-abroad-2019-oct-18\\_fr](https://ec.europa.eu/info/news/launch-2019-campaign-promote-eu-agri-food-home-and-abroad-2019-oct-18_fr)

