

PARLAMENT EUROPEJSKI

2004



2009

Dokument z posiedzenia

A6-0461/2007

23.11.2007

SPRAWOZDANIE

w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia Rady w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich
(COM(2007)0268 – C6-0203/2007 – 2007/0095(CNS))

Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Sprawozdawca: Bogdan Golik

Objaśnienie używanych znaków

- * Procedura konsultacji
większość oddanych głosów
- **I Procedura współpracy (pierwsze czytanie)
większość oddanych głosów
- **II Procedura współpracy (drugie czytanie)
*większość oddanych głosów, by zatwierdzić wspólne stanowisko
większość głosów ogólnej liczby posłów do PE, by odrzucić lub
wprowadzić poprawki do wspólnego stanowiska*
- *** Procedura zgody
*większość głosów ogólnej liczby posłów do PE, za wyjątkiem
przypadków ujętych w art. 105, 107, 161 i 300 Traktatu WE oraz
art. 7 Traktatu UE*
- ***I Procedura współdecyzji (pierwsze czytanie)
większość oddanych głosów
- ***II Procedura współdecyzji (drugie czytanie)
*większość oddanych głosów, by zatwierdzić wspólne stanowisko
wymagana większość głosów ogólnej liczby posłów do PE, by
odrzuć lub wprowadzić poprawki do wspólnego stanowiska*
- ***III Procedura współdecyzji (trzecie czytanie)
większość oddanych głosów, by zatwierdzić wspólny projekt

(Wskazana procedura opiera się na podstawie prawnej zaproponowanej przez Komisję.)

Poprawki do tekstu legislacyjnego

W poprawkach Parlamentu zmiany zaznaczone są wytłuszczonym drukiem i kursywą. Oznaczenia zwykłą kursywą są wskazówką dla służb technicznych, że proponowana jest, w celu opracowania tekstu końcowego, korekta elementów tekstu legislacyjnego (np. elementów w oczywisty sposób błędnych lub brakujących w danej wersji językowej.) Sugestie korekty wymagają zgody właściwych służb technicznych.

SPIS TREŚCI

	Strona
PROJEKT REZOLUCJI LEGISLACYJNEJ PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO	5
UZASADNIENIE	17
PROCEDURA	20

PROJEKT REZOLUCJI LEGISLACYJNEJ PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO

w sprawie wniosku dotyczącego rozporządzenia Rady w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich
(COM(2007)0268 – C6-0203/2007 – 2007/0095(CNS))

(Procedura konsultacji)

Parlament Europejski,

- uwzględniając wniosek Komisji przedstawiony Radzie (COM(2007)0268),
 - uwzględniając art. 36 i 37 traktatu WE, na mocy których Rada skonsultowała się z Parlamentem (C6-0203/2007),
 - uwzględniając art. 51 Regulaminu,
 - uwzględniając sprawozdanie Komisji Rolnictwa i Rozwoju Wsi (A6-0461/2007),
1. zatwierdza po poprawkach wniosek Komisji;
 2. zwraca się do Komisji o odpowiednią zmianę jej wniosku, zgodnie z art. 250 ust. 2 traktatu WE;
 3. zwraca się do Rady, jeśli ta uzna za stosowne odejść od przyjętego przez Parlament tekstu, o poinformowanie go o tym fakcie;
 4. zwraca się do Rady o ponowne skonsultowanie się z Parlamentem w przypadku uznania za stosowne wprowadzenia znaczących zmian do wniosku Komisji;
 5. zobowiązuje przewodniczącego do przekazania stanowiska Parlamentu Radzie i Komisji.

Tekst proponowany przez Komisję

Poprawki Parlamentu

Poprawka 1 Punkt 2 preambuły

(2) Biorąc pod uwagę zdobyte doświadczenia, perspektywy rozwoju sytuacji na rynku zarówno wewnątrz Wspólnoty jak i poza nią, oraz nowy kontekst handlu międzynarodowego, należy opracować spójną całościową politykę informacyjną i promocyjną dotyczącą produktów rolnych i sposobów

(2) Biorąc pod uwagę zdobyte doświadczenia, perspektywy rozwoju sytuacji na rynku zarówno wewnątrz Wspólnoty jak i poza nią, oraz nowy kontekst handlu międzynarodowego, należy opracować spójną całościową politykę informacyjną i promocyjną dotyczącą produktów rolnych i sposobów

ich produkcji, a także dotyczącą artykułów spożywczych wytwarzanych na bazie produktów rolnych, zarówno na rynku wewnętrznym jak i na rynkach krajów trzecich, unikając jednocześnie zachęcania do spożycia określonego produktu ze względu na jego konkretne pochodzenie. Celem uzyskania pełnej jasności, należy więc uchylić rozporządzenia (WE) nr 2702/1999 i (WE) nr 2826/2000 i zastąpić je jednolitym rozporządzeniem, zachowując jednocześnie charakter działań w zależności od miejsca ich realizacji.

ich produkcji, a także dotyczącą artykułów spożywczych wytwarzanych na bazie produktów rolnych, zarówno na rynku wewnętrznym jak i na rynkach krajów trzecich, unikając jednocześnie zachęcania do spożycia określonego produktu ze względu na jego konkretne pochodzenie. Celem uzyskania pełnej jasności, należy więc uchylić rozporządzenia (WE) nr 2702/1999 i (WE) nr 2826/2000 i zastąpić je jednolitym rozporządzeniem, **którego przepisy można by następnie włączyć do proponowanego rozporządzenia Rady (WE) nr .../... z dnia ... ustanawiającego wspólną organizację rynków rolnych oraz przepisy szczegółowe dla niektórych produktów rolnych¹**, zachowując jednocześnie charakter działań w zależności od miejsca ich realizacji.

¹ Wniosek dotyczący rozporządzenia Rady (COM(2006)0822).

Uzasadnienie

Włączenie działań promocyjnych do rozporządzenia w sprawie jednolitej WORR byłoby zgodne z procesem uproszczenia i przyczyniłoby się do przejrzystości wszystkich instrumentów rynkowych dostępnych dla podmiotów, mechanizmów zarządzania rynkiem i możliwości promocyjnych.

Poprawka 2 Punkt 4 preambuły

(4) Należy ustanowić kryteria wyboru **danych produktów i sektorów** oraz tematów **i** rynków objętych kampanią wspólnotową.

(4) Należy ustanowić kryteria wyboru tematów, rynków **i potencjalnych możliwości eksportowych** objętych kampanią wspólnotową, **w szczególności odnoszących się do kampanii przeprowadzanych w krajach trzecich.**

Uzasadnienie

Kryteria, o których mowa we wniosku dotyczącym rozporządzenia nie mogą stanowić podstawy do wyłączenia jakichkolwiek produktów lub sektorów z systemu promocji, jednak powinny one przyczynić się do wyboru najlepszych możliwości eksportowych i tematów kampanii informacyjnych na rynkach krajów trzecich.

Poprawka 3
Punkt 5 a preambuły (nowy)

(5a) Działania informacyjne i promocyjne powinny w najlepszy możliwy sposób obejmować i odzwierciedlać cechy modelu europejskiego, tj. bogactwo, różnorodność i tradycję kultury Wspólnoty w sektorze rolnym i żywnościowym.

Uzasadnienie

Celem jest poprawa zauważalności produktów wspólnotowych, w szczególności w ramach działań promocyjnych natury ogólnej, i zwracanie uwagi nie tylko na bogactwo i różnorodność tych produktów, lecz także na ich jakość.

Poprawka 4
Punkt 6 preambuły

(6) Należy zapewnić realizację działań w ramach programów informacyjnych i promocyjnych. W celu zapewnienia spójności i skuteczności programów należy określić za pomocą wytycznych, w odniesieniu do działań prowadzonych na rynku wewnętrznym, ogólne podejście odnośnie do zasadniczych elementów tych programów, dotyczących każdego **produktu bądź** sektora.

(6) Należy zapewnić realizację działań w ramach programów informacyjnych i promocyjnych. W celu zapewnienia spójności i skuteczności programów należy określić za pomocą wytycznych, w odniesieniu do działań prowadzonych na rynku wewnętrznym, ogólne podejście odnośnie do zasadniczych elementów tych programów, dotyczących każdego sektora.

Justification

Włączenie wszystkich sektorów do systemu promocji nie będzie wymagało odrębnych wytycznych dla każdego produktu. Zmniejszy to obciążenia administracyjne i przyczyni się do lepszego efektu uproszczenia. Zagwarantuje to również, że wszystkie produkty i sektory zostaną objęte jednolitymi i jednakowo stosowanymi regulami zawartymi w wytycznych.

Poprawka 5
Punkt 6 a preambuły (nowy)

(6a) Wspólnotowy charakter programów powinien odzwierciedlać się w przyznawaniu pierwszeństwa propozycjom

działań angażujących wiele państw członkowskich oraz realizowanych na rynkach krajów trzecich. W podobny sposób specjalną uwagę należy poświęcać również programom przedstawiającym szeroki wachlarz produktów, ponieważ inwestowanie publicznych pieniędzy w takie projekty jest bardziej opłacalne. Ponadto Komisja powinna wspierać współpracę z państwami członkowskimi w ramach działań, które wprowadza z własnej inicjatywy, aby zwiększyć wspólnotową wartość dodaną takich przedsięwzięć.

Uzasadnienie

Komisja powinna również w ramach programów wprowadzonych przez nią z własnej inicjatywy wspierać współpracę z państwami członkowskimi w celu zwiększenia wspólnotowej wartości dodanej.

Poprawka 6

Punkt 7 a preambuły (nowy)

(7a) Należałoby przewidzieć w programach działania informacyjne i wspierające dla organizacji branżowych biorących w nich udział.

Uzasadnienie

W uwagi na duży nakład administracyjny, który wiąże się z niektórymi programami, tego rodzaju działania są nie tylko konieczne, lecz także zapewniają większe bezpieczeństwo prawne podczas realizacji.

Poprawka 7

Punkt 11 a preambuły (nowy)

(11a) Mając na uwadze szybko postępujący proces globalizacji, któremu podlegają również wspólnotowy sektor rolny i żywnościowy, zaleca się elastyczne stosowanie działań informacyjnych i promocyjnych oraz przewidzenie koniecznych zmian w prawodawstwie w

**światle doświadczeń gromadzonych od
1999 r.**

Uzasadnienie

Programy muszą być elastyczniejsze w celu umożliwienia daleko idącej reformy opierającej się na doświadczeniach zgromadzonych podczas całego okresu trwania programów.

Poprawka 8

Punkt 11 b preambuły (nowy)

(11b) W związku z tym, że działania promocyjne mają wspierać dostęp konsumentów do produktów europejskich zwłaszcza w państwach trzecich, oraz że z drugiej strony organizacje w znacznej części współfinansują takie programy, należy zaoferować organizacjom inicjującym możliwość prezentowania własnych wyrobów w ramach imprez komercyjnych, takich jak targi i wystawy, i ukazywania w ten sposób bogactwa, jakości i różnorodności oferty wspólnotowej.

Uzasadnienie

Z uwagi na znaczny wkład finansowy organizacji w programy, ważne jest, aby przewidzieć nie tylko działania ogólne, lecz także zaoferować im konkretne możliwości zaprezentowania własnych produktów w ramach programów promocyjnych.

Poprawka 9

Artykuł 2 ustęp 1 litera d a) (nowa)

da) wzmocnienie działań informacyjnych i służących promocji sprzedaży owoców i warzyw.

Uzasadnienie

Zgodnie z punktem preambuły nr 23 rezolucji legislacyjnej Parlamentu Europejskiego z dnia 7 czerwca 2007 r. dotyczącej wniosku w sprawie rozporządzenia Rady ustanawiającego szczególne przepisy dotyczące sektora owoców i warzyw oraz zmieniającego niektóre rozporządzenia (COM(2007)0017 – C6-0075/2007 – 2007/0012(CNS)) Komisja powinna zmienić rozporządzenie (WE) Rady nr 2702/1999 z dnia 14 grudnia 1999 r. w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych w państwach trzecich, dotyczących produktów rolnych, aby

wzmocnić działania informacyjne i służące promocji sprzedaży owoców i warzyw.

Poprawka 10

Artykuł 3 ustęp 1 część wprowadzająca

1. **Sektory i produkty, które mogą zostać objęte działaniami określonymi** w art. 1 ust. 1, które mają być zrealizowane na rynku wewnętrznym, **ustala się uwzględniając następujące kryteria:**

1. **Działania określone** w art. 1 ust. 1, które mają być zrealizowane na rynku wewnętrznym, **dotyczą w szczególności następujących kryteriów:**

Uzasadnienie

W odniesieniu do działań realizowanych na rynku wewnętrznym nie powinno być żadnych restrykcji w zakresie produktów lub sektorów objętych kampaniami promocyjnymi. W przeciwnym wypadku może pojawić się ryzyko zakłócenia konkurencji.

Poprawka 11

Artykuł 3 ustęp 1 litera a a) (nowa)

aa) celowość podkreślenia różnorodnych korzyści związanych z produktami regionalnymi i lokalnymi dla ekologii i rynku pracy;

Uzasadnienie

Rynki lokalne lub regionalne mogą w prawie wszystkich regionach pokryć większą część podstawowego zapotrzebowania na żywność. Dzięki kupowaniu produktów regionalnych znika konieczność systemów dostawczych, powstaje lepsze porozumienie między konsumentami i rolnikami, wytworzona wartość dodatkowa pozostaje na obszarach wiejskich, co umożliwi utrzymanie, a nawet stworzenie nowych miejsc pracy na wsi.

Poprawka 12

Artykuł 4 ustęp 1

Zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 **ust. 2**, Komisja sporządza wykazy zadań **i produktów** określonych w art. 3, oraz **krajów**, których to dotyczy. Wykazy te są uaktualniane co **dwa lata**, jednak, w razie konieczności, można w międzyczasie dokonać zmian tych wykazów według tej samej procedury.

Zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 **ust. 2a**, Komisja sporządza wykazy zadań określonych w art. 3 oraz krajów trzecich, których to dotyczy. **W przypadku krajów trzecich Komisja sporządza, zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 ust. 2a, wspólnotową listę strategiczną potencjalnych możliwości eksportowych,**

biorąc pod uwagę rezultaty działań zrealizowanych zgodnie z art.10, w szczególności w odniesieniu do badań nowych rynków i wizyt handlowych na wysokim szczeblu. Wykazy te są uaktualniane co ***roku***, jednak, w razie konieczności, można w międzyczasie dokonać zmian tych wykazów według tej samej procedury, ***w szczególności w odniesieniu do art. 3 ust. 1 lit. c.***

Uzasadnienie

Działania realizowane z inicjatywy Komisji mogą być bardzo przydatnym narzędziem do ustanowienia docelowych rynków dla eksportu Wspólnoty. Zewnętrzna polityka handlowa prowadzona przez Komisję w ramach jej wyłącznych kompetencji może zatem bezpośrednio wpłynąć na zdolność podmiotów do rozszerzenia zakresu działalności rynkowej.

Poprawka 13

Artykuł 5 ustęp 1 akapit pierwszy

1. Celem promocji na rynku wewnętrznym, dla każdego wyodrębnionego sektora ***i produktu*** Komisja przyjmuje, zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 ust. 2, wytyczne określające założenia strategii, z którą muszą być zgodne propozycje programów informacyjnych i promocyjnych.

1. Celem promocji na rynku wewnętrznym, dla każdego wyodrębnionego sektora Komisja przyjmuje, zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 ust. 2, wytyczne określające założenia strategii, z którą muszą być zgodne propozycje programów informacyjnych i promocyjnych.

Uzasadnienie

Patrz uzasadnienie do punktu 6 preambuły.

Poprawka 14

Artykuł 5 ustęp 2

2. Celem promocji w krajach trzecich Komisja może ustalić, zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 ***ust. 2***, wytyczne określające założenia strategii, z którymi muszą być zgodne propozycje programów informacyjnych i promocyjnych dla ***niektórych lub*** dla wszystkich produktów określonych w art. 3 ***ust. 2***.

2. Celem promocji w krajach trzecich Komisja może ustalić, zgodnie z procedurą ustanowioną w art. 16 ***ust. 2a***, wytyczne określające założenia strategii, z którymi muszą być zgodne propozycje programów informacyjnych i promocyjnych dla wszystkich produktów określonych w art. 3 ust. 2.

Uzasadnienie

Przyjęcie wytycznych dla produktów objętych promocją na rynkach krajów trzecich wykazuje pewne aspekty wagi i natury politycznej. W związku z tym powinna zostać zwiększona rola państw członkowskich w procesie legislacyjnym zatwierdzania wytycznych.

Poprawka 15 Artykuł 7 ustęp 1 akapit pierwszy

1. **Państwa członkowskie opracowują** specyfikację ustanawiającą warunki i kryteria oceny programów **informacyjnych i promocyjnych**.

1. **Komisja Europejska opracowuje** specyfikację ustanawiającą warunki i kryteria oceny programów informacyjnych i promocyjnych.

Uzasadnienie

Komisja Europejska ustala szczegółowe kryteria wyboru programów przez państwa członkowskie. Ułatwi to podejmowanie przez nie decyzji odnośnie do zatwierdzenia lub odrzucenia zgłoszonego programu. Zmiana ta powinna zapewnić również większą przejrzystość i jasność w przypadku procesu selekcji programów i umożliwić podmiotom poznanie prawdziwych przyczyn niezatwierdzenia ich projektów

Poprawka 16 Artykuł 8 ustęp 1

1. Zgodnie z procedurą określoną w art. 16 ust. 2 **Komisja decyduje, które programy zostaną** zatwierdzone i ustala odpowiadające im środki finansowe. Przyznaje się pierwszeństwo **programom zaproponowanym przez kilka państw** członkowskich, bądź programom przewidującym działania prowadzone **przez kilka państw** członkowskich, **lub prowadzone w krajach trzecich**.

1. Zgodnie z procedurą określoną w art. 16 ust. 2 Komisja decyduje, które programy zostaną zatwierdzone i ustala odpowiadające im środki finansowe. Przyznaje się pierwszeństwo **jedynie programom przeprowadzanym na rynkach krajów trzecich i w ramach tych działań, w szczególności** programom zaproponowanym przez kilka państw członkowskich, bądź programom przewidującym działania prowadzone **w kilku państwach** członkowskich.

Uzasadnienie

O wyborze programu powinna decydować jego jakość oraz spełnienie kryteriów. Pierwszeństwo przyznaje się jednak programom przeprowadzanym na rynkach krajów trzecich, celem wzmocnienia wspólnotowego eksportu.

Poprawka 17
Artykuł 9 ustęp 1

1. W **przypadku** braku programów informacyjnych **dla rynku wewnętrznego**, dotyczących jednego lub kilku działań określonych w art. 2 ust. 1 lit. b) przedstawionych zgodnie z art. 6 ust. 1 każde zainteresowane państwo członkowskie opracowuje program i specyfikację w oparciu o wytyczne określone w art. 5 ust. 1, oraz wybiera w drodze publicznego zaproszenia do składania ofert organ wdrażający program, jaki dane państwo zobowiązuje się współfinansować.

1. W przypadku braku programów informacyjnych dotyczących jednego lub kilku działań określonych w art. 2 ust. 1 lit. b) przedstawionych zgodnie z art. 6 ust. 1 każde zainteresowane państwo członkowskie opracowuje program i specyfikację w oparciu o wytyczne określone w art. 5 ust. 1, oraz wybiera w drodze publicznego zaproszenia do składania ofert organ wdrażający program, jaki dane państwo zobowiązuje się współfinansować.

Uzasadnienie

W celu zwiększenia wiedzy na temat europejskich standardów jakości, na które składają się w szczególności wspólnotowe programy PDO/PGI, GTS i produkcji ekologicznej, mające na celu zwiększenie potencjalnych możliwości eksportowych wymienionych produktów wysokiej jakości, należy umożliwić promocję tych standardów w krajach trzecich w ramach kampanii przeprowadzanych przez państwa członkowskie.

Poprawka 18
Artykuł 12 ustęp 1

1. Grupa Monitorująca, składająca się z przedstawicieli Komisji, zainteresowanych państw członkowskich oraz organizacji inicjujących, **nadzoruje prawidłowe wykonanie** programów określonych w art. 8 i 9.

1. Grupa Monitorująca, składająca się z przedstawicieli Komisji, zainteresowanych państw członkowskich oraz organizacji inicjujących, **zarządza** programami określonymi w art. 8 i 9.

Uzasadnienie

Grupa Monitorująca nie powinna pełnić jedynie funkcji informacyjnej, lecz powinna również ustalać kryteria, interpretować przepisy szczegółowe, przyjmować decyzje itd., czyli ogólnie rzecz biorąc powinna mieć funkcję zarządzającą w konkretnej realizacji programów w celu zapewnienia większego bezpieczeństwa prawnego.

Poprawka 19
Artykuł 13 ustęp 2

2. Udział Wspólnoty w finansowaniu

2. Udział Wspólnoty w finansowaniu

programów określonych w art. 8 i 9 nie przekracza **50 %** rzeczywistych kosztów tych programów. W przypadku programów informacyjnych i promocyjnych trwających dwa lub trzy lata udział ten nie może przekroczyć tego pułapu w żadnym roku realizacji programu.

programów określonych w art. 8 i 9 nie przekracza **60%** rzeczywistych kosztów tych programów. W przypadku programów informacyjnych i promocyjnych trwających dwa lub trzy lata udział ten nie może przekroczyć tego pułapu w żadnym roku realizacji programu. ***W przypadku programów dotyczących rolnictwa ekologicznego i programów związanych z działaniami podejmowanymi w wyniku sytuacji kryzysowych, udział Wspólnoty w finansowaniu tych programów nie przekracza jednakże 70%.***

Uzasadnienie

Udział Wspólnoty w finansowaniu działań promocyjnych związanych z produkcją ekologiczną powinien zostać zwiększony, gdyż stosowanie tych standardów przez poszczególne gospodarstwa przybliża produkcję pierwotną do zrównoważonych, ekologicznych praktyk. W przypadku sytuacji kryzysowych, kampanie promocyjne powinny otrzymać większe wsparcie ze strony Wspólnoty. Całkowity wzrost budżetu na działania promocyjne pomógłby również w utrzymaniu i zagwarantowaniu odpowiedniego poziomu spójności pomiędzy różnymi kampaniami informacyjnymi i promocyjnymi realizowanymi w UE-27. Całkowity poziom finansowego udziału Wspólnoty winien zostać zatem zwiększony do 60%. Udział wkładu finansowego organizacji należy zmniejszyć do 10% celem umożliwienia mniejszym organizacjom uczestniczenia w działaniach promocyjnych.

Poprawka 20

Artykuł 13 ustęp 3 akapit pierwszy

3. Organizacje inicjujące uczestniczą w finansowaniu zaproponowanych przez siebie programów pokrywając co najmniej **20 %** rzeczywistych kosztów programów, przy czym pozostałą różnicę pokrywają zainteresowane państwa członkowskie, biorąc pod uwagę udział Wspólnoty określony w ust. 2.

3. Organizacje inicjujące uczestniczą w finansowaniu zaproponowanych przez siebie programów pokrywając co najmniej **10%** rzeczywistych kosztów programów, przy czym pozostałą różnicę pokrywają zainteresowane państwa członkowskie, biorąc pod uwagę udział Wspólnoty określony w ust. 2.

Uzasadnienie

Patrz uzasadnienie do art. 13 ust. 2.

Poprawka 21

Artykuł 15 ustęp 1 a (nowy)

Zasady te w szczególności dają organizacjom inicjującym możliwość składania programów co najmniej dwa razy w roku i umożliwiają państwom członkowskim składanie propozycji programów do Komisji na tych samych zasadach.

Uzasadnienie

Obecny system składania programów tylko raz w roku stanowi utrudnienie dla podmiotów. W przypadku konieczności poprawy odrzuconych programów muszą oni czekać rok z ponownym ich złożeniem. Możliwość składania programów dotyczących rynku wewnętrznego i krajów trzecich dwa razy w roku zapewni większą elastyczność organizacjom inicjującym.

Poprawka 22 Artykuł 16 ustęp 2 a (nowy)

2a. W przypadku odniesienia do niniejszego ustępu, stosuje się art. 5 i 7 decyzji 1999/468/WE.

Okres ustanowiony w art. 5 ust. 6 decyzji 1999/468/WE ustala się na trzy miesiące.

Uzasadnienie

Należy wprowadzić zapis odnośnie do odpowiedniego rozróżnienia między środkami wykonawczymi odnoszącymi się do kwestii technicznych zatwierdzania projektów złożonych przez organizacje inicjujące a kwestiami związanymi z podejściem strategicznym w odniesieniu do badań rynków zbytu i możliwości eksportowych. W pierwszym przypadku należy stosować procedurę zarządzania, natomiast w drugim przypadku - ze względu na fakt, że wybór strategii eksportowej posiada pewne aspekty o znaczeniu politycznym - winna być stosowana procedura regulacyjna.

Poprawka 23 Artykuł 17 część wprowadzająca

Przed sporządzeniem wykazów przewidzianych w art. 4, **przed ustaleniem wytycznych** przewidzianych w art. 5, **przed zatwierdzeniem programów określonych w art. 6 i 9, przed podjęciem decyzji w sprawie przeprowadzenia działań zgodnie z art. 10, oraz przed przyjęciem zasad stosowania rozporządzenia określonych w**

Przed sporządzeniem wykazów przewidzianych w art. 4, przed ustaleniem wytycznych przewidzianych w art. 5, przed zatwierdzeniem programów określonych w art. 6 i 9, przed podjęciem decyzji w sprawie przeprowadzenia działań zgodnie z art. 10, oraz przed przyjęciem zasad stosowania rozporządzenia określonych w

art. 15, Komisja może zasięgnąć opinii:

art. 15, Komisja **zasięga opinii:**

Poprawka 24

Artykuł 18

Do dnia 31 grudnia **2012 r.** Komisja przesyła do Parlamentu Europejskiego i Rady sprawozdanie z wykonania niniejszego rozporządzenia, załączając w szczególności wszelkie właściwe propozycje.

Do dnia 31 grudnia **2010 r.** Komisja przesyła do Parlamentu Europejskiego i Rady sprawozdanie z wykonania niniejszego rozporządzenia, załączając w szczególności wszelkie właściwe propozycje.

Uzasadnienie

Z uwagi na fakt, że na mocy niniejszego wniosku w sprawie rozporządzenia dwa istniejące już rozporządzenia, które obowiązują od 1999 r., zostaną zastąpione jednym rozporządzeniem, należy przyjąć, że zebrano już wystarczające doświadczenia, aby sprawozdanie z wykonania rozporządzenia oraz właściwe propozycje przedstawić w roku 2010.

UZASADNIENIE

Uproszczenie wspólnotowego systemu działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w krajach trzecich stanowi istotny krok w procesie tworzenia prostej i sprawnej polityki rolnej w Europie. Proces ten jest zgodny z dotychczasowymi działaniami w zakresie uproszczenia przeprowadzonymi przez Wspólnotę z inicjatywy koncepcyjnej i legislacyjnej Komisji Europejskiej. Jeden z wniosków DG Rolnictwa i Rozwoju Wsi zawarty w *Planie działań w zakresie uproszczenia wspólnej polityki rolnej*¹ dotyczył właśnie potrzeby uproszczenia ram w odniesieniu do promocji produktów rolnych i utworzenia jednolitej podstawy prawnej dla wyjaśnienia przepisów dotyczących stosowania odpowiednich programów.

Jeszcze przed obecną inicjatywą prawodawczą Komisja Europejska wydała specjalne sprawozdanie w sprawie stosowania rozporządzenia Rady (WE) nr 2702/1999 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych w państwach trzecich, dotyczących produktów rolnych oraz rozporządzenia Rady (WE) nr 2826/2000 w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym², w którym zaproponowała podjęcie pięciu działań wynikających z dotychczasowych doświadczeń zebranych przez Wspólnotę w zakresie wdrażania wspomnianych programów. Do tych działań należała propozycja konsolidacji podstaw prawnych polegająca na połączeniu tych dwóch podstawowych rozporządzeń Rady w jeden dokument i następnie powtórzeniu tego zabiegu w odniesieniu do rozporządzeń wykonawczych.

Stąd też rolą Parlamentu Europejskiego na obecnym etapie jest podjęcie próby poszukiwania ewentualnych dalszych uproszczeń w podstawowych przepisach rozporządzenia, również jeśli chodzi o systemowe podejście do wszystkich innych instrumentów promocyjnych stosowanych przez Wspólnotę w ramach jej pełnej i złożonej działalności. Należy bowiem rozważyć, czy wspólnotowy mechanizm promocji nie powinien odgrywać większej roli w obliczu dokonanych dotąd reform WPR i możliwego przyszłego rozwoju sytuacji na szczeblu negocjacji WTO.

W tym kontekście sprawozdawca pragnie podkreślić, że postępujący bieg wydarzeń na forum negocjacji DDA powinien skłonić Wspólnotę do bliższego przeanalizowania możliwości kampanii promocyjnych. Prawdopodobne przyszłe porozumienie prowadzi do cięć w dostępie do rynku w wysokości od 48% do 73% dla większości produktów rolnych Wspólnoty. Dopuszczalne wsparcie wewnętrzne w UE może zostać ponadto zredukowane nawet o 70%. Oznacza to, iż w przypadku UE całkowity poziom wsparcia wewnętrznego zostanie zredukowany do 20,1 mld euro. Co więcej, wstępne zobowiązania Wspólnoty w zakresie likwidacji wszelkich subsydiów eksportowych do 2013 r. przewidują również konieczność redukcji wartości budżetowej przeznaczanej na ten instrument o 50% jeszcze przed 2010 r. W takim scenariuszu, zakładającym redukcję taryf celnych, likwidację subsydiów eksportowych, jak i zmniejszenie wsparcia wewnętrznego, UE powinna rozbudować środki promocji i zwiększyć budżet na kampanie promocyjne i informacyjne.

¹ Dokument roboczy, październik 2006 r.

² COM(2006)0855 - {SEC(2006) 1785}.

Pod pewnymi warunkami reguły WTO nie wykluczają możliwych modyfikacji i rozszerzenia systemu promocji, ponieważ instrument ten nie ma negatywnego wpływu na wymianę handlową, a jednocześnie mógłby działać pozytywnie na konkurencyjność eksportu Wspólnoty. Rozszerzenie zakresu wspólnotowej kampanii promocyjnej mogłoby ponadto prowadzić do większej spójności z regułami WTO, gdyż programy muszą być „powszechnie dostępne” w celu zgodności z przepisami WTO. Obecnie obowiązujące przepisy prawa wspólnotowego ustanawiają system administracyjnego wyboru ograniczonej listy produktów wspieranych w ramach kampanii promocyjnych, co może grozić wystąpieniem z zewnątrz z ewentualnymi zastrzeżeniami, wskazującymi na związek kampanii promocyjnej z produkcją. Kwestię tą należałoby poddać wnikliwej analizie.

Wracając do procesu uproszczenia, należy podkreślić, że prawdziwy potencjał redukcji obciążeń administracyjnych dla organizacji inicjujących leży w odpowiednim ulepszeniu przepisów wykonawczych Komisji Europejskiej i jej wytycznych. Komisja Europejska może zatem liczyć na pełne poparcie ze strony Parlamentu Europejskiego w zakresie nadania w podstawowym rozporządzeniu właściwych uprawnień legislacyjnych w celu uproszczenia wytycznych na szczeblu wykonawczym. Przykładowo, wskazane wydaje się zaproponowanie składania i rozpatrywania wniosków dotyczących programów dwukrotnie w ciągu roku. Zasadnym wydaje się również rozszerzenie listy uprawnionych produktów - surowców i produktów przetworzonych - zarówno w przypadku programów wdrażanych na rynku wewnętrznym, jak i w krajach trzecich. Obecnie obowiązujący system zawężający listę towarową do wybranych sektorów i produktów przyczynia się do podnoszenia zarzutów na forum WTO odnośnie do niezgodności z regułami WTO i powiązania wsparcia z produkcją. Również lista uprawnionych krajów trzecich powinna zostać rozszerzona i obejmować wszystkie kraje trzecie.

Zasadnym byłoby jednocześnie rozważenie docelowego włączenia horyzontalnego mechanizmu promocji w ramy prawne rozporządzenia w sprawie *jednolitej wspólnej organizacji rynków rolnych*, co winno przyczynić się do lepszego poznania instrumentu przez podmioty rynkowe. Ze względu na techniczne uproszczenie wydaje się, że potrzeba przejrzystości prawnej i wysokiej jakości pociągnie za sobą konieczność zmniejszenia liczby odesłań w projektowanym dokumencie.

Oddzielnie, sprawozdawca pragnie podnieść kwestię potrzeby zwiększenia alokacji budżetowej UE na horyzontalne działania promocyjne. Obecna całkowita alokacja budżetowa dla pozycji '05 02 10' (działania promocyjne) wynosi 45 840 000 euro wyrażona w wielkości przewidzianych płatności na rok 2007. Dla UE-27 tak niska kwota w dłuższej perspektywie nie może mieć większego wpływu na poprawę zdolności Wspólnoty w zakresie rozszerzenia dostępnych dla niej rynków zbytu dla produktów rolno-spożywczych wysokiej jakości. W obliczu postępującego procesu odchodzenia od instrumentu subsydiów wywozowych (głównie w drodze redukcji, zawieszenia lub ustanowienia zerowych stawek refundacji), oddzielenia wsparcia od produkcji, eliminacji rynkowych instrumentów zarządzania, znaczna rozbudowa budżetu na mechanizm promocji wydaje się być nieuchronna dla utrzymania konkurencyjności rolnictwa UE. Kampanie informacyjne powinny równocześnie służyć dobremu informowaniu konsumentów o zrównoważonych metodach produkcji WPR, wysokiej jakości produktów rolnych w UE, ekologicznej produkcji rolnej oraz aspektach zdrowotnych.

Zwiększenie budżetu przeznaczanego na działania promocyjne wraz ze wzrostem roli tego instrumentu w ramach rolnego *acquis* pomogłoby w utrzymaniu i zagwarantowaniu odpowiedniego poziomu spójności pomiędzy różnymi kampaniami informacyjnymi i promocyjnymi realizowanymi w UE-27. W przeciwnym razie, w zderzeniu ze wzmożoną konkurencją zewnętrzną, państwa członkowskie mogą uciekać się do przeprowadzania kampanii krajowych w ramach pomocy publicznej. To z kolei spowodowałoby jeszcze większe przeciążenie administracyjne służb Komisji Europejskiej, a cel uproszczenia zostałby zmarnowany. Wiodąca rola Wspólnoty wynika również z faktu istnienia środków przewidzianych do stosowania wyłącznie przez Komisję z własnej inicjatywy. Doświadczenia zdobyte przez instytucje wspólnotowe w ramach zarządzania projektami jak wizyty handlowe wysokiego szczebla powinny być jedynie wykorzystywane w ramach szeroko zakrojonych kampanii promocyjnych realizowanych na tej samej jednolitej podstawie prawnej.

Warto ponadto pamiętać, iż wszystkie użytki rolne we Wspólnocie poddane są szczegółowym przepisom dotyczącym dobrostanu zwierząt, ochrony środowiska i standardów zdrowia publicznego, co jest zagwarantowane dodatkowo mechanizmami płatności bezpośrednich.. Działania promocyjne dotyczące programów rolnictwa ekologicznego powinny być w wyższym stopniu dofinansowywane z budżetu UE, ponieważ stosowanie tych standardów w poszczególnych gospodarstwach przybliża produkcję pierwotną do trwałej produkcji ekologicznej. Wzrost dofinansowania z budżetu UE byłby również zgodny z niedawnymi decyzjami politycznymi w zakresie rynku owoców i warzyw oraz wina. Zniesienie wszelkich instrumentów rynkowych czyni produkcję rolną podatną na występowanie sytuacji kryzysowych spowodowanych np. zaburzeniami klimatu lub chorobami zwierzęcymi. W takich przypadkach stopień dofinansowania wspólnotowego kampanii promocyjnych powinien być większy.

Należy także uwzględnić odpowiednie rozróżnienie pomiędzy środkami wykonawczymi dotyczącymi kwestii czysto technicznych związanych z akceptacją projektów złożonych przez organizacje inicjujące a środkami dotyczącymi kwestii z zakresu strategicznych zamierzeń co do badań rynków zbytu i możliwości eksportowych. W pierwszym przypadku, zgodnie z dotychczasową praktyką legislacyjną Komisji Europejskiej oraz z uwagi na techniczny charakter oceny poszczególnych projektów powinna mieć zastosowanie procedura zarządzania. W drugim przypadku powinna natomiast znaleźć zastosowanie procedura regulacyjna, gdyż wybór strategii eksportowej ze swej natury zawiera istotny wątek polityczny.

Sprawozdawca chciałby również w tym miejscu przywołać ustalenia niedawno przeprowadzonej reformy wspólnej organizacji rynku owoców i warzyw w zakresie promocji. Ostateczny tekst kompromisowy Prezydencji wprowadził zmianę w art. 5 ust. 3 rozporządzenia Rady (WE) nr 2826/2000 mówiącą, iż specjalną uwagę należy poświęcić promocji skierowanej do młodzieży w placówkach oświatowych. W deklaracji dotyczącej owoców w szkole, dołączonej do tekstu reformy, Rada zwróciła się ponadto do Komisji o „jak najszybsze przygotowanie wniosku dotyczącego programu «owoce dla uczniów» na podstawie oceny skutków regulacji w zakresie korzyści, wykonalności i kosztów administracyjnych” (dokument 10771/07). Obecny zabieg uproszczenia horyzontalnego mechanizmu promocji wydaje się być doskonałą okazją powrócenia do tematu.

PROCEDURA

Tytuł	Działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych		
Odsyłacze	COM(2007)0268 - C6-0203/2007 - 2007/0095(CNS)		
Data konsultacji z PE	2.7.2007		
Komisja przedmiotowo właściwa Data ogłoszenia na posiedzeniu	AGRI 9.7.2007		
Komisja(e) wyznaczona(e) do wydania opinii Data ogłoszenia na posiedzeniu	BUDG 9.7.2007	IMCO 9.7.2007	
Opinia niewydana Data decyzji	BUDG 17.7.2007	IMCO 12.9.2007	
Sprawozdawca(y) Data powołania	Bogdan Golik 5.6.2007		
Rozpatrzenie w komisji	12.9.2007	8.10.2007	21.11.2007
Data przyjęcia	21.11.2007		
Wynik głosowania końcowego	+: -: 0:	29 0 0	
Posłowie obecni podczas głosowania końcowego	Vincenzo Aita, Peter Baco, Bernadette Bourzai, Niels Busk, Luis Manuel Capoulas Santos, Giuseppe Castiglione, Albert Deß, Duarte Freitas, Ioannis Gklavakis, Lutz Goepel, Bogdan Golik, Friedrich-Wilhelm Graefe zu Baringdorf, Elisabeth Jeggle, Heinz Kindermann, Diamanto Manolakou, Mairead McGuinness, Rosa Miguélez Ramos, Neil Parish, María Isabel Salinas García, Agnes Schierhuber, Willem Schuth, Czesław Adam Siekierski, Petya Stavreva, Donato Tommaso Veraldi		
Zastępca(y) obecny(i) podczas głosowania końcowego	Pilar Ayuso, Katerina Batzeli, Esther De Lange, James Nicholson, Zdzisław Zbigniew Podkański		
Data złożenia	23.11.2007		