



## Förändringar av rådets förordningar om säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter

Jordbruksdepartementet

2004-05-05

### Dokumentbeteckning

KOM (2004) 233

Rapport till Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av rådets förordning (EG) nr 2702/1999 om informations- och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter i tredje land och rådets förordning (EG) nr 2826/2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden. Förslag till rådets förordning om ändringa av förordning (EG) nr 2701/1999 om informations- och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter i tredje land och förordning (EG) nr 2826/2000 om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden.

### Sammanfattning

Inom EU finns två rådsförordningar som möjliggör för gemenskapen att genomföra säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter. En av rådsförordningarna reglerar åtgärder på tredjelandsmarknader och den andra reglerar åtgärder på den inre marknaden. Syftet med förordningarna är att utveckla en övergripande och konsekvent politik för informations- och säljfrämjande åtgärder. Detta ska göras utan att stimulera till konsumtion av en viss produkt p.g.a. dess särskilda ursprung. Genom åtgärderna förväntas bilden av gemenskapens produkter främjas och det öppnas upp för nya avsättningsmöjligheter för gemenskapens jordbruksprodukter.

Enligt de två gällande rådsförordningarna ska kommissionen rapportera till Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av förordningarna från deras ikraftträdande 1999 resp. 2000 till utgången av år 2003. Av rapporten framgår att kommissionen generellt anser att systemen med säljfrämjande åtgärder fungerar tillfredsställande men kommissionen har uppmärksammat ett antal områden där förbättringar skulle kunna göras och där förslag till förändringar av rådsförordningarna görs. Den viktigaste förändringen som

# 1 Förslaget

## 1.1 Innehåll

Jordbruksrådet antog under 1999 resp. 2000 två nya rådsförordningar om informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter i tredje land resp. på den inre marknaden. De nya förordningarna innebar en övergång från de tolv olika system som tidigare tillämpades till ett gemensamt regelverk. Den viktigaste förändringen jämfört med det tidigare regelverket var att det infördes ett krav på nationell medfinansiering på 20 procent för att kunna genomföra ett projekt. Det nationella deltagandet gjordes dock frivilligt. Liksom i det regelverk som gällde innan 1999 uppgår kommissionens finansieringsandel till 50 procent av de totala projektkostnaderna. Vartannat år fastställer kommissionen vilka teman, t.ex. ekologisk produktion, och vilka produktgrupper för vilka medel kan beviljas.

Av den rapport som kommissionen nu överlämnar till Europaparlamentet och rådet framgår att sedan dessa två förordningar infördes 1999/2000 har EU:s budgetanslag varierat mellan 60 och 70 meuro. Under 2002 och 2003 var medelsförbrukningen 24 resp. 47 procent av anslaget. Kommissionen gör bedömningen att förbrukningen kommer att öka till ca 80 procent under 2004. Sammanlagt har 30 program med en total budget på 45 meuro startats på marknaderna i tredjeländer medan 94 program med en total budget på 166 meuro har godkänts för EU:s inre marknad. Gällande programmen på den inre marknaden har åtgärder riktade till frukt och gröntsektorn tagit i anspråk nästan hälften av budgeten, åtgärder till mjölksektorn har tagit i anspråk 11 procent av budgeten, ekologiskt jordbruk ca 10 procent och vinsektorn ca 6 procent.

Kommissionens slutsats i rapporten är att det finns två huvudproblem som måste angripas, nämligen att de program som genomförts på den inre marknaden hittills i huvudsak varit av nationellt intresse och bara av begränsat europeiskt intresse samt att intresset för program i tredje land har varit begränsat och därmed inte medfört tillräcklig exponering av EU:s produkter. Förslag presenteras därför på hur större tonvikt ska kunna läggas på program som är av intresse på EU-nivå och hur synergier mellan den nationella nivån och EU-nivån ska kunna säkerställas samt hur KOM ska kunna ges större möjlighet att ta initiativ till program i främst tredjeländer.

Förslagen kan sammanfattas enligt följande.

- Kvaliteten i ansökningarna om medel för säljfrämjande ska förbättras genom att kraven på medlemsstaternas granskning av inkomna ansökningar ska skärpas. Det ska även fastställas tydligare riktlinjer för hur ansökningarna ska utformas.

- Den medfinansiering som krävs från medlemsstaterna ska undantas från bestämmelserna om statligt stöd vilket hittills inte varit fallet.
- Kommissionen ska ges större flexibilitet när det gäller att ta initiativ till informationsverksamhet och säljfrämjande kampanjer av intresse på EU-nivå. Kommissionen vill på detta vis bättre utnyttja budgeten samt försäkra att samtliga teman och produktgrupper omfattas av kampanjer.
- En högsta och lägsta budget för de enskilda programmen ska fastställas i syfte att undvika ineffektiva program samt att säkerställa en jämn fördelning av budgeten på de olika teman och produktgrupperna.
- Större flexibilitet i finansieringen ska införas vilket kan innebära att medlemsstaterna från projekt till projekt kan besluta om att delta med nationella medel eller inte. Samtidigt föreslås att den minsta finansieringen som krävs från organisationer ska uppgå till 20 procent att jämföra med dagens krav på 30 procent. Eftersom kommissionens medfinansiering även fortsättningsvis föreslås uppgå till 50 procent innebär detta att den maximala statliga finansieringen ökar från 20 till 30 procent.
- Slutligen föreslås en rad förenklingar av administrationen, bl.a. genom att tillämpningen av de två rådsförordningarna harmoniseras.

Kommissionen föreslår att förändringarna tillämpas från 1 januari, 2005.

## 1.2 Gällande svenska regler och förslagets effekt på dessa

Förordningarna är direkt tillämpliga i Sverige och förslagen bedöms inte innebära någon påverkan på svenska regler.

## 1.3 Budgetära konsekvenser

Enligt KOM innebär förslagen inte några budgetkonsekvenser eftersom rådsförordningarna enbart ändras i syfte att förbättra funktionen hos systemen för säljfrämjande åtgärder.

Genom att kravet på statlig medfinansiering tas bort och eftersom S har haft begränsade möjligheter att medfinansiera program kan förslaget innebära ett eventuellt förbättrat återflöde till S.

### 2.1 Svensk ståndpunkt

Sverige anser att den grundläggande principen bör vara att företagen själva finansierar marknadsföring av sina produkter. Det är därför olyckligt att kommissionen föreslår att förordningen om säljfrämjande på tredjelandsmarknaden ska fortsätta att gälla samt att inget förslag läggs om att upphäva förordningen om säljfrämjande på den inre marknaden. De förändringar av LBU-förordningen som gjordes i samband med CAP-reformen ger möjlighet till säljfrämjandekampanjer på den inre marknaden vilket talar för att en ytterligare förordning som möjliggör detta är överflödig.

Sett till de enskilda förändringar som kommissionen föreslår finns det en rad förbättringar i dessa jämfört med dagens system. Framförallt gäller detta förenklingar och ökade krav på kvaliteten i ansökningar och projekt samt ett effektivare utnyttjande av budgeten. Sverige anser det även vara positivt med en ökad flexibilitet i den statliga medfinansieringen.

### 2.2 Medlemsstaternas ståndpunkter

Medlemsstaternas ståndpunkter är inte helt kända. Vid förhandlingarna om en förordning för tredje land 1999 var D, NL och UK mot kommissionens förslag och drev tillsammans med S igenom att förordningen skulle vara tidsbegränsad. FIN och IRL hade ingen bestämd uppfattning i frågan medan övriga medlemsstater stödde kommissionens förslag. Vid förhandlingarna om en förordning för den inre marknaden år 2000 var även DK negativa.

Statistik visar att det främst är I, F, E och delvis D som tillämpar systemen. Möjligen kan detta ge en fingervisning om inställningen till systemen. De medlemsstater som minst utnyttjat systemen är IRL, FIN och S.

De nya medlemsstaternas ståndpunkter är inte kända.

### 2.3 Institutionernas ståndpunkter

Institutionernas ståndpunkter är ännu inte kända.

### 2.4 Remissinstansernas ståndpunkter

Frågan har inte remissbehandlats.

### 3.1 Fortsatt behandling av ärendet

Förslagen till förändringar av förordningarna kommer att diskuteras i en rådsarbetsgrupp. Första datum för möte i denna arbetsgrupp är den 13 maj.

### 3.2 Rättslig grund och beslutsförfarande

De båda rådsförordningarna baseras på artiklarna 36 och 37 i EG-fördraget. Beslut fattas med kvalificerad majoritet.

### 3.3 Fackuttryck/termer