



Säljfrämjande åtgärder m.m. för jordbruksprodukter

Sammanfattning

Utskottet behandlar i detta utlåtande Europeiska kommissionens grönbok om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker KOM(2011) 436. Med grönboken vill kommissionen inleda en översyn av EU:s politik för säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer samt initiera en diskussion om hur nuvarande system skulle kunna utvecklas och förbättras som instrument i den gemensamma jordbrukspolitiken

I grönboken framhålls det att de framgångar som det europeiska jordbruket och den europeiska livsmedelsindustrin haft inte får dölja det faktum att de också står inför betydande utmaningar. Nya aktörer har etablerat sig som starka konkurrenter både på EU:s traditionella marknader och på de framväxande marknaderna. EU:s politik för säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer till stöd för jordbruksprodukter bör ses över för att lyfta fram de betydande resurser som finns hos det europeiska jordbruket och den europeiska livsmedelsindustrin.

Utskottets övergripande ståndpunkt är att informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder inte ska finansieras med offentliga medel. Eftersom ett system med offentligt stöd till informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder redan existerar, ligger det i svenskt intresse att se till att gemenskapens medel används på ett så klokt och effektivt sätt som möjligt.

Utskottet föreslår att ärendet avgörs efter endast en bordläggning.

Innehållsförteckning

Sammanfattning	1
Utskottets förslag till riksdagsbeslut	3
Redogörelse för ärendet	4
Ärendet och dess beredning	4
Grönbokens huvudsakliga innehåll	4
Utskottets granskning	6
Faktapromemoria	6
Subsidiaritets- och proportionalitetsprinciperna	6
Utskottets ställningstagande	6
<i>Bilaga</i>	
Förteckning över behandlade förslag	8

Utskottets förslag till riksdagsbeslut

Grönbok om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker

Riksdagen lägger utlåtandet till handlingarna.

Utskottet föreslår att ärendet avgörs efter endast en bordläggning.

Stockholm den 22 september 2011

På miljö- och jordbruksutskottets vägnar

Matilda Ernkrans

Följande ledamöter har deltagit i beslutet: Matilda Ernkrans (S), Bengt-Anders Johansson (M), Lars Hjalmered (M), Johan Löfstrand (S), Rune Wikström (M), Helén Pettersson i Umeå (S), Johan Hultberg (M), Sara Karlsson (S), Pyy Niemi (S), Åsa Coenraads (M), Irene Oskarsson (KD), Josef Fransson (SD), Jens Holm (V), Christer Akej (M), Christina Karlsson (S), Kew Nordqvist (MP) och Lars Tysklind (FP).

Redogörelse för ärendet

Ärendet och dess beredning

Den 1 september 2011 hänvisade kammaren Europeiska kommissionens grönbok om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker till miljö- och jordbruksutskottet.

Utskottet har mottagit Regeringskansliets faktapromemoria 2011/12: FPM152 Grönbok om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker.

Grönbokens huvudsakliga innehåll

Det europeiska jordbrukets och den europeiska livsmedelsindustrins produkter håller hög kvalitet. De framgångar som det europeiska jordbruket och den europeiska livsmedelsindustrin haft får inte dölja det faktum att de också står inför betydande utmaningar. De globala marknaderna befinner sig i stark tillväxt. Nya aktörer har etablerat sig som starka konkurrenter både på EU:s traditionella marknader och på de framväxande marknaderna. EU-producenternas arbete i hälso-, miljö- och djurskyddsfrågor är inte känt för alla, och det är inte heller alltid som detta arbete får det erkännande som det förtjänar. De säljfrämjande åtgärderna utanför EU är i dag begränsade.

EU är världsledande inom handel med jordbruksprodukter och livsmedel men tappar marknadsandelar till mer aggressiva aktörer. Enligt grönboken är det i första hand en uppgift för producenterna, exportföretagen och medlemsstaterna att främja försäljningen av sina produkter, men EU kan spela en avgörande roll genom att underlätta och komplettera detta arbete.

Inom ramen för förordning (EG) nr 3/2008 genomförs informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden i form av program som föreslås av branschorganisationer i en eller flera medlemsstater. Dessa program, som oftast medfinansieras av alla medverkande parter (EU, branschorganisationerna och respektive medlemsstat), har i allmänhet en löptid på tre år och avser en eller flera produkter eller kvalitetsmärkningar. Enligt grönboken är deras omfattning på europeisk nivå för närvarande otillräcklig. Politiken för säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter bör därför ses över.

En ny informations- och säljfrämjandestrategi bör som bättre kan lyfta fram de värden som finns inom det europeiska jordbruket och den europeiska livsmedelsindustrin. Syftet med grönboken är att inleda en översyn genom att ställa ett antal frågor till alla berörda aktörer – konsumenter,

producenter, återförsäljare och förvaltningar – för att ange grunddragen för en riktad och ambitiös säljfrämjande- och informationsstrategi som kan lyfta fram de betydande resurser som finns hos det europeiska jordbruket och den europeiska livsmedelsindustrin.

Samrådet kommer att avslutas den 30 september 2011.

Utskottets granskning

Faktapromemoria

I faktapromemorian redovisar regeringen sin preliminära ståndpunkt. Regeringen framhåller att informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder inte ska finansieras med offentliga medel.

Eftersom ett system med offentligt stöd till informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder redan existerar, ligger det i svenskt intresse att bevaka att gemenskapens medel utnyttjas på ett så effektivt sätt som möjligt. Sverige ska aktivt verka för att dessa utgifter minskar och motverka att de ökar.

Regeringen välkomnar kommissionens initiativ att förbättra och effektivisera dagens system för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder.

Subsidiaritets- och proportionalitetsprinciperna

Eftersom det i grönboken inte presenteras några konkreta förslag till ny lagstiftning är det inte aktuellt med en bedömning utifrån subsidiaritets- och proportionalitetsprinciperna.

Utskottets ställningstagande

Utskottets övergripande ståndpunkt är att informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder inte ska finansieras med offentliga medel. I förlängningen kan åtgärderna vara tillväxthämmande och bromsa frihandelsöverenskommelser på global nivå. Dessutom finns risken att stödet snedvrider konkurrensen gentemot producenter i tredjeländer.

Eftersom ett system med offentligt stöd till informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder redan existerar, ligger det i svenskt intresse att bevaka att gemenskapens medel utnyttjas på ett så effektivt sätt som möjligt. Utskottet anser i likhet med regeringen att Sverige aktivt ska verka för att dessa utgifter minskar och motverka att de ökar.

Som regeringen redovisat bör grönboken ses i ljuset av att kommissionen i juni 2011 presenterade ett förslag till en flerårig budgetram för perioden 2014–2020, vilket kommer att förhandlas under 2011 och 2012. Utskottet anser att det svenska agerandet i diskussionen om främjandeåtgärder ska vara i linje med Sveriges övergripande målsättning om en utgiftsnivå väl under 1 % av EU:s bruttonationalinkomst och en modernisering av budgetens utgiftsstruktur, vilket till stor del måste uppnås genom väsentligt lägre utgifter för den gemensamma jordbrukspolitiken.

I likhet med regeringen anser utskottet att det är viktigt att regelförenkling eftersträvas, att regelverket kan tillämpas på ett sätt som innebär att alla medlemsstater i unionen behandlas lika, att stöd till marknadsföring av

produkter som kan vara skadliga för hälsan motverkas, att åtgärderna är förenliga med gröna boxens kriterier i WTO:s jordbruksavtal samt att medlemsstaternas deltagande med finansiering förblir frivilligt.

BILAGA

Förteckning över behandlade förslag

Europeiska kommissionens grönbok om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker, KOM(2011) 436.