



EUROPSKI PARLAMENT

2009 - 2014

---

*Odbor za poljoprivredu i ruralni razvoj*

---

**2013/0398(COD)**

15.1.2014.

**\*\*\*|**

## **NACRT IZVJEŠĆA**

o prijedlogu Uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o informiranju i  
promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u  
trećim zemljama  
(COM(2013)0812 – C7-0416/2013 – 2013/0398(COD))

Odbor za poljoprivredu i ruralni razvoj

Izvjestiteljica: Esther Herranz García

### ***Oznake postupaka***

- \* Postupak savjetovanja
- \*\*\* Postupak suglasnosti
- \*\*\*I Redovni zakonodavni postupak (prvo čitanje)
- \*\*\*II Redovni zakonodavni postupak (drugo čitanje)
- \*\*\*III Redovni zakonodavni postupak (treće čitanje)

(Navedeni se postupak temelji na pravnoj osnovi predloženoj u nacrtu akta.)

### ***Izmjene nacrta akta***

#### **Amandmani Parlamenta u obliku dvaju stupaca**

Brisanja su označena **podebljanim kurzivom** u lijevom stupcu. Izmjene su označene **podebljanim kurzivom** u obama stupcima. Novi tekst označen je **podebljanim kurzivom** u desnom stupcu.

U prvom i drugom retku zaglavlja svakog amandmana naznačen je predmetni odlomak iz nacrta akta koji se razmatra. Ako se amandman odnosi na postojeći akt koji se želi izmijeniti nacrtom akta, zaglavlje sadrži i treći redak u kojem se navodi postojeći akt te četvrti redak u kojem se navodi odredba akta na koju se izmjena odnosi.

#### **Amandmani Parlamenta u obliku pročišćenog teksta**

Novi dijelovi teksta označuju se **podebljanim kurzivom**. Brisani dijelovi teksta označuju se oznakom █ ili su precrtni. Izmjene se naznačuju tako da se novi tekst označi **podebljanim kurzivom**, a da se zamijenjeni tekst izbriše ili precrta.

Iznimno, izmjene stroga tehničke prirode koje unesu nadležne službe prilikom izrade konačnog teksta ne označuju se.

## **SADRŽAJ**

### **Stranica**

NACRT ZAKONODAVNE REZOLUCIJE EUROPSKOG PARLAMENTA .....	5
EXPOSICIÓN DE MOTIVOS .....	31



## NACRT ZAKONODAVNE REZOLUCIJE EUROPSKOG PARLAMENTA

**o prijedlogu Uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama (COM(2013)0812 – C7-0416/2013 – 2013/0398(COD))**

**(Redovni zakonodavni postupak: prvo čitanje)**

*Europski parlament,*

- uzimajući u obzir prijedlog Komisije upućen Europskom parlamentu i Vijeću (COM(2013)0812),
  - uzimajući u obzir članak 294. stavak 2. i članke 42. i 43. stavak 2. Ugovora o funkcioniranju Europske unije, u skladu s kojima je Komisija podnijela prijedlog Parlamentu (C7-0416/2013),
  - uzimajući u obzir članak 294. stavak 3. Ugovora o funkcioniranju Europske unije,
  - uzimajući u obzir članak 55. Poslovnika,
  - uzimajući u obzir izvješće Odbora za poljoprivredu i ruralni razvoj i mišljenje Odbora za unutarnje tržište i zaštitu potrošača (A7-0000/2014),
1. usvaja sljedeće stajalište u prvom čitanju;
  2. traži od Komisije da predmet ponovno uputi Parlamentu ako namjerava bitno izmijeniti svoj prijedlog ili ga zamijeniti drugim tekstom;
  3. nalaže svojem predsjedniku da stajalište Parlamenta proslijedi Vijeću, Komisiji i nacionalnim parlamentima.

### Amandman 1

#### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 1.

*Tekst koji je predložila Komisija*

(1) U skladu s Uredbom Vijeća (EZ) br. 3/2008<sup>15</sup>, Unija može provesti mјere za informiranje i promociju za određene poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i tržištu trećih zemalja i njihove metode proizvodnje te **određene prehrambene** proizvode dobivene od poljoprivrednih proizvoda.

*Izmjena*

(1) U skladu s Uredbom Vijeća (EZ) br. 3/2008<sup>15</sup>, Unija može provesti mјere za informiranje i promociju za određene poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i tržištu trećih zemalja i njihove metode proizvodnje te proizvode dobivene od poljoprivrednih proizvoda.

---

<sup>15</sup> Uredba Vijeća (EZ) br.º3/2008 od 17. prosinca 2007. o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama (SL L 3, 5.1.2008., str. 1.).

---

<sup>15</sup> Uredba Vijeća (EZ) br. 3/2008 od 17. prosinca 2007. o informiranju i promotivnim mjerama za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama (SL L 3, 5.1.2008., str. 1.).

Or. es

### *Justification*

*En momentos de crisis como el actual, conviene aplicar medidas que favorezcan el relanzamiento económico de los Estados miembros, como la ampliación de los productos que podrán beneficiarse de este reglamento, para el que la Comisión prevé cuadruplicar el gasto.*

## **Amandman 2**

### **Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 4.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

*(4) Poštujući pravila tržišnog natjecanja, mjere koje se odnose na unutarnje tržište trebaju se ograničiti na informiranje o posebnostima metoda poljoprivredne proizvodnje Unije ili o temama koje su od interesa za Uniju poput europskih sustava kvalitete uspostavljenih Uredbom (EU) br.º1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća<sup>16</sup>.*

*Briše se.*

---

*<sup>16</sup> Uredba (EU) br.º1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 21. studenoga 2012. o sustavima kvalitete za poljoprivredne i prehrambene proizvode (SL L 343 od 14.12.2012. str. 1.).*

Or. es

### *Justification*

*El reglamento en vigor no diferencia el tipo de acciones según se realicen en el mercado interno o en el mercado externo. Debería ser posible realizar en el mercado exterior*

*campañas de información sobre los elevados estándares que cumplen las producciones europeas y las campañas de promoción no deberían quedar excluidas en el mercado interior.*

### Amandman 3

#### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 6.

*Tekst koji je predložila Komisija*

(6) Unija izvozi uglavnom gotove poljoprivredne proizvode, među kojima poljoprivredne proizvode izvan Priloga I. Ugovoru o funkcioniranju Europske unije („Ugovor“). Prikladno je stoga sustav informiranja i promocije *određenim prehrambenim proizvodima dobivenima od poljoprivrednih proizvoda, u skladu s drugim sustavima zajedničke poljoprivredne politike („ZPP“) poput europskih sustava kvalitete, kojima se već predviđaju sustavi koji su otvoreni ovim proizvodima.*

*Izmjena*

(6) Unija izvozi uglavnom gotove poljoprivredne proizvode, među kojima poljoprivredne proizvode izvan Priloga I. Ugovoru o funkcioniranju Europske unije („Ugovor“). *U razdobljima krize kao što je sadašnje, prikladno je primijeniti mјere kojima se potiče ponovni gospodarski rast država članica. Poljoprivredni proizvodi i preradeni poljoprivredni proizvodi u cjelini imaju važnu ulogu u gospodarskome oporavku.* Prikladno je, stoga, *otvoriti* sustav informiranja i promocije *novim* proizvodima *koji nisu uvršteni u Prilog I. Ugovora. Njihovo sudjelovanje u promotivnim i informativnim kampanjama može neizravno koristiti primarnom sektoru, ali njihova prisutnost treba ostati ograničena kako bi se poljoprivrednim proizvodima jamčila prednost.*

Or. es

#### *Justification*

*En castellano los productos "agrarios" cubren tanto al sector agrícola como al ganadero.*

### Amandman 4

#### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 7.

*Tekst koji je predložila Komisija*

*(7) Informiranje o vinima Unije i njihova promocija jedna su od vodećih mјera*

*Izmjena*

*Briše se.*

*programa potpore vinogradarstvu koje predviđa ZPP. Stoga bi trebalo ograničiti prihvatljivost vina koja mogu biti predmet mjera informiranja i promocije u okviru tog sustava samo na slučaj da je vino povezano s drugim poljoprivrednim ili prehrambenim proizvodom.*

Or. es

#### *Justification*

*El vino debería participar en las campañas previstas en este reglamento en condiciones semejantes a las aplicadas a otras producciones beneficiarias. Actualmente no es posible la gestión directa por parte de la Comisión de campañas vitivinícolas financiadas a través de las disposiciones de la Organización Común de Mercados, lo que impide en la práctica la realización de programas multi-países. Por otra parte, este reglamento contiene una cláusula para evitar cualquier doble financiación.*

#### **Amandman 5**

##### **Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 8.**

###### *Tekst koji je predložila Komisija*

(8) U razdoblju 2001.-2011. tek se 30 % proračunskih sredstava namijenjenih informiranju i promotivnim mjerama na temelju Uredbe (EZ) br.º3/2008 odnosilo na tržišta trećih zemalja, premda je potencijal rasta tih tržišta bio znatan. Potrebno je predvidjeti **posebne** načine za poticanje provedbe većeg broja mjera za informiranje i promociju poljoprivrednih proizvoda Unije u trećim zemljama, posebno većim finansijskim potporama, **u cilju postizanja 75 % predviđenih izdataka.**

###### *Izmjena*

(8) U razdoblju 2001. – 2011. tek se 30 % proračunskih sredstava namijenjenih informiranju i promotivnim mjerama na temelju Uredbe (EZ) br. 3/2008 odnosilo na tržišta trećih zemalja, premda je potencijal rasta tih tržišta bio znatan. Potrebno je predvidjeti načine za poticanje provedbe većeg broja mjera za informiranje i promociju poljoprivrednih proizvoda Unije u trećim zemljama, posebno većim finansijskim potporama.

Or. es

#### *Justification*

*El mercado exterior presenta en estos momentos el mayor potencial de crecimiento para las*

*producciones europeas, pero no se puede descuidar el mercado interior. El objetivo previsto por la Comisión Europea es muy elevado además de rígido y no se puede prejuzgar cuál será en el futuro la evolución de los mercados.*

## Amandman 6

### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 10.

*Tekst koji je predložila Komisija*

(10) Informiranjem i promotivnim mjerama koje sufinancira Unija treba se prenijeti posebna europska dimenzija. U tu svrhu i kako bi se izbjeglo rasipanje sredstava i povećala vidljivost Europe mjerama za informiranje i promociju poljoprivrednih proizvoda, potrebno je predvidjeti izradu programa rada kojim će se definirati strateški prioriteti tih mjera u pogledu stanovništva, proizvoda, tema ili ciljnih tržišta te karakteristike informativnih i promotivnih poruka.

*Komisija će osobito voditi računa o prevladavajućem mjestu malih i srednjih poduzeća u poljoprivredno-prehrambenom sektoru, u sektorima koji koriste izvanredne mjere predviđene člancima 154., 155. i 156. Uredbe (EU) XXX/20... [Europskog parlamenta i Vijeća od... o zajedničkoj organizaciji tržišta poljoprivrednih proizvoda (Uredba „o jedinstvenom ZOT-u“) (COM(2011)626)] i sporazumima o slobodnoj razmjeni u okviru trgovinske politike Europske unije u pogledu mjera usmjerenih prema trećim zemljama.*

*Izmjena*

(10) Informiranjem i promotivnim mjerama koje sufinancira Unija treba se prenijeti posebna europska dimenzija. U tu svrhu i kako bi se izbjeglo rasipanje sredstava i povećala vidljivost Europe mjerama za informiranje i promociju poljoprivrednih proizvoda, potrebno je predvidjeti izradu programa rada kojim će se definirati strateški prioriteti tih mjera u pogledu stanovništva, proizvoda, tema ili ciljnih tržišta te karakteristike informativnih i promotivnih poruka.

*Spomenuti program treba nadopunjavati ostale aktivnosti pokrenute na inicijativu država članica ili subjekata i s njima biti sukladan. Mala i srednja poduzeća u poljoprivredno-prehrambenom sektoru morat će imati prioritet i veću stopu sufinanciranja od strane Komisije.*

Or. es

### *Justification*

*Conviene clarificar el lugar predominante que deben ocupar las pequeñas y medianas empresas en los programas teniendo en cuenta que son las que disponen de menos recursos para medidas de promoción e información. Por otra parte, la ponente propone la inclusión de una lista de objetivos que deben de quedar plasmados en el acto de base, entre los que*

*figuran medidas de promoción para hacer frente a las crisis agrarias.*

## Amandman 7

### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 10.a (nova)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

*(10a) Program rada Komisije bit će razrađen na temelju ciljeva određenih ovom Uredbom, usmjerenih na povećanje tržišnog udjela europskih proizvoda i njihove konkurentnosti, osobito u sektorima najviše zahvaćenima trgovinskim sporazumima, ponovno uspostavljanje normalnih tržišnih uvjeta u slučaju krize te informiranje potrošača o višim normama koje se zakonodavstvom Unije postavljaju za proizvođače.*

Or. es

## Amandman 8

### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 12.a (nova)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

*(12a) Napor i kad je riječ o promociji proizvoda Unije na tržištima trećih zemalja ponekad su ugroženi konkurenjom imitacija i falsifikata. U cilju zaštite proizvoda Unije od takvih praksi, Komisija može pružiti savjet i pomoći subjektima Unije. Tehnička podrška predviđena ovom Uredbom kad je riječ o mjerama na inicijativu Komisije može obuhvaćati ovu ulogu.*

Or. es

## Amandman 9

### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 16.

*Tekst koji je predložila Komisija*

(16) Treba utvrditi kriterije financiranja mjera. Općenito, Unija bi ***trebala*** snositi ***samo dio troškova*** programa kako bi se zainteresirani subjekti predlagatelji učinili odgovornima. Određeni administrativni troškovi i troškovi osoblja, koji nisu povezani s provedbom ZPP-a, sastavni su dio informiranja i promocije te Uniji mogu biti prihvatljivi za financiranje.

*Izmjena*

(16) Treba utvrditi kriterije financiranja mjera. Općenito, Unija ***i države članice ne*** bi ***trebali*** snositi ***ukupne troškove*** programa kako bi se zainteresirani subjekti predlagatelji učinili odgovornima. Određeni administrativni troškovi i troškovi osoblja, koji nisu povezani s provedbom ZPP-a, sastavni su dio informiranja i promocije te Uniji mogu biti prihvatljivi za financiranje. ***Ipak, u slučaju poljoprivredne krize, sufinciranje Unije može dosegnuti 100 %.***

Or. es

## Amandman 10

### Prijedlog Uredbe Uvodna izjava 18.

*Tekst koji je predložila Komisija*

(18) Kako bi se osigurala dosljednost i učinkovitost mjera predviđenih ovom Uredbom te kvalitetno upravljanje i učinkovita upotreba finansijskih sredstava Unije, treba ovlastiti Komisiju za donošenje akata u skladu s člankom 290. Ugovora, u pogledu posebnih uvjeta vidljivosti marki i navođenja podrijetla, kriterija za prihvatljivost subjekata predlagatelja, uvjeti natječaja provedbenih tijela te uvjeti prema kojima subjekt predlagatelja može biti ovlašten sam provoditi određene dijelove programa te, napisljetu, posebnih uvjeta prihvatljivosti troškova informiranja i promocije za jednostavne programe. Posebno je bitno da Komisija započne s primjerenim

*Izmjena*

(18) Kako bi se osigurala dosljednost i učinkovitost mjera predviđenih ovom Uredbom te kvalitetno upravljanje i učinkovita upotreba finansijskih sredstava Unije, treba ovlastiti Komisiju za donošenje akata u skladu s člankom 290. Ugovora, u pogledu posebnih uvjeta vidljivosti marki i navođenja podrijetla, kriterija za prihvatljivost subjekata predlagatelja, uvjeti natječaja provedbenih tijela te uvjeti prema kojima subjekt predlagatelja može biti ovlašten sam provoditi određene dijelove programa te, napisljetu, posebnih uvjeta prihvatljivosti troškova informiranja i promocije za jednostavne programe. Posebno je bitno da Komisija započne s primjerenim

savjetovanjima tijekom svog pripremnog rada, uključujući i pomoć vanjskih stručnjaka. Za vrijeme pripreme i pisanja delegiranih akata, Komisija treba voditi računa da svi potrebni dokumenti budu pravodobno dostavljeni na primjereni način, istodobno Europskom parlamentu i Vijeću.

savjetovanjima tijekom svog pripremnog rada, uključujući i pomoć vanjskih stručnjaka. Za vrijeme pripreme i pisanja delegiranih akata, Komisija **dostavlja sve potrebne dokumente**, pravodobno, na primjereni način *i* istodobno, Europskom parlamentu i Vijeću.

Or. es

## Amandman 11

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 1. – stavak 1.

*Tekst koji je predložila Komisija*

Mjere informiranja i promocije za poljoprivredne proizvode i **odredene prehrambene** proizvode dobivene od poljoprivrednih proizvoda (dalje u tekstu: „mjere informiranja i promocije”), koje se provode na unutarnjem tržištu ili u trećim zemljama, mogu se financirati iz proračuna Unije, u cijelosti ili djelomično, pod uvjetima predviđenima ovom Uredbom.

*Izmjena*

Mjere informiranja i promocije za poljoprivredne proizvode i proizvode dobivene od poljoprivrednih proizvoda (dalje u tekstu: „mjere informiranja i promocije”), koje se provode na unutarnjem tržištu ili u trećim zemljama, mogu se financirati iz proračuna Unije, u cijelosti ili djelomično, pod uvjetima predviđenima ovom Uredbom.

Or. es

### *Justification*

*Enmienda aclaratoria.*

## Amandman 12

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 1.a (novi)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

#### **Članak 1.a**

##### *Ciljevi*

*U program rada predviđen člankom 8.*

*uvršteni su sljedeći ciljevi:*

- a) Povećanje tržišnog udjela proizvoda Unije, s posebnim naglaskom na tržišta s najvećim potencijalom rasta.*
- b) Ponovno uspostavljanje normalnih tržišnih uvjeta u slučaju ozbiljnih nemira, gubitka povjerenja potrošača i posebnih problema.*
- c) Povećanje konkurentnosti i prepoznatljivosti proizvoda Unije unutar i izvan Unije, osobito onih najugroženijih globalizacijom međunarodne trgovine.*
- d) Informiranje potrošača o višim normama koje se postavljaju za proizvode Unije kao posljedica primjene zajedničke poljoprivredne politike (ZPP).*

Or. es

*Justification*

*Los objetivos de las campañas de información y promoción son elementos esenciales que deben de quedar reflejados en el acto de base. Debe quedar claro que este instrumento podrá ser utilizado para contribuir a restablecer condiciones normales de mercado en situaciones críticas.*

**Amandman 13**

**Prijedlog Uredbe  
Članak 2. – naslov**

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

Mjere primjenjene na unutarnje tržište

Mjere primjenjene na unutarnje *i vanjsko* tržište

Or. es

*Justification*

*Es conveniente fusionar el artículo 2 y 3 de este reglamento para mayor claridad y lectura del mismo, en la línea del reglamento en vigor, en el que no se hace ninguna distinción entre el mercado interior y el mercado exterior. Debería ser posible realizar en el mercado exterior campañas de información sobre los elevados estándares que cumplen las producciones*

*europeas y las campañas de promoción no deberían quedar excluidas en el mercado interior.*

## Amandman 14

### Prijedlog Uredbe Članak 2. – uvodni dio

*Tekst koji je predložila Komisija*

Mjere prihvatljive za primjenu **na unutarnje tržište** su sljedeće:

*Izmjena*

Mjere prihvatljive za primjenu su sljedeće:

Or. es

### *Justification*

*Es conveniente fusionar el artículo 2 y 3 de este reglamento para mayor claridad y lectura del mismo, en la línea del reglamento en vigor, en el que no se hace ninguna distinción entre el mercado interior y el mercado exterior. Debería ser posible realizar en el mercado exterior campañas de información sobre los elevados estándares que cumplen las producciones europeas y las campañas de promoción no deberían quedar excluidas en el mercado interior.*

## Amandman 15

### Prijedlog Uredbe Članak 2. – točka a

*Tekst koji je predložila Komisija*

a) mjere informiranja u svrhu isticanja posebnosti i načina poljoprivredne proizvodnje Unije, osobito u pogledu sigurnosti hrane, autentičnosti, hranjivih i zdravstvenih aspekata, dobrobiti životinja *ili* poštovanja okoliša;

*Izmjena*

a) mjere informiranja u svrhu isticanja posebnosti i načina poljoprivredne proizvodnje Unije, osobito u pogledu sigurnosti hrane, autentičnosti, *označivanja*, hranjivih i zdravstvenih aspekata, dobrobiti životinja *i* poštovanja okoliša;

Or. es

### *Justification*

*Con el término "saludables" se pretende hacer una clarificación lingüística, recogiendo el concepto introducido en la versión inglesa. Por otra parte, es necesario seguir informando al consumidor del etiquetado de los productos alimenticios. Un ejemplo son las campañas de etiquetado de los huevos. Es conveniente asimismo fusionar el artículo 2 y 3, en la línea del*

*reglamento en vigor, en el que no se hace ninguna distinción entre el mercado interior y el mercado exterior.*

## Amandman 16

### Prijedlog Uredbe Članak 2. – točka ba (nova)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(ba) mijere informiranja namijenjene isticanju bitnih svojstava poljoprivrednih proizvoda i prerađenih poljoprivrednih proizvoda Unije.**

Or. es

### *Justification*

*Es conveniente fusionar el artículo 2 y 3, en la línea del reglamento en vigor, en el que no se hace ninguna distinción entre el mercado interior y el mercado exterior.*

## Amandman 17

### Prijedlog Uredbe Članak 2. – točka bb (nova)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(bb) mijere promicanja namijenjene povećanju prodaje poljoprivrednih proizvoda i prerađenih poljoprivrednih proizvoda Unije.**

Or. es

### *Justification*

*Es conveniente fusionar el artículo 2 y 3, en la línea del reglamento en vigor, en el que no se hace ninguna distinción entre el mercado interior y el mercado exterior.*

## Amandman 18

### Prijedlog Uredbe Članak 3.

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

#### Članak 3.

Briše se.

*Mjere primjenjene na treće zemlje*

*Mjere prihvatljive za primjenu na treće zemlje su sljedeće:*

*a) mjere informiranja u svrhu isticanja značajki poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda i o temama predviđenima člankom 5. stavkom 4.;*

*b) mjere promocije u svrhu povećanja prodaje poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda podrijetlom iz EU-a.*

Or. es

#### Justification

*Es conveniente fusionar el artículo 2 y 3, en la línea del reglamento en vigor, en el que no se hace ninguna distinción entre el mercado interior y el mercado exterior.*

## Amandman 19

### Prijedlog Uredbe Članak 5. – stavak 1. – točka a

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

a) poljoprivredni proizvodi navedeni u popisu u Prilogu I. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (dalje u tekstu „Ugovor“) osim *ribarskih proizvoda i proizvoda akvakulture navedenih u Prilogu I. Uredbe (EU)*  
*br. [COM(2011)416] Europskog parlamenta i Vijeća<sup>19</sup>* i duhana;

a) poljoprivredni proizvodi navedeni u popisu u Prilogu I. Ugovora o funkcioniranju Europske unije (dalje u tekstu „Ugovor“) osim duhana;

---

<sup>19</sup> Uredba (EU) br. [COM(2011)416] od...o zajedničkoj organizaciji tržišta u sektoru

---

<sup>19</sup> Uredba (EU) br. [COM(2011)416] od...o zajedničkoj organizaciji tržišta u sektoru

ribarskih proizvoda i proizvoda  
akvakulture SL ...

ribarskih proizvoda i proizvoda  
akvakulture SL ...

Or. es

*Justification*

*No se puede excluir estos sectores y al mismo tiempo incluir otros productos de fuera del Anexo I en la lista de productos beneficiarios de este reglamento. La ponente propone conceder a la acuicultura y a la pesca un trato semejante al otorgado a los productos de fuera del Anexo I del Tratado.*

**Amandman 20**

**Prijedlog Uredbe**

**Članak 5. – stavak 1. – točka b**

*Tekst koji je predložila Komisija*

b) **prehrambeni** proizvodi temeljeni na poljoprivrednim proizvodima **navedeni u točki I. Priloga I. Uredbe (EU)**  
**br. 1151/2012 Europskog parlamenta i Vijeća;**

*Izmjena*

b) proizvodi temeljeni na poljoprivrednim proizvodima;

Or. es

*Justification*

*Determinados productos alimentarios muy conocidos por el consumidor pueden aumentar considerablemente el impacto de las campañas beneficiando indirectamente al colectivo presente en las mismas. No obstante, su participación debe quedar limitada, como la ponente propone en otra enmienda a este artículo. Por otra parte, no se debería discriminar a productos no alimentarios de origen agrario, ya que contribuyen igualmente a la prosperidad económica del sector primario.*

**Amandman 21**

**Prijedlog Uredbe**

**Članak 5. – stavak 2.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

**2. Mjere informiranja i promocije mogu se provoditi za vino, pod uvjetom da drugi**

*Izmjena*

**2. Vino s oznakom izvornosti ili zaštićenog zemljopisnog podrijetla, kao i vina na**

*proizvodi navedeni u stavku 1. točki (a) ili (b) budu također predmetom dotičnog programa.*

*kojima je navedena sorta grožđa, mogu biti uvrštena u mjere informiranja i promocije.*

Or. es

#### *Justification*

*El vino debería quedar plenamente incorporado en este reglamento. Actualmente las medidas de promoción e información del vino realizadas en el contexto de las disposiciones de la Organización Común de Mercados no incluyen la gestión directa por parte de la Comisión de campañas multi-países, lo que dificulta enormemente estas acciones por problemas de coordinación entre Estados miembros. Por otra parte, este reglamento contiene una cláusula legislativa que evitaría cualquier doble financiación.*

### **Amandman 22**

#### **Prijedlog Uredbe Članak 5. – stavak 3.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

3. Za jaka alkoholna pića iz stavka 1. točke (c) te za vino kako je navedeno u stavku 2., mjere usmjerene na unutarnje tržište ograničavaju se na informiranje potrošača o **europskim sustavima kvalitete u vezi sa zemljopisnim oznakama**.

*Izmjena*

3. Za jaka alkoholna pića iz stavka 1. točke (c) te za vino kako je navedeno u stavku 2., mjere usmjerene na unutarnje tržište ograničavaju se na informiranje potrošača o **temama iz stavka 4. i odgovornoj konzumaciji**.

Or. es

#### *Justification*

*Se debe seguir permitiendo la realización de campañas de consumo responsable, como las relativas al "wine moderation". Por otra parte, debería ser posible recoger en las campañas de información todos los temas previstos en el punto 4, entre los que figuran todos los sistemas de calidad recogidos en el reglamento 1151/2012, las producciones ecológicas y el símbolo gráfico de las regiones ultraperiféricas.*

### **Amandman 23**

#### **Prijedlog Uredbe Članak 5. – stavak 3.a (novi)**

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

*(3a) Ribarski proizvodi i proizvodi akvakulture mogu biti uvršteni u mjere informiranja i promocije u trećim zemljama jedino ako su ostali proizvodi iz stavka 1. točaka (a), (b) ili (c) također uvršteni u dotični program.*

Or. es

*Justification*

*No se puede excluir estos sectores y al mismo tiempo incluir otros productos de fuera del Anexo I del Tratado en la lista de potenciales beneficiarios de este reglamento. La ponente propone, no obstante, aplicarles el enfoque "cesta", es decir, incorporarlos únicamente en campañas en donde estén asociados a otros productos.*

**Amandman 24**

**Prijedlog Uredbe**

**Članak 5. – stavak 3.b (novi)**

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

*(3b) Proizvodi navedeni u stavku 1. točki (b) mogu biti uvršteni u mjere informiranja i promocije jedino ako su ostali proizvodi iz stavka 1. točaka (a) ili (c) također uvršteni u dotični program i ako oni prethodno navedeni ne čine više od 20 % ukupnih proizvoda uključenih u kampanje.*

Or. es

*Justification*

*La industria transformadora europea está jugando un papel muy importante en el relanzamiento económico y muchos productos conocidos por el consumidor europeo y de países terceros pueden servir igualmente de palanca para reforzar la promoción de productos del sector primario. El aprovechamiento de las sinergias mutuas puede resultar muy beneficioso para el conjunto del sector agroalimentario europeo.*

## Amandman 25

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 1.

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

*1. Mjere informiranja i promocije pridonose jačanju konkurentnosti europske poljoprivrede i na unutarnjem tržištu i na tržištu trećih zemalja. Ciljevi koje treba postići bit će utvrđeni u programu rada kako je naveden u stavku 2.*

*Briše se.*

Or. es

### *Justification*

*Se propone incluir en el artículo 1bis (nuevo) los objetivos que ha de perseguir este reglamento. Se trata, en opinión de la ponente, de un elemento esencial que debería quedar plasmado en el acto de base. La mejora de la competitividad es uno de los objetivos enumerados.*

## Amandman 26

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 2. – podstavak 1.

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

Komisija putem provedbenog akta donosi program rada u kojem su navedeni ciljevi kojima se teži, prioriteti, očekivani rezultati, načini provedbe i ukupan iznos plana financiranja. Taj akt sadržava i glavne kriterije ocjene, opis mjera koje treba financirati, navod iznosa dodijeljenih za svaku vrstu mjere, okvirni raspored provedbe, a za bespovratna sredstva i najveću stopu sufinanciranja.

*Na temelju ciljeva navedenih u članku 1.a*  
Komisija putem provedbenog akta donosi program rada u kojem su navedeni prioriteti, očekivani rezultati, načini provedbe i ukupan iznos plana financiranja. Taj akt sadržava i glavne kriterije ocjene, opis mjera koje treba financirati, navod iznosa dodijeljenih za svaku vrstu mjere, okvirni raspored provedbe, a za bespovratna sredstva i najveću stopu sufinanciranja.

Or. es

## Amandman 27

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 2. – podstavak 1.a (novi)

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

*Prilikom osmišljavanja navedenog programa Komisija uzima u obzir prilike koje se nude na tržištima te potrebu dovršavanja i podržavanja mjera koje poduzimaju države članice i subjekti na tržištu Unije i trećih zemalja s ciljem osiguravanja dosljedne politike promocije i informiranja. U tu svrhu traži mišljenje država članica, kao i savjetodavne skupine iz članka 25.*

Or. es

#### Justification

*Es necesario garantizar una política coherente en materia de promoción e información con el fin de evitar que medidas adoptadas en virtud de este reglamento puedan solapar a las realizadas por iniciativa de los Estados miembros o los operadores. Se debe asegurar una complementariedad y coherencia global. El objetivo de garantizar una complementariedad con las políticas de promoción de los Estados miembros no se menciona en la propuesta, a diferencia del reglamento en vigor.*

## Amandman 28

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 2. – podstavak 2.

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

Provedbeni akt iz prvog podstavka donesen je u skladu sa **savjetodavnim** postupkom iz članka 24. stavka 3.

Provedbeni akt iz prvog podstavka donesen je u skladu s postupkom **ispitivanja** iz članka 24. stavka 2.

Or. es

#### Justification

*La Comisión Europea se abroga un poder excesivo en el procedimiento de decisión relativo al programa de trabajo.*

## Amandman 29

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 2.a (novi)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

*(2a) Program rada traje tri godine, ali može se preispitati svake godine.*

Or. es

### *Justification*

*Actualmente las campañas tienen una duración de tres años, por lo que sería conveniente adaptar el programa de trabajo con esa periodicidad, lo que permitiría además tener debidamente en cuenta la evolución de los mercados. Se debería prever asimismo revisiones anuales para hacer frente a imprevistos.*

## Amandman 30

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 3. – točka a

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

a) u slučaju jednostavnog programa, **poziv** za podnošenje prijedloga u **kojem** se navode osobito uvjeti sudjelovanja i glavni kriteriji ocjenjivanja;

a) u slučaju jednostavnog programa, **dva poziva** za podnošenje prijedloga u **kojima** se navode osobito uvjeti sudjelovanja i glavni kriteriji ocjenjivanja;

Or. es

### *Justification*

*Actualmente existen dos convocatorias, lo que otorga mayor flexibilidad al régimen de promoción e información.*

## Amandman 31

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 8. – stavak 3. – točka b

*Tekst koji je predložila Komisija*

b) u slučaju programa u kojem sudjeluje više korisnika, **poziv** za podnošenje prijedloga u skladu s glavom VI. dijela I. Uredbe (EU, Euratom) br. 966/2012<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Uredba (EU, Euratom) br. 966/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 25. listopada 2012. o finansijskim pravilima koja se primjenjuju na opći proračun Unije i o stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EZ, Euratom) br. 1605/2002 (SL L 298, 26.10.2012., str. 1.).

*Izmjena*

b) u slučaju programa u kojem sudjeluje više korisnika, **dva poziva** za podnošenje prijedloga u skladu s glavom VI. dijela I. Uredbe (EU, Euratom) br. 966/2012<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> Uredba (EU, Euratom) br. 966/2012 Europskog parlamenta i Vijeća od 25. listopada 2012. o finansijskim pravilima koja se primjenjuju na opći proračun Unije i o stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EZ, Euratom) br. 1605/2002 (SL L 298, 26.10.2012., str. 1.).

Or. es

*Justification*

*Actualmente existen dos convocatorias, lo que otorga mayor flexibilidad al régimen de promoción e información.*

**Amandman 32**

**Prijedlog Uredbe**

**Članak 10. – stavak 1.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

1. Komisija može provesti mjere informiranja i promocije kako su opisane u člancima 2. i 3. Te mjere mogu poprimiti oblik sudjelovanja na međunarodnim sajmovima i izložbama od međunarodnog značaja, putem štandova ili djelovanja usmijerenog na promidžbu imidža proizvoda Unije.

*Izmjena*

1. Komisija može provesti mjere informiranja i promocije **za sve proizvode koji u njima mogu sudjelovati na temelju ove Uredbe**, kako su opisane u člancima 2. i 3. Te mjere mogu poprimiti oblik sudjelovanja na **delegacijama na visokim razinama**, trgovinskim sajmovima i izložbama od međunarodnog značaja, putem štandova ili djelovanja usmijerenog na promidžbu imidža proizvoda Unije.

Or. es

### *Justification*

*La enmienda pretende aclarar el ámbito de actuación de la Comisión. Las misiones de alto nivel pueden resultar de una gran utilidad para mejorar el posicionamiento de las producciones europeas en países terceros. Aunque la propuesta de la Comisión Europea no es exclusiva, la ponente considera necesario plasmar explícitamente en el texto los elementos más importantes.*

#### **Amandman 33**

##### **Prijedlog Uredbe Članak 10. – stavak 2.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

2. Komisija razvija svoje službe tehničke podrške, posebno kako bi se potaknulo upoznavanje različitih tržišta, održavanje dinamične poslovne mreže oko politike informiranja i promocije te bolje poznавanje zakonskih odredbi u vezi s izradom i provedbom programa.

*Izmjena*

2. Komisija razvija svoje službe tehničke podrške, posebno kako bi se potaknulo upoznavanje različitih tržišta, održavanje dinamične poslovne mreže oko politike informiranja i promocije, *savjetovanje i pomoć subjektima kad je riječ o zaštiti proizvoda od imitacija i falsifikata u trećim zemljama*, te bolje poznавanje zakonskih odredbi u vezi s izradom i provedbom programa.

Or. es

### *Justification*

*El apoyo técnico previsto por la Comisión Europea al sector podría incluir tareas de asistencia y asesoramiento para mejorar la defensa de la propiedad intelectual de los productos europeos. La autenticidad de los productos formará parte de los temas cubiertos por las campañas de información de acuerdo con la propuesta, por lo que un asesoramiento adicional a los operadores podría servir de refuerzo para la protección de los productos europeos.*

#### **Amandman 34**

##### **Prijedlog Uredbe Članak 10. – stavak 2.a (novi)**

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

*(2a) Komisija je ovlaštena pokrenuti*

*promotivne i informativne kampanje u kriznim slučajevima iz članka 1.a točke (b) donošenjem provedbenih akata bez primjene postupaka utvrđenih člankom 24. stavkom 2. ili 3.*

Or. es

*Justification*

*Es necesario dotar a la Comisión Europea de un instrumento jurídico ágil para emprender campañas de promoción e información en caso de crisis agrarias. En circunstancias como la vivida a raíz de la epidemia de E-Coli, la Comisión no disponía de una base jurídica suficiente para actuar con celeridad.*

**Amandman 35**

**Prijedlog Uredbe  
Članak 12. – stavak 1.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

1. Komisija ocjenjuje i odabire prijedloge jednostavnih programa po pozivu za podnošenje prijedloga iz članka 8. stavka 3, točke (a).

*Izmjena*

1. Komisija ocjenjuje i odabire, **nakon obavešćivanja država članica i dostavljanja njihova mišljenja o njima**, prijedloge jednostavnih programa po pozivu za podnošenje prijedloga iz članka 8. stavka 3. točke (a).

Or. es

*Justification*

*Los Estados miembros serán los encargados de gestionar los programas simples, por lo que no deberían quedar excluidos de la selección de los mismos.*

**Amandman 36**

**Prijedlog Uredbe  
Članak 15. – stavak 1.**

*Tekst koji je predložila Komisija*

1. Financijski doprinos Unije jednostavnim programima nije veći od 50 % izdatka

*Izmjena*

1. Financijski doprinos Unije jednostavnim programima nije veći od 50 % izdatka

dopuštenog za korištenje potpore. Ostatak troškova snose isključivo subjekti predlagatelji.

dopuštenog za korištenje potpore. **Države članice mogu pokriti do 20 % troškova.** Ostatak troškova snose isključivo subjekti predlagatelji.

Or. es

### *Justification*

*Es conveniente mantener la cofinanciación voluntaria por parte de los Estados miembros pues, de lo contrario, muchos operadores podrían encontrar grandes dificultades para participar en estos programas, sobre todo en el momento actual de crisis económica.*

## Amandman 37

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 15. – stavak 2. – uvodni dio

*Tekst koji je predložila Komisija*

2. Postotak iz stavka 1. može biti povećan na 60 % za:

*Izmjena*

2. Postotak **koji se odnosi na Uniju povećava se** na 60 % za:

Or. es

## Amandman 38

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 15. – stavak 2. – točka b

*Tekst koji je predložila Komisija*

b) mjere informiranja i promocije voća i povrća namijenjenog posebno djeci u školskim ustanovama Unije.

*Izmjena*

b) mjere informiranja i promocije voća i povrća, **kao i mlijeka**, namijenjenog posebno djeci u školskim ustanovama Unije.

Or. es

## Amandman 39

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 15. – stavak 2.a (novi)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(2a) Postotak koji se odnosi na Uniju povećava se do 100 % u kriznim slučajevima spomenutima u članku 1. stavku 2. točki (b) i nije manji od 75 %.**

Or. es

## Amandman 40

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 15. – stavak 2.b (novi)

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(2b) Postotak koji se odnosi na Uniju povećava se na 75 % u korist malih i srednjih poduzeća u okviru programa od posebnog značaja za Uniju različitih od onih spomenutih u točki 2.a.**

Or. es

## Amandman 41

### Prijedlog Uredbe

#### Članak 18. – stavak 1.

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

Najveća stopa sufinanciranja utvrđena je na 60 % ukupnog iznosa troškova prihvatljivih za programe u kojima sudjeluje više korisnika. Ostatak troškova snose isključivo subjekti predlagatelji.

**1.** Najveća stopa sufinanciranja utvrđena je na 60 % ukupnog iznosa troškova prihvatljivih za programe u kojima sudjeluje više korisnika. **Država članica može pokriti do 20 % ukupnih troškova.** Ostatak troškova snose isključivo subjekti predlagatelji.

Or. es

### *Justification*

*Es conveniente mantener la cofinanciación voluntaria por parte de los Estados miembros pues, de lo contrario, muchos operadores podrían encontrar grandes dificultades para participar en estos programas, sobre todo en el momento actual de crisis económica.*

#### **Amandman 42**

##### **Prijedlog Uredbe Članak 18. – stavak 1.a (novi)**

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(1a) Postotak sufinanciranja koji se odnosi na Uniju povećava se na 75 % za programe namijenjene jednoj trećoj zemlji ili više njih.**

Or. es

#### **Amandman 43**

##### **Prijedlog Uredbe Članak 18. – stavak 1.b (novi)**

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(1b) Postotak sufinanciranja koji se odnosi na Uniju u kriznim slučajevima spomenutima u članku 1. stavku 2. točki (b) može se povećati do 100 % ukupnih troškova i nije manji od 75 %.**

Or. es

#### **Amandman 44**

##### **Prijedlog Uredbe Članak 18. – stavak 1.c (novi)**

*Tekst koji je predložila Komisija*

*Izmjena*

**(1c) Postotak sufinanciranja koji se odnosi na Uniju povećava se na 75 % u**

*korist malih i srednjih poduzeća u okviru programa od posebnog značaja za Uniju različitih od onih spomenutih u stavku 1.a i 1.b.*

Or. es

## Amandman 45

### Prijedlog Uredbe Članak 23. – stavak 2.

*Tekst koji je predložila Komisija*

2. Ovlast za donošenje delegiranih akata navedenih u ovoj Uredbi dodjeljuje se Komisiji na **neograničeno** razdoblje od dana stupanja na snagu ove Uredbe.

*Izmjena*

2. Ovlast za donošenje delegiranih akata navedenih u ovoj Uredbi dodjeljuje se Komisiji na razdoblje **od pet godina** od dana stupanja na snagu ove Uredbe.

Or. es

## Amandman 46

### Prijedlog Uredbe Članak 25. – stavak 1.

*Tekst koji je predložila Komisija*

U okviru provedbe ove Uredbe, Komisija se **može savjetovati** sa savjetodavnim skupinom za promociju poljoprivrednih proizvoda koja je osnovana Odlukom Komisije br. 2004/391/EZ<sup>27</sup>.

*Izmjena*

U okviru provedbe ove Uredbe, Komisija se **savjetuje** sa savjetodavnim skupinom za promociju poljoprivrednih proizvoda koja je osnovana Odlukom Komisije br. 2004/391/EZ<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Odluka Komisije br. 2004/391/EZ od 23. travnja 2004. o savjetodavnim skupinama koje se bave pitanjima zajedničke poljoprivredne politike (SL L 120, 24.4.2004., str. 50.).

---

<sup>27</sup> Odluka Komisije br. 2004/391/EZ od 23. travnja 2004. o savjetodavnim skupinama koje se bave pitanjima zajedničke poljoprivredne politike (SL L 120, 24.4.2004., str. 50.).

Or. es

## Amandman 47

### Prijedlog Uredbe Članak 28. – stavak 1.

Tekst koji je predložila Komisija

Izmjena

*Uredba (EU) br. .../20...*

*Briše se.*

*[COM(2011)626] mijenja se kako slijedi:*

*a) u članku 34. stavku 2. dodaje se sljedeći podstavak:*

*„Nacionalna strategija treba biti uskladena sa strateškim prioritetima definiranim programom rada iz članka 6. Uredbe (EU) br. XXX Europskog parlamenta i Vijeća\*.*

*\* Uredba (EU) br. XXX Europskog parlamenta i Vijeća od ... o mjerama informiranja i promocije za poljoprivredne proizvode na unutarnjem tržištu i u trećim zemljama (SL L...).”*

*b) u članku 43. umeće se sljedeći stavak:*

*‘5. Mjere iz stavka 1. uskladene su sa strateškim prioritetima definiranim programom rada iz članka 6. Uredbe (EU) br. XXX.’*

Or. es

### *Justification*

*Los Estados ya están obligados a garantizar una coherencia de los programas previstos en la OCM con otros instrumentos de la UE. Se trata, pues de una disposición redundante. Por otra parte, la Comisión será la encargada de elaborar el programa de trabajo previsto en este reglamento y, por lo tanto, deberá asegurar que dicho programa es coherente con otras acciones emprendidas por los Estados miembros, en el respeto del principio de complementariedad que ya rige en el reglamento en vigor.*

## **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

La propuesta de la Comisión Europea es bienvenida en un momento como el actual de transformación de la Política Agraria Común (PAC) y en el que los productores europeos se enfrentan de forma cada vez más acusada a la competencia de países terceros. En las circunstancias económicas que vive la Unión Europea es oportuno revalorizar las producciones comunitarias para afrontar más eficientemente la globalización del comercio, aumentar las cuotas de mercado tanto dentro como fuera de la Unión Europea, y reaccionar ante situaciones críticas. La propuesta de la Comisión debe ser mejorada para incluir en el acto de base una lista de los objetivos concretos a los que debe servir este reglamento, en el que las pequeñas y medianas empresas deberían recibir un trato prioritario.

Este reglamento comunitario de promoción debería ofrecer una base jurídica ágil para responder con rapidez a las situaciones de crisis agrarias por hundimientos de precios o como consecuencia de epidemias sanitarias. Tras el escándalo alimentario provocado por la bacteria E-coli, salieron a relucir las deficiencias que presenta la PAC a la hora de poner en marcha con celeridad medidas destinadas a restablecer la confianza de los consumidores. La ponente propone la introducción de un procedimiento de urgencia para el lanzamiento de campañas de información y promoción en caso de crisis sanitarias o perturbaciones de mercado.

La propuesta de la Comisión de insertar las marcas y el origen de los productos dentro de las campañas de información y promoción es un gran paso adelante ya que muchos productos de renombre pueden servir para dar un empuje importante a otros menos conocidos por el consumidor.

Otro de los cambios sustanciales introducidos en la propuesta es el establecimiento de una gestión directa, por parte de la Comisión, de los programas multi-países. Esta medida es igualmente un avance importante pues hará posible la proliferación de ese tipo de acciones, que hasta ahora se ven frenadas por los problemas de coordinación entre Estados miembros.

En cuanto a la idea de la Comisión de fijar un objetivo cuantificado para el gasto en el mercado exterior, al que propone destinar el 75 por ciento de los fondos, supone prejuzgar de antemano la evolución futura de los mercados y dejar desatendido el mercado interno, que sigue siendo el principal destino de los productos europeos. La ponente es partidaria de reforzar las campañas en el mercado exterior, a las que se dedica actualmente sólo el 30 por ciento de los fondos, pero sin fijar un objetivo cerrado de gasto. La gestión directa por parte de la Comisión de los programas multi-países permitirá, sin duda, aumentar las campañas realizadas en países terceros haciendo hincapié además en el enfoque europeo.

La Comisión distingue entre las acciones que pueden ser emprendidas dentro del mercado interno y las que pueden realizarse en países terceros, diferenciación que no figura en el reglamento en vigor, y que aportaría rigidez a este instrumento de la PAC. La ponente propone mantener una sola clasificación de las acciones que podrán ser financiadas tanto dentro como fuera de la Unión Europea. De esa forma las campañas de promoción no quedarían excluidas en el mercado interno y se podría informar a los consumidores de países terceros de los elevados estándares que cumplen los productores europeos, medidas que no tienen cabida en la redacción actual del proyecto de la Comisión.

Por otra parte, la propuesta limita el acceso del vino a las medidas de promoción financiadas por este reglamento. La ponente considera, sin embargo, que el vino debería formar parte de la lista de productos beneficiarios en pie de igualdad con otros sectores agrarios. El vino es el buque insignia de las producciones europeas y puede impulsar el consumo de otros productos asociados a él en las campañas de promoción e información. No se debería además privar al vino de la posibilidad de acceder a la financiación de campañas en solitario en el marco de este reglamento, lo que le permitiría beneficiarse particularmente de las ventajas que presenta la gestión directa por parte de la Comisión de los programas multi-países. Actualmente, las medidas promocionales y de información reguladas a través del Organización Común de Mercado se realizan en el marco de los programas vitivinícolas gestionados por los Estados miembros, circunstancia que dificulta, en la práctica, la puesta en marcha de acciones

comunes.

La propuesta elimina la cofinanciación nacional de las medidas de promoción y de información, lo que implica aumentar sustancialmente las aportaciones realizadas por los operadores, obstaculizando la participación de las empresas más debilitadas por la crisis económica en las campañas de información y promoción. La ponente ha cosechado un número relevante de opiniones en contra de la supresión de la cofinanciación nacional, a pesar de que siempre ha sido de carácter voluntario. Este informe tiene en cuenta el sentir general, incluyendo asimismo un aumento de la cofinanciación europea en determinados casos, como en la financiación de las acciones que contribuirían a restablecer condiciones normales de mercado tras el estallido de crisis agrícolas.

La ampliación de la lista de productos beneficiarios es otro de los aspectos plausibles de la propuesta de la Comisión Europea pues actualmente no tiene sentido limitar las acciones a un número muy restringido de productos, teniendo en cuenta además la intención manifestada por el Ejecutivo comunitario de cuadriplicar prácticamente en el 2020 los fondos destinados a estas campañas. La ponente es partidaria de abrir este régimen a los productos no contemplados en el Anejo I del Tratado, pero introduciendo disposiciones restrictivas para garantizar un trato prioritario al sector primario. En un contexto de crisis económica, sería oportuno no escatimar ningún recurso para aprovechar el empuje que pueden imprimir determinados productos transformados conocidos por el consumidor en campañas asociadas a los productos agrícolas.

Otra de las novedades que introduce la propuesta de la Comisión es la introducción de un servicio de apoyo técnico a los operadores, apoyo que en opinión de la ponente debe comprender asesoramiento y asistencia para mejorar la protección de los productos europeos frente a las imitaciones y falsificaciones en países terceros.

En cuanto a la introducción de un programa de trabajo, el informe pretende delimitar claramente la periodicidad del mismo y dejar claro que en su elaboración la Comisión Europea debe garantizar el principio de complementariedad y coherencia que se ha seguido hasta ahora con otros programas emprendidos por los Estados miembros o los operadores, al igual que cumplir unos objetivos que deben quedar inscritos en el acto de base.