

EVROPSKI PARLAMENT

2004



2009

Dokument zasedanja

A6-0461/2007

23.11.2007

POROČILO

o predlogu Uredbe Sveta o ukrepih za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo na notranjem trgu in v tretjih državah
(KOM(2007)0268 – C6-0203/2007 – 2007/0095(CNS))

Odbor za kmetijstvo in razvoj podeželja

Poročevalec: Bogdan Golik

Oznake postopkov

- * Postopek posvetovanja
večina oddanih glasov
- **I Postopek sodelovanja (prva obravnava)
večina oddanih glasov
- **II Postopek sodelovanja (druga obravnava)
večina oddanih glasov za odobritev skupnega stališča
absolutna večina poslancev Parlamenta za zavrnitev ali
spremembo skupnega stališča
- *** Postopek privolitve
absolutna večina poslancev Parlamenta, razen v primerih,
navedenih v členih 105, 107, 161 in 300 Pogodbe ES in členu 7
Pogodbe EU
- ***I Postopek soodločanja (prva obravnava)
večina oddanih glasov
- ***II Postopek soodločanja (druga obravnava)
večina oddanih glasov za odobritev skupnega stališča
absolutna večina poslancev Parlamenta za zavrnitev ali
spremembo skupnega stališča
- ***III Postopek soodločanja (tretja obravnava)
večina oddanih glasov za odobritev skupnega besedila

(Vrsta postopka je odvisna od pravne podlage, ki jo predlaga Komisija.)

Spremembe zakonodajnega besedila

Pri spremembah, ki jih predlaga Parlament, je spremenjeno besedilo označeno s ***krepkim poševnim tiskom***. Besedilo, zapisano v *navadnem poševnem tisku*, označuje tehničnim službam namenjeni del zakonodajnega besedila s predlaganimi popravki, ki se upoštevajo pri pripravi končnega besedila (na primer, očitne napake ali izpustitve v zadevni jezikovni različici). O teh popravkih odločajo pristojne tehnične službe.

VSEBINA

	Stran
OSNUTEK ZAKONODAJNE RESOLUCIJE EVROPSKEGA PARLAMENTA	5
OBRAZLOŽITEV	15
POSTOPEK	18

OSNUTEK ZAKONODAJNE RESOLUCIJE EVROPSKEGA PARLAMENTA

**o predlogu Uredbe Sveta o ukrepih za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo na notranjem trgu in v tretjih državah
(KOM(2007)0268 – C6-0203/2007 – 2007/0095(CNS))**

(Postopek posvetovanja)

Evropski parlament,

- ob upoštevanju predloga Komisije Svetu (KOM(2007)0268),
 - ob upoštevanju členov 36 in 37 Pogodbe o ES, v skladu s katerima se je Svet posvetoval s Parlamentom (C6-0203/2007),
 - ob upoštevanju člena 51 svojega poslovnika,
 - ob upoštevanju poročila Odbora za kmetijstvo in razvoj podeželja (A6-0461/2007),
1. odobri predlog Komisije, kakor je bil spremenjen;
 2. poziva Komisijo, naj ustrezno spremeni svoj predlog, na podlagi člena 250(2) Pogodbe o ES;
 3. poziva Svet, naj obvesti Parlament, če namerava odstopati od besedila, ki ga je Parlament odobril;
 4. poziva Svet, naj se ponovno posvetuje s Parlamentom, če namerava bistveno spremeniti predlog Komisije;
 5. naroči svojemu predsedniku, naj stališče Parlamenta posreduje Svetu in Komisiji.

Besedilo, ki ga predlaga Komisija

Predlogi sprememb Parlamenta

Predlog spremembe 1

Uvodna izjava 2

(2) Ob upoštevanju pridobljenih izkušenj, perspektive razvoja trgov znotraj in zunaj Skupnosti ter novega okvira mednarodne trgovine je ustrezno razvijati skupno povezano informacijsko in promocijsko politiko glede kmetijskih proizvodov in metod njihove proizvodnje ter tudi prehrabnih proizvodov iz kmetijskih proizvodov na notranjem trgu in trgih

(2) Ob upoštevanju pridobljenih izkušenj, perspektive razvoja trgov znotraj in zunaj Skupnosti ter novega okvira mednarodne trgovine je ustrezno razvijati skupno povezano informacijsko in promocijsko politiko glede kmetijskih proizvodov in metod njihove proizvodnje ter tudi prehrabnih proizvodov iz kmetijskih proizvodov na notranjem trgu in trgih

tretjih držav, ne da bi pri tem spodbujali potrošnjo nekega proizvoda zaradi njegovega posebnega porekla. Zaradi jasnosti je treba razveljaviti uredbi (ES) št. 2702/1999 in (ES) št. 2826/2000 in jih nadomestiti z eno uredbo ob ohranitvi posebnosti ukrepov v skladu s trgom, kjer se izvajajo.

tretjih držav, ne da bi pri tem spodbujali potrošnjo nekega proizvoda zaradi njegovega posebnega porekla. Zaradi jasnosti je treba razveljaviti uredbi (ES) št. 2702/1999 in (ES) št. 2826/2000 in ju nadomestiti z eno uredbo, **katere določbe bi lahko nato vključili v predlagano uredbo Sveta o vzpostavitvi skupne ureditve kmetijskih trgov in o posebnih določbah za nekatere kmetijske proizvode¹**, ob ohranitvi posebnosti ukrepov v skladu s trgom, kjer se izvajajo.

¹ Predlog uredbe Sveta (KOM(2006)0822).

Obrazložitev

Vključitev promocijskega ukrepa v okvir enotne uredbe o skupni ureditvi trga bi bila v skladu s postopkom poenostavitve, ki vodi k preglednosti vseh tržnih instrumentov za subjekte, mehanizmov upravljanja trga in možnosti promocije.

Predlog spremembe 2 Uvodna izjava 4

(4) Treba je določiti merila za izbiro **zadevnih proizvodov in sektorjev ter tudi** tem in trgov, ki jih zadevajo programi Skupnosti.

(4) Treba je določiti merila za izbiro tem, trgov **in potencialnih izvoznih možnosti**, ki jih zadevajo programi Skupnosti, **zlasti glede na programe, ki se izvajajo v tretjih državah.**

Obrazložitev

Merila za predlog uredbe ne bi smela biti osnova za izključevanje katerih koli izdelkov ali sektorjev iz promocijske sheme, ampak bi morala usmerjati k izbiri najboljših izvoznih možnosti in tem za informacijske kampanje na tretjih trgih.

Predlog spremembe 3 Uvodna izjava 5 a (novo)

(5a) Ukrepi za informiranje in promocijo bi morali kar najbolje vključevati in odsevati lastnosti evropskega proizvodnega modela – bogastvo, raznovrstnost in tradicijo, ki jih premore kultura Skupnosti na področju kmetijske proizvodnje živil.

Obrazložitev

Namen je povečati prepoznavnost proizvodnje Skupnosti, zlasti pri splošni promociji, in pokazati ne le njeno bogastvo in raznovrstnost temveč tudi njeno kakovost.

Predlog spremembe 4

Uvodna izjava 6

(6) Izvajanje ukrepov mora biti zagotovljeno v okviru programov informiranja in promocije. Glede ukrepov, ki jih je treba izvesti na notranjem trgu, in za zagotovitev skladnosti in učinkovitosti programov je treba za vsak **zadevni proizvod ali** sektor predvideti smernice, ki bodo določale bistvene elemente zadevnega programa.

(6) Izvajanje ukrepov mora biti zagotovljeno v okviru programov informiranja in promocije. Glede ukrepov, ki jih je treba izvesti na notranjem trgu, in za zagotovitev skladnosti in učinkovitosti programov je treba za vsak sektor predvideti smernice, ki bodo določale bistvene elemente zadevnega programa.

Obrazložitev

Vključevanje vseh sektorjev v promocijsko shemo ne bi zahtevalo ločenih smernic za vsak izdelek posebej. To bi se odražalo v manjšem upravnem bremenu in učinkovitejši poenostavitvi, hkrati pa bi zagotavljalo enotno in enako uporabo pravil iz smernic za vse izdelke v vseh sektorjih.

Predlog spremembe 5

Uvodna izjava 6 a (novo)

(6a) Ker so to programi Skupnosti, naj bi imeli prednost predlogi, ki vključujejo več držav članic in ki se izvajajo na trgih tretjih držav. Prav tako je treba posebej skrbno obravnavati programe za več proizvodov, saj se vanje vložena javna sredstva boljše povrnejo. Poleg tega bi Komisija morala spodbujati sodelovanje z državami članicami pri ukrepih, ki jih sproži na lastno pobudo, s čimer bi povečala dodano vrednost Skupnosti.

Obrazložitev

Zanimivo bi bilo, če bi Komisija tudi pri lastnih programih sodelovala z državami članicami za povečanje dodane vrednosti Skupnosti.

Predlog spremembe 6
Uvodna izjava 7 a (novo)

(7a) Primerno bi bilo pripraviti in v programe vključiti ukrepe za informiranje in podporo, namenjene strokovnim organizacijam, udeležnim v programih.

Obrazložitev

Glede na upravno zapletenost nekaterih programov so ti ukrepi ne le potrebni, temveč bodo tudi omogočili večjo pravno varnost pri delu.

Predlog spremembe 7
Uvodna izjava 11 a (novo)

(11a) Ker se kmetijsko-živilska industrija Skupnosti zelo hitro internacionalizira, bi bilo primerno predvideti prožno uporabo instrumentov za promocijo in informiranje ter sprejeti potrebne zakonodajne spremembe, ki jih narekujejo izkušnje, pridobljene od leta 1999.

Obrazložitev

Pomembno je omogočiti večjo prožnost programov, ki bi pustila prosto pot bolj poglobljeni reformi, temelječi na izkušnjah, zbranih v vseh letih, odkar programi potekajo.

Predlog spremembe 8
Uvodna izjava 11 b (novo)

(11b) Ker bi zlasti v tretjih državah že uvedeni promocijski ukrepi potrošnikom morali omogočiti lažji dostop do evropskih proizvodov in ker organizacije sofinancirajo precejšen delež programov, bi morale udeležene organizacije predlagateljice imeti možnost predstavljati svoje proizvode na poslovnih dogodkih, na primer na trgovinskih in drugih sejmih, da bi prikazale bogastvo, kakovost in raznovrstnost izdelkov Skupnosti.

Obrazložitev

Ker organizacije sofinancirajo precejšen delež programov, jim je treba omogočiti sodelovanje v promocijskih programih z njihovimi proizvodi, promocija pa ne sme biti zgolj splošna.

Predlog spremembe 9
Člen 2, odstavek 1, točka d a (novo)

(da) povečanje ukrepov informiranja in promocije za sadje in zelenjavo.

Obrazložitev

V skladu z uvodno izjavo 23 iz Zakonodajne resolucije Evropskega parlamenta z dne 7. junija 2007 o predlogu Uredbe Sveta o določitvi posebnih pravil za sektor sadja in zelenjave ter o spremembi določenih uredb (KOM(2007)0017 – C6-0075/2007 – 2007/0012(CNS)) bi Komisija morala spremeniti Uredbo Sveta (ES) št. 2702/1999 z dne 14. decembra 1999 o ukrepih za informiranje in promocijo kmetijskih proizvodov v tretjih državah, da bi se okrepili ukrepi informiranja in promocij za sadje in zelenjavo.

Predlog spremembe 10
Člen 3, odstavek 1, uvodni del

1. Sektorji ali proizvodi, ki jih lahko obsegajo ukrepi iz člena 1(1) za izvajanje na notranjem trgu, se določijo z upoštevanjem naslednjih meril:

1. Ukrepi iz člena 1(1) za izvajanje na notranjem trgu se nanašajo zlasti na naslednja merila:

Obrazložitev

Pri ukrepih, ki jih je treba izvajati na notranjem trgu ne bi smelo biti omejitev pri izboru izdelkov ali sektorjev, zajetih v promocijske kampanje, sicer bi lahko prišlo do izkrivljanja konkurence.

Predlog spremembe 11
Člen 3, odstavek 1, točka a a (novo)

(aa) potreba po poudarjanju številnih koristi, ki jih okolju in trgu dela prinesejo regionalni in lokalni proizvodi

Obrazložitev

Lokalni ali regionalni trgi lahko v skoraj vseh regijah pokrijejo osnovne potrebe po hrani. Z nakupom regionalnih proizvodov se zmanjša potreba po prometnih omrežjih, izboljša se

razumevanje med potrošniki in kmeti, ohranja se tudi dodana vrednost podeželja, s čimer tam ostajajo delovna mesta ali se celo ustvarjajo nova.

Predlog spremembe 12
Člen 4, odstavek 1

Komisija po postopku iz **člena 16(2)** določi sezname tem in proizvodov iz člena 3, kot tudi zadevne tretje države. Ti sezname se revidirajo **vsaki dve leti**. Po potrebi se le-ta spreminja v časovnem presledku po enakem postopku.

Komisija po postopku iz **člena 16(2a)** določi sezname tem iz člena 3, kot tudi zadevne tretje države. ***V primeru tretjih držav Komisija po postopku iz člena 16(2a) določi strateški seznam Skupnosti za potencialne izvozne možnosti, pri čemer upošteva izide ukrepov iz člena 10, zlasti pri študijah novih trgov in trgovinskih obiskih na visoki ravni.*** Ti sezname se revidirajo **letno**. Po potrebi se spreminjajo v časovnem presledku po enakem postopku ***ob natančnem upoštevanju člena 3(1)(c).***

Obrazložitev

Ukrepi, ki jih Komisija izvaja na lastno pobudo, bi lahko bili zelo koristno orodje za določanje ciljnih držav za izvoz Skupnosti. S tem bi lahko zunanjetrgovinska politika, ki je v izključni pristojnosti Komisije, subjektom neposredno omogočila zmožnosti, da razširijo obseg svojih dejavnosti na trgu.

Predlog spremembe 13
Člen 5, odstavek 1, pododstavek 1

1. Za promocijo na notranjem trgu Komisija v skladu s postopkom iz člena 16(2) sprejme za vsak upravičen sektor ***ali proizvod*** smernice o določitvi strategije, ki ji je treba slediti pri predlogih programov informiranja in promocije.

1. Za promocijo na notranjem trgu Komisija v skladu s postopkom iz člena 16(2) sprejme za vsak upravičen sektor smernice o določitvi strategije, ki ji je treba slediti pri predlogih programov informiranja in promocije.

Obrazložitev

Glej obrazložitev predloga spremembe k uvodni izjavi 6.

Predlog spremembe 14
Člen 5, odstavek 2

2. Za promocijo v tretjih državah Komisija

2. Za promocijo v tretjih državah Komisija

lahko v skladu s postopkom iz **člena 16(2)** določi smernice o določitvi strategije v predlogih za programe informiranja in promocije za **nekateri ali** vse proizvode iz člena 3(2).

lahko v skladu s postopkom iz **člena 16(2a)** določi smernice o določitvi strategije v predlogih za programe informiranja in promocije za vse proizvode iz člena 3(2).

Obrazložitev

Sprejetje smernic za promocijo izdelkov na trgih tretjih držav vsebuje tudi politično noto. Zato bi bilo treba bolj poudariti vlogo držav članic v zakonodajnem postopku sprejemanja smernic.

Predlog spremembe 15
Člen 7, odstavek 1, pododstavek 1

1. **Države članice določijo** specifikacije o določitvi pogojev in meril ocenjevanja programov informiranja in promocije.

1. **Komisija določi** specifikacije o določitvi pogojev in meril ocenjevanja programov informiranja in promocije.

Obrazložitev

Evropska komisija določi natančna merila za programe, med katerimi izbirajo države članice. Ta merila pomagajo državam članicam pri potrjevanju ali zavračanju predloženih programov. Sprememba bi morala zagotoviti tudi več preglednosti in jasnosti pri postopku izbire programov in bi morala subjektom ponuditi pravico, da izvejo razloge za zavrnitev njihovih projektov.

Predlog spremembe 16
Člen 8, odstavek 1

1. Komisija odloči v skladu s postopkom iz člena 16(2) o izbranih programih in o ustreznih proračunih. Prednost je dana programom, ki jih predlaga več držav članic ali ki predvidevajo ukrepe v več državah članicah **ali tretjih državah**.

1. Komisija odloči v skladu s postopkom iz člena 16(2) o izbranih programih in o ustreznih proračunih. Prednost je dana **zgolj** programom, **ki se izvajajo na trgih tretjih držav in, v okviru teh ukrepov, zlasti tistim programom**, ki jih predlaga več držav članic ali ki predvidevajo ukrepe v več državah članicah.

Obrazložitev

Odločitev o izbiri programa mora temeljiti na njegovi kakovosti in izpolnjevanju meril. Treba pa je dati prednost projektom, ki se izvajajo na trgih tretjih držav, da bi okrepili izvoz Skupnosti.

Predlog spremembe 17
Člen 9, odstavek 1

1. Če ni programov **za izvajanje na notranjem trgu** za enega ali več ukrepov iz člena 2(1)(b), ki je bil predložen na podlagi člena 6(1), vsaka zainteresirana država članica ali države članice izdelajo program in svojo specifikacijo na podlagi smernic iz člena 5(1) in prek javnega razpisa izbere izvedbeni organ za programe, za katere prevzema sofinanciranje.

1. Če ni programov za enega ali več ukrepov iz člena 2(1)(b), ki je bil predložen na podlagi člena 6(1), vsaka zainteresirana država članica ali države članice izdelajo program in svojo specifikacijo na podlagi smernic iz člena 5(1) in prek javnega razpisa izbere izvedbeni organ za programe, za katere prevzema sofinanciranje.

Obrazložitev

Da bi izboljšali poznavanje evropskih meril za kakovost, vključno z zaščiteno označbo porekla, zaščiteno geografsko označbo Skupnosti in s sistemi za ekološko kmetijstvo, s katerimi se skušajo povečati izvozne možnosti za te visoko kakovostne izdelke, bi morali dovoliti njihovo promocijo v tretjih državah s kampanjami, ki jih organizirajo države članice.

Predlog spremembe 18
Člen 12, odstavek 1

1. Spremljevalna skupina, sestavljena iz predstavnikov Komisije, zadevnih držav članic in organizacij predlagateljic, **zagotavlja spremljanje izbranega programa** v skladu s členoma 8 in 9.

1. Spremljevalna skupina, sestavljena iz predstavnikov Komisije, zadevnih držav članic in organizacij predlagateljic, **upravlja izbrani program** v skladu s členoma 8 in 9.

Obrazložitev

Pomembno je, da se spremljevalni skupini poleg funkcije informiranja omogoči tudi dajanje mnenj, razlaganje podrobnosti, sprejemanje sporazumov itd; sčasoma bi morala skupina določiti smer, v katero se bodo razvijali programi, s čimer bo zagotovila večjo pravno varnost.

Predlog spremembe 19
Člen 13, odstavek 2

2. Finančna udeležba Skupnosti za izbrane programe iz člena 8 in 9 ne presega **50 %** dejanskih stroškov programov. Za programe informiranja in promocije v trajanju dveh ali treh let udeležba za vsako leto izvajanja ne sme preseči te meje.

2. Finančna udeležba Skupnosti za izbrane programe iz člena 8 in 9 ne presega **60 %** dejanskih stroškov programov. Za programe informiranja in promocije v trajanju dveh ali treh let udeležba za vsako leto izvajanja ne sme preseči te meje. **Pri programih, ki se nanašajo na ekološko**

kmetijstvo ali obravnavajo ukrepe, ki so posledica kriznih razmer, pa raven finančne udeležbe Skupnosti ne presega 70 %.

Obrazložitev

Povečati je treba raven finančnega prispevka Skupnosti pri promocijskih ukrepih, povezanih z ekološkim kmetijstvom, ker uporaba teh standardov pri posameznih proizvajalcih približuje primarno proizvodnjo trajnostnim, ekološkim praksam. V primeru kriznih razmer bi promocijske kampanje morale prejeti večjo podporo Skupnosti. Splošno povečanje dodeljenih proračunskih sredstev za promocijo bi hkrati pripomoglo k vzdrževanju in zagotavljanju potrebne skladnosti med informacijskimi in promocijskimi kampanjami po vsej EU-27. Skupni finančni prispevek Skupnosti bi se zato moral dvigniti na 60 %. Raven finančnih prispevkov organizacij bi se morala znižati na 10 %, da bi manjšim organizacijam omogočili sodelovanje pri promocijskih ukrepih.

Predlog spremembe 20

Člen 13, odstavek 3, pododstavek 1

3. Organizacije predlagateljice so udeležene pri financiranju programov, ki so jih predlagale, do višine najmanj **20 %** dejanskih stroškov programov, ostanek financiranja pa gre v breme zadevne države ali držav članic, ob upoštevanju udeležbe Skupnosti iz odstavka 2.

3. Organizacije predlagateljice so udeležene pri financiranju programov, ki so jih predlagale, do višine najmanj **10%** dejanskih stroškov programov, ostanek financiranja pa gre v breme zadevne države ali držav članic, ob upoštevanju udeležbe Skupnosti iz odstavka 2.

Obrazložitev

Glej obrazložitev predloga spremembe k členu 13, odstavek 2.

Predlog spremembe 21

Člen 15, odstavek 1 a (novo)

Pravila organizacijam predlagateljicam predvsem omogočajo predložitev programov vsaj dvakrat letno in državam članicam, da Komisiji predložijo predloge za programe pod enakimi pogoji.

Obrazložitev

Sedanji sistem predlaganja programov enkrat letno je za subjekte težaven. V primeru ponovnega prilagajanja zavrženega programa morajo čakati eno leto, da ga ponovno predložijo. Možnost predložitve programa za notranji trg in tretje države dvakrat letno bo

omogočila več prožnosti organizacijam predlagateljicam.

Predlog spremembe 22
Člen 16, odstavek 2 a (novo)

2a. Pri sklicevanju na ta odstavek se uporabljata člena 5 in 7 Sklepa 1999/468/ES.

Obdobje iz člena 5(6) Sklepa 1999/468/ES se določi na tri mesece.

Obrazložitev

Sprejeti je treba določbe za primerno ločevanje med ukrepi za izvajanje, povezanimi s tehničnimi vprašanji pri sprejemanju projektov organizacij predlagateljic, in vprašanji, kako strateško pristopiti k študijam prodajnih možnosti in izvoznih možnosti. V prvem primeru je treba uporabiti upravljalni, v drugem pa regulativni postopek, saj je izbira strategije izvoza na nek način političnega pomena.

Predlog spremembe 23
Člen 17, uvodni del

Pred sestavo seznamov iz člena 4, določitvijo smernic iz člena 5, odobritvijo programov iz členov 6 in 9, sprejetjem sklepa o ukrepih v skladu s členom 10 ali sprejetjem podrobnih pravil za uporabo iz člena 15 se Komisija **lahko** posvetuje z:

Pred sestavo seznamov iz člena 4, določitvijo smernic iz člena 5, odobritvijo programov iz členov 6 in 9, sprejetjem sklepa o ukrepih v skladu s členom 10 ali sprejetjem podrobnih pravil za uporabo iz člena 15 se Komisija posvetuje z:

Predlog spremembe 24
Člen 18

Pred 31. decembrom **2012** Komisija po potrebi skupaj z vsemi ustreznimi predlogi predloži Evropskemu parlamentu in Svetu poročilo o izvajanju te uredbe.

Pred 31. decembrom **2010** Komisija po potrebi skupaj z vsemi ustreznimi predlogi predloži Evropskemu parlamentu in Svetu poročilo o izvajanju te uredbe.

Obrazložitev

Ker je namen tega predloga uredbe združiti dve obstoječi uredbi, ki veljata od leta 1999, menimo, da se je nabralo dovolj izkušenj za objavo poročila v letu 2010 in pripravo ustreznih predlogov.

OBRAZLOŽITEV

Poenostavitev režima Skupnosti na področju ukrepov pri informiranju in promociji kmetijskih izdelkov na notranjem trgu in v tretjih državah predstavlja pomemben korak k preprosti in obvladljivi evropski kmetijski politiki. Je nadaljevanje predhodnih dejavnosti v smeri poenostavitve, ki jih je Skupnost izpeljala po zamisli in na zakonodajno pobudo Komisije. V enem izmed predlogov *akcijskega načrta za poenostavitev skupne kmetijske politike*¹ generalnega direktorata za kmetijstvo in razvoj podeželja je predvidena poenostavitev promocijskega okvira za kmetijske izdelke in podana pobuda za pripravo enotnega zakonodajnega okvira, ki bi razjasnil pravila za izvajanje programov.

Pred obravnavo trenutnega zakonodajnega predloga je Evropska komisija izdala posebno poročilo o uporabi Uredbe Sveta (ES) št. 2702/1999 o ukrepih za informiranje in za promocijo kmetijskih proizvodov v tretjih državah in Uredbe Sveta (ES) št. 2826/2000 o akcijah informiranja in promocije za kmetijske proizvode na notranjem trgu², kjer je predlaganih pet ukrepov, ki temeljijo na zaključkih, pridobljenih prek izkušenj Skupnosti pri delu s programi. Med njimi je bil ukrep združevanja uredb, kar bi dosegli s kombinacijo dveh osnovnih uredb Sveta v enotno besedilo in s tem delovali v smeri enotnih izvedbenih pravil.

Zato bi moral biti Evropski parlament v sedanjem postopku osredotočen na nadaljnje možnosti poenostavitve temeljnih določb uredbe, istočasno pa bi moral sistematično pristopati h kateremu koli drugemu promocijskemu instrumentu Skupnosti v celotnem in zapletenem področju njenih dejavnosti. Upoštevati bi bilo namreč treba, ali bi lahko promocijski mehanizem Skupnosti igral pomembnejšo vlogo glede na nedavne reforme skupne kmetijske politike in možne prihodnje dogodke v okrilju Svetovne trgovinske organizacije.

Poročevalec v zvezi s tem poudarja, da bi ob nadaljevanju pogajanj o razvojni agendi iz Dohe Skupnost morala natančneje pregledati možnosti, ki jih ponujajo promocijske kampanje. Možni prihodnji sporazum bi lahko prinesel od 48 do 73-odstotno znižanje tarif za večino kmetijskih izdelkov Skupnosti. Poleg tega bi se raven domače podpore, dovoljene v EU, lahko znižala tudi do 70 %, kar bi pomenilo zmanjšanje skupne ravni domače podpore EU na 20,1 milijard EUR. Predhodno sprejeta obveznost ukinitve vseh podpor za izvoz do leta 2013 pa predvideva tudi 50-odstotno proračunsko znižanje, ki ga je treba izvesti že pred letom 2010. V tem primeru – ob proračunskem znižanju, odpravi izvoznih nadomestil in domače podpore, bi EU morala razširiti obseg promocijskih ukrepov in povečati proračun za promocijske in informacijske kampanje.

Pod določenimi pogoji pravila Svetovne trgovinske organizacije ne izključujejo spremembe ali širitve promocijske sheme, ker ta instrument nima negativnega vpliva na trgovino in bi hkrati lahko pozitivno vplival na konkurenčnost izvoza Skupnosti. Nadalje bi širitev ciljev promocijske kampanje Skupnosti lahko privedla do boljše usklajenosti s pravili Svetovne trgovinske organizacije, saj morajo biti programi "široko dostopni", če naj ustrezajo določbam

¹ Delovni dokument, oktober 2006.

² KOM(2006)0855 – SEC(2006)1785.

Svetovne trgovinske organizacije. Trenutno veljavne določbe Skupnosti predvidevajo sistem administrativne izbire med omejenim številom izdelkov, uvrščenih v promocijsko kampanjo, kar bi lahko povzročilo zunanje zadržke glede povezave med promocijsko kampanjo in proizvodnjo. To temo bi veljalo natančno preučiti.

Če se vrnemo na postopek poenostavitve, je treba poudariti, da se pravo zmanjšanje upravnih bremen za organizacije predlagateljice skriva v ustrezni racionalizaciji določb in smernic Evropske komisije. Zato lahko Evropska komisija računa na popolno podporo Evropskega parlamenta pri določanju zakonodajnih pristojnosti v temeljni zakonodajni uredbi, ki bodo poenostavile izvedbene smernice. Zdi se primerno, na primer, da bi omogočili postopek vlaganja in izbire programov dvakrat letno. Prav tako se zdi primerno, da bi seznam upravičenih primarnih in predelanih proizvodov razširili na programe, ki se izvajajo na notranjem trgu, pa tudi na tiste, namenjene tretjim državam. Trenutni omejeni izbor sektorjev in izdelkov bi lahko vzbudil zadržke Svetovne trgovinske organizacije ter sprožil zahteve po vezanih ukrepih. Tudi seznam upravičenih tretjih držav bi se moral razširiti na vse tretje države.

Priporočljiva bi bila tudi obravnava možne vključitve usklajenega promocijskega instrumenta v zakonodajni okvir uredbe *za enoten skupni trg kmetijskih izdelkov*, kar bi lahko pripomoglo k temu, da bi tržni subjekti bolje poznali shemo. Z vidika tehnične poenostavitve kaže, da so zaradi večje pravne preglednosti in kakovosti osnutka besedila potrebne izboljšave, ker se v osnutku pretirano uporablja sklicevanje.

Upoštevati pa je treba tudi, da bi bilo zaželeno, da Skupnost nameni večji del svojega proračuna horizontalnim promocijskim ukrepom. Trenutna vmesna vsota razporeditev pod proračunsko postavko 05 02 10 (spodbujanje – promocijski ukrepi) je 45.840.000 EUR, izraženih kot raven plačil in prerazporeditev za leto 2007. V EU-27 ta vsota dolgoročno ne bo občutno izboljšala možnosti Skupnosti, da razširi potencialno prodajo visoko kakovostnih kmetijsko-prehrabnih izdelkov. Zaradi postopnega ukinjanja izvoznih subvencij (zlasti z zmanjševanjem in opustitvijo izvoznih nadomestil ali z določanjem ničnega odstotka za ta nadomestila), nevezanosti in ukinjanja ukrepov za upravljanje trga, je nujno v proračunu nameniti več sredstev promocijskim shemam, če naj bi kmetijstvo EU obdržalo svojo raven konkurenčnosti. Istočasno bi morale promocijske kampanje potrošnike obveščati o trajnostni proizvodnji v skupni kmetijski politiki, visoki kakovosti kmetijskih proizvodov EU, ekološkem kmetijstvu in zdravstvenih vidikih.

Povečanje proračunskih sredstev, dodeljenih promociji, skupaj z okrepljeno vlogo tega instrumenta znotraj kmetijske zakonodaje, bi lahko pripomoglo k zagotavljanju potrebne skladnosti med različnimi informacijskimi in promocijskimi kampanjami po vsej EU-27. Sicer bi se ob povečanju zunanje konkurence države članice utegnile zateči k nacionalnim kampanjam v skladu s pravili o državni pomoči. To bi posledično povzročilo še hujšo administrativno obremenitev služb Evropske komisije in s tem bi cilj poenostaviti sistem zvedenel. Vodilna vloga Skupnosti bi se lahko upravičila tudi z dejstvom, da so nekateri ukrepi predvideni zgolj na pobudo Komisije. Izkušnje, ki so jih institucije Skupnosti nabrale med vodenjem projektov, kot so trgovinski obiski na visoki ravni, so dejansko uporabne zgolj pri širokih promocijskih kampanjah, organiziranih znotraj enotnega zakonodajnega okvira.

Končno, upoštevajoč, da na vsem področju Skupnosti, ki se uporablja za kmetijstvo, veljajo

natančne določbe glede dobrega počutja živali, varovanja okolja in standardov javnega zdravja, kar je zagotovljeno tudi z neposrednimi dohodkovnimi podporami, bi se finančni prispevki Skupnosti za promocijske ukrepe, namenjene ekološkemu kmetijstvu, morali povečati, ker uporaba teh standardov pri posameznih proizvajalcih približuje primarno proizvodnjo trajnostnim, ekološkim praksam. Takšno povečanje bi se ujemalo tudi z nedavnimi političnimi odločitvami o sadju, zelenjavi in vinu. Zaradi odprave tržnih instrumentov postane kmetijska proizvodnja občutljiva v kriznih razmerah, ki jih povzročijo na primer podnebne motnje ali živalske bolezni. V teh primerih bi promocijske kampanje morale imeti večjo podporo Skupnosti.

Hkrati je treba sprejeti določbe za primerno ločevanje med ukrepi za izvajanje, povezanimi s tehničnimi vprašanji pri sprejemanju projektov organizacij predlagateljic, in vprašanji, kako strateško pristopiti k študijam prodajnih možnosti in izvoznih možnosti. V prvem primeru, v skladu z nedavno zakonodajno prakso Evropske komisije in ob upoštevanju tehnične narave ocenjevanja posameznih projektov, je treba uporabiti upravljalni postopek, v drugem primeru pa regulativni postopek, ker je izbira strategije izvoza na nek način političnega pomena.

Poročevalec bi tu rad opozoril na rezultate na področju promocije, ki so bili doseženi z nedavno reformo v zvezi s sadjem in zelenjavo. S končnim kompromisom predsedstva je bila dosežena sprememba člena 5(3) Uredbe (ES) št. 2826/2000, s katero je določeno, da je treba posebno pozornost posvetiti promociji, namenjeni otrokom in izobraževalnim ustanovam. Poleg tega je Svet v svoji deklaraciji o sistemskem uvajanju uživanja sadja v šole, ki je priložena besedilu reforme, povabil Komisijo, naj čim prej pripravi predlog za sistemsko uvajanje uživanja sadja v šole, ki bi temeljil na presoji vpliva njegovih koristnih učinkov, izvedljivosti in administrativnih stroškov (dok. 10771/07). Trenutno poenostavljanje horizontalnega promocijskega instrumenta se zdi ustrezen trenutek za to.

POSTOPEK

Naslov	Ukrepi za informiranje o kmetijskih proizvodih in njihovo promocijo		
Referenčni dokumenti	KOM(2007)0268 - C6-0203/2007 - 2007/0095(CNS)		
Datum posvetovanja z EP	2.7.2007		
Pristojni odbor Datum razglasitve na zasedanju	AGRI 9.7.2007		
Odbori, zaprošeni za mnenje Datum razglasitve na zasedanju	BUDG 9.7.2007	IMCO 9.7.2007	
Odbori, ki niso podali mnenja Datum sklepa	BUDG 17.7.2007	IMCO 12.9.2007	
Poročevalec/-ka Datum imenovanja	Bogdan Golik 5.6.2007		
Obravnava v odboru	12.9.2007	8.10.2007	21.11.2007
Datum sprejetja	21.11.2007		
Izid končnega glasovanja	+: -: 0:	29 0 0	
Poslanci, navzoči pri končnem glasovanju	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		
Namestniki, navzoči pri končnem glasovanju	Pilar Ayuso, Katerina Batzeli, Esther De Lange, James Nicholson, Zdzisław Zbigniew Podkański		