ЕВРОПЕЙСКА
КОМИСИЯ

Брюксел, 11.2.2021 г.
COM(2021) 49 final

ДОКЛАД НА КОМИСИЯТА ДО ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАРЛАМЕНТ И СЪВЕТА

относно прилагането на Регламент (ЕС) № 1144/2014 на Европейския парламент и на Съвета за мерките за информиране и насърчаване, свързани със селскостопанските продукти, прилагани на вътрешния пазар и в трети държави

Съдържание

1. ВЪВЕДЕНИЕ 2

1.1. Контекст 2

1.2. Реформа на политиката от 2014 г. 2

1.3. Повишаване на приноса на политиката за насърчаване към общите цели на ЕС 3

2. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОЛИТИКАТА ЗА НАСЪРЧАВАНЕ ПРЕЗ ПЕРИОДА 2016—2019 Г. 4

2.1. Годишни работни програми 4

2.2. Видове програми 5

2.3. Представяне и подбор на програмите — статистическа разбивка 6

2.4. Мерки по собствена инициатива на Комисията 9

3. ПРЕПОРЪКИ 9

3.1. Ефективност 9

3.2. Ефикасност 10

3.3. Целесъобразност 11

3.4. Съгласуваност 12

3.5. Добавена стойност за ЕС 13

1. ВЪВЕДЕНИЕ

1.1. Контекст

Настоящият доклад се отнася до прилагането на мерките за информиране и насърчаване, свързани със селскостопанските продукти на ЕС, съгласно Регламент (ЕС) № 1144/2014[1]. Съгласно член 26, параграф 2 от регламента се изисква до 31 декември 2020 г. Комисията да представи на Европейския парламент и на Съвета доклад относно прилагането на регламента, придружен евентуално от последващи предложения.

Настоящият доклад е изготвен въз основа на оценка[2] на изпълнението на политиката на ЕС за насърчаване на селското стопанство в периода от 2016 г. до началото на 2020 г. по отношение на нейната ефективност, ефикасност, целесъобразност, съгласуваност и добавена стойност за ЕС. За доклада са използвани констатациите на специалното проучване на Евробарометър „Европейците, селското стопанство и ОСП“[3] (основано на представително изследване, проведено с 27 000 души през август и септември 2020 г.). Докладът, заедно с оценката, ще бъде използван като основа за преглед на политиката за насърчаване, планиран за 2021 г. Този преглед ще бъде предшестван от всеобхватна оценка на въздействието на вариантите на политиката, за да се гарантира, че бъдещата политика за насърчаване продължава да бъде целесъобразна, ефективна и ефикасна, с ясна добавена стойност за ЕС, както и съгласувана с всички съответни политики на ЕС, включително в областта на търговията, развитието, рибарството, здравеопазването, околната среда и климата.

1.2. Реформа на политиката от 2014 г.

Регламентът представляваше основна реформа на политиката на ЕС за насърчаване на селското стопанство. Новата регулаторна рамка, която започна да се прилага на 1 декември 2015 г., получи по-значителен бюджет и беше насочена по-всеобхватно към подпомагането на хранително-вкусовия сектор. С надслова „Насладете се! Това е от Европа!“ („Enjoy! It´s from Europe!“) целта на политиката беше да помогне на операторите от ЕС да навлязат на международните пазари, както и да повиши осведомеността на потребителите, в ЕС и държавите извън ЕС относно усилията на европейските земеделски стопани да предлагат качествени продукти въз основа на стратегия, установена на европейско равнище.

Едни от основните характеристики на реформата бяха:

- увеличение на бюджета, което позволява по-висок процент на съфинансиране (от 50 % на 70—80 %);

---

1 Регламент (ЕС) № 1144/2014 на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2014 г. за мерките за информиране и насърчаване, свързани със селскостопанските продукти, прилагани на вътрешния пазар и в трети държави, и за отмяна на Регламент (ЕО) № 3/2008 на Съвета (ОВ L 317, 4.11.2014 г., стр. 56).

2 *„Оценка на въздействието на политиката на ЕС за насърчаване на селското стопанство — вътрешен пазар и пазари на трети държави“ (SWD(2020)* 399 *final).*

3 Специално проучване 504 „Европейците, селското стопанство и ОСП“; https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/special/surveyky/2229

- европейска стратегия за насърчаване, изпълнявана чрез годишни работни програми и целяща подобряване на насочването на мерките за насърчаване; както и
- опростяване на процедурите чрез прехвърляне на някои от задачите по изпълнението от Комисията на Изпълнителната агенция за потребителите, здравеопазването, селското стопанство и храните (CHAFEA) — така беше постигната осезаема ефективност, която спомогна за усъвършенстване на подаването на предложения и тяхното оценяване от CHAFEA (с участието на независими външни експерти оценители).

1.3. Повишаване на приноса на политиката за насърчаване към общите цели на ЕС

През 2021 г. Комисията ще предприеме преглед на политиката за насърчаване с цел да засили нейния принос към Европейския зелен пакт[4] и стратегията „От фермата до трапезата“[5], както и към предстоящия Европейски план за борба с рака[6], като същевременно взема под внимание важната роля на политиката в подкрепа на устойчивото възстановяване на хранително-вкусовия сектор на ЕС във време на икономически предизвикателства.

Предстоящият преглед на политиката за насърчаване предлага възможност за ново определяне на нейните цели и правила, за да се подкрепят по-добре общите цели на политиката на ЕС. Политиката за насърчаване може да изпълнява основна роля в стимулирането на прехода към по-екологосъобразен и по-устойчив селскостопански сектор чрез изтъкване на икономическите, екологичните и социалните аспекти на устойчивостта на продуктите и производствените процеси на ЕС както в ЕС, така и в държавите извън ЕС. В международен план политиката за насърчаване може да подкрепи усилията за установяването на продоволствената система на ЕС като световен еталон за устойчивост. В това отношение мерките по инициатива на Комисията могат по-специално да допринесат за засилване на усилията на ЕС за ангажиране, включително за изграждането на „зелени алианси“. В допълнение към схемите за качество като биологичното земеделие и географските означения, тя може да има и жизненоважна роля в насърчаване на бъдещи схеми, имащи за цел повишаване на осведомеността на потребителите за устойчивото етикетиране на храните, хуманното отношение към животните, здравословните начини на хранене и инициативата на ЕС за улавяне на въглероден диоксид. Тя може да подкрепи бъдещия Европейски план за борба с рака по различни начини, например чрез разширяване на настоящото насърчаване на консумацията на плодове и зеленчуци в контекста на балансираното и здравословно хранене, както и на други здравословни хранителни продукти и категории, които понастоящем са недостатъчно консумирани в ЕС, което оказва отрицателно въздействие върху общественото здраве.

---

[4] Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите, *Европейският зелен пакт* (COM(2019) 640 final).

[5] Съобщение на Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите. Стратегия „От фермата до трапезата“ за справедлива, здравословна и екологосъобразна продоволствена система, (COM(2020) 381 final).

[6] Инициатива, започнала на 4.2.2020 г.: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12154-Europe-s-Beating-Cancer-Plan

2. ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОЛИТИКАТА ЗА НАСЪРЧАВАНЕ ПРЕЗ ПЕРИОДА 2016—2019 Г.

2.1. Годишни работни програми

С регламента бяха въведени годишни работни програми, (приети чрез решения за изпълнение на Комисията[7]), в които се определят бюджетът и стратегическите приоритети във връзка с мерките за насърчаване за предстоящите 12 месеца.

При изготвянето на работната програма Комисията взема предвид:

- целите на регламента;
- макроикономически анализ на прогнозното увеличение на вноса на съществуващи или нововъзникващи пазари;
- оценка на политиката относно споразуменията за свободна търговия и очакванията по отношение на премахването на санитарните и фитосанитарните пречки; както и
- резултатите от предишни покани за представяне на предложения (например степен на прилагане, приемственост).

Освен това Комисията взема под внимание приноса на държавите членки, както и на заинтересованите страни посредством групите за граждански диалог[8].

Оценката показа, че годишната работна програма се счита за подходящ инструмент за осигуряването на динамична и целенасочена политика за насърчаване. Всяка година тя се развива, като се приспособява до известна степен към променящите се приоритети на съответните сектори. Освен това политиката за насърчаване се оказа от полза при разпределянето през 2019 г. на специално предвидени средства за програми в подкрепа на секторите, които са изправени пред затруднения, например секторите на трапезните маслини и на устойчивото производство на ориз през 2019 г.

Освен това годишните работни програми обикновено предвиждат бюджетни средства за съфинансиране на програми, насърчаващи консумацията на плодове и зеленчуци в контекста на балансирания начин на хранене и в съответствие със стратегията на Комисията по отношение на храненето. Тези мерки бяха включени в годишните работни програми за насърчаване на вътрешния пазар от 2018 г. насам.

Политиката за насърчаване показа способността си да се съгласува с новите политически приоритети чрез годишната работна програма за 2021 г., която задели 50 % от бюджета си за теми, допринасящи за постигането на целите на стратегията „От фермата до трапезата“. Чрез заделянето на 49 милиона евро за насърчаване на биологичните продукти, 19,1 милиона евро за насърчаване на консумацията на плодове и зеленчуци в контекста на балансиран и подходящ хранителен режим, и на 18 милиона евро за повишаване на осведомеността относно устойчивото селско стопанство, политиката за насърчаване осигурява осезаема подкрепа за стратегията въз основа на настоящия правен акт.

---

7 https://ec.europa.eu/info/promotion-eu-farm-products_bg#annualworkprogramme

8 https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/committees-and-advisory-councils/civil-dialogue-groups_bg

И накрая, в работните програми също така са предвидени бюджети за действия в отговор на неочаквани сериозни смущения на пазара, загуба на доверието на потребителите или други специфични проблеми (ако допълват изключителните мерки в съответствие с част V, глава 1 от Регламент (ЕС) № 1308/2013[9]). В контекста на пандемията от COVID-19 за първи път бяха отправени допълнителни покани за представяне на предложения[10] за финансиране на действия, който допълват пакета за извънредното положение, приет на 30 април 2020 г.

Годишният бюджет за мерки за информиране и насърчаване беше увеличен от 113 милиона евро през 2016 г. на 200 милиона евро през 2020 г. Въпреки че това е значително увеличение, то остава скромно в сравнение с бюджетите за насърчаване на търговията на други основни участници на световния пазар на продукти на хранително-вкусовия сектор. Министерството на земеделието на САЩ е отпуснало финансиране на стойност 300 милиона щатски долара (около 253 милиона евро) през 2019 г. чрез своята „програма за насърчаване на търговията в селското стопанство“[11] с цел подпомагане на земеделските стопани от САЩ да установят и получат достъп до нови пазари за износ.

2.2. Видове програми

Програмата за насърчаване и информиране представлява съгласуван набор от операции, които могат да включват:

- рекламни кампании в пресата, по телевизията/радиото или в интернет;
- промоции на мястото на продажба;
- кампании за връзки с обществеността;
- участие в изложения и панаири;

Програмите за насърчаване, които се изпълняват от бенефициерите за период от една до три години, могат да бъдат под формата на:

– **обикновени програми**, представени от една или повече предлагащи организации от една и съща държава членка — над половината от бюджета, отпуснат за такива програми за периода 2016—2020 г., беше насочен към пазари извън ЕС; или

– **многонационални програми**, представени от две или повече предлагащи организации от поне две държави членки или от една или повече паневропейски организации — въпреки че делът на тези програми, насочени към пазарите извън

[9] Регламент (ЕС) № 1308/2013 на Европейския парламент и на Съвета от 17 декември 2013 г. за установяване на обща организация на пазарите на селскостопански продукти и за отмяна на регламенти (ЕИО) № 922/72, (ЕИО) № 234/79, (ЕО) № 1037/2001 и (ЕО) № 1234/2007 (ОВ L 347, 20.12.2013 г., стр. 671).

[10] Покана за представяне на предложения за отпускане на безвъзмездни средства за обикновени програми за насърчаване на селскостопанските продукти, прилагани на вътрешния пазар и в трети държави с цел възстановяване на пазарната ситуация в съответствие с Регламент (ЕС) № 1144/2014 (2020/C 216/11) (ОВ C 216, 30.6.2020 г., стр. 19)
Покана за представяне на предложения за отпускане на безвъзмездни средства за многонационални програми за насърчаване на селскостопанските продукти, прилагани на вътрешния пазар и в трети държави с цел възстановяване на пазарната ситуация в съответствие с Регламент (ЕС) № 1144/2014 (2020/C 216/12) (ОВ C 216, 30.6.2020 г., стр. 20).

[11] https://www.fas.usda.gov/newsroom/usda-awards-agricultural-trade-promotion-program-funding-0

ЕС, нараства, през периода 2016—2019 г. те бяха използвани главно за финансиране на дейности за насърчаване на вътрешния пазар.

Реформата от 2014 г. имаше за цел да гарантира, че повече програми са насочени към държави извън ЕС. Съответните средства за насърчаване в ЕС и в държавите извън него продължават да бъдат предмет на разногласия сред заинтересованите страни, които изразяват различни становища в контекста на консултацията относно оценката[12].

Оценката показа, че бенефициерите и националните органи като цяло признават, че реформата от 2014 г. е опростила/рационализирала поканите за представяне на предложения, както и процедурите за подбор и оценка, и че подходът за пряко управление на програмите е по-ефективен.

В оценката също така се стигна до заключението, че разликите в изпълнението на програмите под пряко и под споделено управление следва допълнително да бъдат проучени. Това може да бъде осъществено като част от прегледа през 2021 г., като по този начин следва да бъде дадена възможност на Комисията да установи общи подходи, водещи до по-гъвкави, хармонизирани и опростени условия на изпълнение.

2.3. Представяне и подбор на програмите — статистическа разбивка[13]

Бюджетът за инициативи за информиране и насърчаване с цел укрепване на конкурентоспособността на селското стопанство на ЕС се е увеличил значително в периода 2016—2019 г. В рамките на реформата от 2014 г. процентите на съфинансиране бяха увеличени от 50 % (съгласно Регламента от 2008 г.) на:

- 80 % за обикновени програми, насочени към държави извън ЕС, и за многонационални програми; както и
- 70 % за обикновени програми, насочени към пазара на ЕС.

Таблица 1: Общ бюджет за периода 2016—2019 г. (обикновени програми, многонационални програми и собствени инициативи на Комисията)

	2016 г.	**2017 г.**	**2018 г.**	**2019 г.**
Общ бюджет (в евро)	113 000 000	142 500 000	188 600 000	201 100 000

Броят на предложенията, представени през периода на изпълнение, е доказателство за постоянния интерес на операторите към схемата. Поисканите суми, както за обикновените, така и за многонационалните програми, винаги са надвишавали наличния бюджет, което води до силна конкуренция между предложенията. Увеличението на бюджета на годишна база отчасти обяснява лекото намаление през периода на съотношението между поисканите суми и наличните средства.

Таблица 2: Бюджет, отпуснат за обикновени и многонационални програми за периода 2016-2019 г.

[12] https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/1859-Evaluation-of-the-EU-agricultural-promotion-policy/public-consultation

[13] По-подробни статистически данни са налични в Работния документ на службите на Комисията (приложение 4).

Година	Брой предложения	(1) Поискани суми (в евро)	(2) Налични средства (в евро)	(1) / (2) (%)
Обикновени програми				
2016 г.	199	310 470 913	97 000 000	320 %
2017 г.	189	306 434 124	90 000 000	358%
2018 г.	146	215 527 021	95 000 000	227 %
2019 г.	109	165 693 403	100 000 000	174 %
Многонационални програми				
2016 г.	27	116 102 232	14 300 000	812 %
2017 г.	35	132 149 762	43 000 000	307 %
2018 г.	36	110 035 312	79 100 000	139 %
2019 г.	35	129 777 114	91 600 000	150 %

Представени предложения по вид програми: Статистическите данни за подадените предложения показват, че интересът към многонационалните програми се е увеличил, след като потенциалните заявители са станали по-запознати с изискванията на поканите за представяне на предложения по многонационални програми, развили са партньорства с организации в други държави членки или са изградили капацитет в рамките на организации, в които членуват, за участие в процедури за подаване на заявления за финансиране.

Таблица 3: Брой предложения, представени в периода 2016—2019 г.

Година	Обикновени	Многонационални	ОБЩО
2016 г.	199	27	**226**
2017 г.	189	35	**224**
2018 г.	146	36	**182**
2019 г.	109	35	**144**

Предложения, за които е отпуснато финансиране, по вид програми: Таблица 4 показва броя на избраните обикновени и многонационални програми от началото на периода на изпълнение, категорията на продукта, за която е усвоен най-голям дял от бюджета, както и броя на държавите членки, в които са се намирали бенефициерите (обхват на държавите членки).

Статистическите данни показват стабилно увеличение на броя на избраните многонационални програми и стабилизиране на броя на обикновените програми. При обикновените програми основната категория продукти са плодовете и зеленчуците. При многонационалните програми секторът на биологичното производство усвои половината от бюджета през 2016 г.; плодовете и зеленчуците бяха основната категория през 2017 г., виното, ябълковото вино и оцетът — през 2018 г., а кошниците с различни продукти — през 2019 г.

Таблица 4: Брой предложения, избрани за финансиране за периода 2016—2019 г.

Година	Обикновени	Многонационални	ОБЩО	Основни категории продукти	Дял от бюджета (%)	Обхванати държави членки
2016 г.	60	6	66	Обикновени програми — плодове и зеленчуци	30 %	16 държави членки
				Многонационални програми — сектор на биологичното производство	50 %	
2017 г.	53	10	63	Обикновени програми — кошница от продукти	23 %	18 държави членки
				Многонационални програми — плодове и зеленчуци	19 %	
2018 г.	58	21	79	Обикновени програми — плодове и зеленчуци	31 %	18 държави членки
				Многонационални програми — вино, ябълково вино и оцет	26 %	
2019 г.	56	25	81	Обикновени програми — плодове и зеленчуци	23 %	14 държави членки
				Многонационални програми — кошница от продукти	21 %	

Изпълнявани програми по целеви пазари (в ЕС или извън ЕС): Увеличението на броя на програмите, насочени към държави извън ЕС, и на многонационалните програми бяха специфични цели на реформата от 2014 г. (вж. раздел 1.2).

Следователно увеличението на дела на програмите, насочени към държави извън ЕС, съответства на целите на регламента, чиято цел е увеличаването на пазарния дял на селскостопанските продукти от ЕС на пазарите в държави извън ЕС с най-голям потенциал за растеж.

От многонационалните програми почти два пъти повече бяха насочени към пазара на ЕС, отколкото към пазарите извън ЕС (39 спрямо 20). При обикновените програми

съотношението беше обратното (147 програми, насочени към пазарите извън ЕС, спрямо 73, насочени към пазара на ЕС).

Таблица 5: Брой предложения, избрани за финансиране за периода 2016—2019 г., по целеви пазари

	2016 г.		**2017 г.**		**2018 г.**		**2019 г.**		**ОБЩО**	
	ЕС	Извън ЕС	ЕС	Извън ЕС	ЕС	Извън ЕС	ЕС	Извън ЕС	**ЕС**	**Извън ЕС**
Обикновени програми	23	35	21	31	16	38	13	43	**73**	**147**
Многонационални програми	4	2	9	1	15	5	13	12	**39**	**20**
ОБЩО по цели ОБЩО	**27**	**37**	**30**	**32**	**31**	**43**	**26**	**55**	**112**	**167**
									279	

2.4. Мерки по собствена инициатива на Комисията

Комисията предприе мерки по собствена инициатива, за да спомогне за отварянето на нови пазари и да реагира бързо и ефективно в случай на сериозни смущения на пазара или загуба на доверието на потребителите. Мерките включваха:

- мисии на високо равнище;
- семинари в други държави за разясняване на високите стандарти за износа на селскостопански продукти от ЕС;
- щандове на търговски панаири и изложения с международно значение;
- подобряване на репутацията на продуктите на Съюза (например чрез комуникационни кампании); както и
- услуги за техническа подкрепа, включително ръководства за пазара.

В оценката беше установено, че собствените инициативи на Комисията изглежда са били ефективни в проправяне на пътя за навлизане или по-нататъшно проникване на пазари извън ЕС. Съгласно оценката те са допринесли значително за генерирането на осезаема добавена стойност на ЕС. От 2017 г. насам бюджетът, разпределен за инициативите, е останал стабилен на стойност от 9,5 милиона евро на година.

3. ПРЕПОРЪКИ

3.1. Ефективност

В оценката беше установено, че политиката за насърчаване е спомогнала за повишаване на осведомеността за качествата на селскостопанските продукти на ЕС, високите стандарти, приложими спрямо производствените методи на ЕС, както и схемите за качество на ЕС.

По-трудно беше количественото определяне на въздействието на политиката върху конкурентоспособността, потреблението и пазарния дял, тъй като външни пазарни и обществени фактори също оказват влияние върху тези въздействия. Въпреки това, проучването, проведено в контекста на оценката, показва, че 97 % от респондентите считат, че тази политика допринася значително за подобряване на конкурентоспособността на селскостопанските продукти на ЕС, а 89 % считат, че тя увеличава пазарния им дял в други държави[14].

По-лесно беше да се достигнат целевите аудитории в ЕС, отколкото на пазари на държави извън ЕС. Дейностите за насърчаване и информиране, които се оказаха най-ефективни, са:

- тези, включващи пряк контакт с потребителите;
- изграждане на партньорства в мрежа по време на търговски панаири и събития; както и
- популяризиране на продукти от влияещи върху общественото мнение лица в социалните медии.

Собствените инициативи на Комисията бяха счетени за силно ефективни за подготвянето на условията за навлизане или по-нататъшно проникване на пазари на държави извън ЕС и особено целесъобразни при осъществяването им във връзка с изпълнението на споразуменията за свободна търговия на ЕС.

При оценката обаче беше установено, че условията за мониторинг и оценка на програмите за насърчаване не са подходящи за целта в настоящия си вид. Съответно Комисията препоръчва следното:

- ➢ механизмите за мониторинг и оценка следва да бъдат подобрени като част от предстоящия преглед на политиката, така че показателите за въздействието да бъдат по-тясно свързани с резултатите и взети предвид в приоритетите на годишната работна програма, както и при дългосрочното разработване на политиката.

Предвид като цяло слабото обществено признание на географските означения (както е установено в специалното проучване на Евробарометър: 20 % за защитените географски означения, 14 % за защитените наименования за произход и за храни с традиционно специфичен характер), Комисията също така препоръчва:

- ➢ преглед на методите за по-ефективно повишаване на осведомеността относно схемите.

3.2. Ефикасност

В оценката беше установено, че политиката се прилага ефективно като цяло, но са отбелязани различия в зависимост от начините на управление на програмата:

- участниците в многонационалните програми (управлявани пряко от CHAFEA) получиха по-ясни насоки относно правилата за управление и докладване на

[14] https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cmef/regulation-and-simplification/evaluation-support-study-eu-agricultural-promotion-policy-internal-and-third-country-markets_bg

безвъзмездните средства, и използваха по-систематично онлайн инструментите. като цяло CHAFEA беше в състояние да предоставя по-конструктивна и пряка подкрепа в отговор на въпросите на координаторите/бенефициерите, тъй като всяка програма разполага със специален служител по проекта, както и

- бенефициерите на обикновените програми (със споделено управление между държавите членки и Комисията) понякога трябваше да чакат повече време за изясняване на правилата. Понякога това води до по-дълго време за отговор, а в някои случаи бенефициерите възприемат прилагането на правилата от страна на националните органи като по-малко гъвкаво. Също така невинаги е било възможно да се направят корекции или да се предприемат действия за смекчаване на последиците в отговор на внезапни промени в пазарните условия, които са засегнали изпълнението на програмата.

Комисията препоръчва:

- да се разгледа — в предстоящия преглед на политиката — как да бъде подобрена ефикасността на изпълнението чрез прилагане на по-добре хармонизирани процедури за управление при споделеното и при прякото управление;
- да се проучи допълнително дали общ начин на управление на обикновените и многонационалните програми би могъл да допринесе за по-бързото предоставяне на отговори на въпроси, повдигнати от бенефициерите и националните органи, и да доведе до по-голяма яснота на правилата, свързани с управлението и докладването по отношение на безвъзмездните средства; както и
- да се използват стандартизирани показатели за оценка на ефикасността на собствените инициативи на Комисията с ясни насоки за начините, по които те следва да бъдат определяни количествено и да се докладва за тях.

3.3. Целесъобразност

В оценката беше установено, че целите на политиката (увеличаване на конкурентоспособността, пазарния дял и осведомеността на потребителите за високото качество и стандарти на селскостопанските продукти на ЕС и на схемите за качество) са отразявали потребностите на заинтересованите страни и развитието на пазара. Като цяло политиката за насърчаване, нейните общи и специфични цели и свързаните с нея дейности се оказаха изключително целесъобразни.

Политиката беше оценена като особено подходяща за държавите извън ЕС, тъй като е спомогнала за преодоляване на пропуските в осведомеността и възприятията на потребителите за качеството на селскостопанските продукти на ЕС. На вътрешния пазар потребителите бяха по-заинтересовани от други продуктови характеристики, като например хранителната им стойност и държавата на произход. На заинтересованите лица им допадна надсловът „Насладете се! Това е от Европа!“, но при оценката беше установено, че той е бил по-подходящ в държавите извън ЕС, отколкото в ЕС.

Определянето на стратегически приоритети в годишната работна програма беше счетено за целесъобразно, а за работните програми беше преценено, че са осигурили ясни стратегически насоки. Собствените инициативи на Комисията взеха предвид нуждите на професионалните организации от информация, изграждането на партньорства в мрежа и техническа подкрепа, и подпомогнаха създаването на възможности в нови и съществуващи пазари извън ЕС.

Комисията счита, че политиката за насърчаване може да увеличи своята целесъобразност, като:

- се превърне в основен инструмент за осъществяване на целите на стратегията „От фермата до трапезата“ и на предстоящия Европейски план за борба с рака;
- осигури стимули за прехода към екологичен, по-устойчив селскостопански сектор, например чрез изтъкване на устойчивостта на селскостопанските продукти и производствени процеси на ЕС както в ЕС, така и на пазарите за износ;
- подкрепи усилията за позициониране на продоволствената система на ЕС като световен еталон за устойчивост. В това отношение мерките по инициатива на Комисията могат по-специално да допринесат за засилване на усилията на ЕС за ангажиране и за изграждането на „зелени алианси“;
- насърчава бъдещи схеми са информиране на потребителите относно устойчивото етикетиране на храните, хуманното отношение към животните и здравословните начини на хранене и относно инициативата на ЕС за улавяне на въглероден диоксид в ЕС (в допълнение към схемите за качество като биологичното земеделие и географските означения);
- разшири настоящите си дейности по насърчаване на балансирано и здравословно хранене в подкрепа на европейския план за борба с рака.

3.4. Съгласуваност

Оценката показа, че мерките, осъществени в рамките на политиката за насърчаване, са съгласувани помежду си. Собствените инициативи на Комисията са насочени към предизвикателства, които обикновените и многонационалните програми за насърчаване не могат самостоятелно да преодолеят, като е налице възможност за разпространение на положителното въздействие между програмите. Въз основа на наличните доказателства политиката създава полезни взаимодействия с инициативите на национално равнище и същевременно ги допълва.

Политиката е съгласувана с по-широките селскостопански политики, целящи увеличено потребление на продукти на хранително-вкусовия сектор на ЕС. Тя е съгласувана и с морската политика и политиката в областта на рибарството на ЕС, както и с търговската политика на ЕС.

Съгласуваността между политиката за насърчаване и другите политиките на ЕС се различава в зависимост от насърчаваните продукти. Насърчаването на някои продукти (например тези, чието свръхпотребление противоречи на балансираното и здравословно хранене), методи на производство (например тези, които могат да имат отрицателно въздействие върху околната среда и климата) и на определени пазари (например най-слабо развитите страни) ще се нуждае от внимателно разглеждане с оглед на разработването на политиката, като, наред с другото, Европейския зелен пакт и Европейския план за борба с рака.

Може да има известно напрежение между политиката за насърчаване и политиките на ЕС в областта на помощта и на развитието. Много малка част (0,1 %) от програмите за насърчаване са насочени към развиващи се пазари (четири програми в периода 2016—2020 г.), но не беше възможно да се изключат неблагоприятни въздействия върху местните производствени екосистеми. При все това:

- могат да се предвидят нови мерки, за да се гарантира, че заявителите отчитат вероятността за преки неблагоприятни въздействия върху местното производство и вземат това под внимание при разработването на предложенията си.

Степента на съгласуваност между политиката за насърчаване и политиките на ЕС в областта на климата и околната среда е различна и зависи от видовете продукти, производствените методи и пазарите.

Комисията препоръчва в предстоящия преглед на политиката да се проучи как политиката за насърчаване може:

- да осъществи своя потенциал като фактор, позволяващ прехода към по-устойчиво селското стопанство (както е посочено в стратегията „От фермата до трапезата“);
- по-тясно да съгласува стратегическите си приоритети с целите на политиките на Комисията за климата, устойчивостта, здравеопазването и развитието, както се подчертава в Зеления пакт и свързаните с него инициативи на политиката.

3.5. Добавена стойност за ЕС

Оценката показа, че политиката е създала специфична добавена стойност за ЕС. Измерението на ЕС в програмите за насърчаване е особено видимо и успешно при сътрудничеството между бенефициерите в многонационалните и обикновените програми. Добавената стойност на ЕС произтича от това засилено сътрудничество и взаимно обучение между търговските оператори, които не могат да бъдат постигнати в резултат от други дейности за финансиране/насърчаване.

Програмите за информиране и насърчаване постигнаха по-добри резултати на пазари извън ЕС в сравнение с националните мерки за насърчаване и бяха счетени за по-видими (частично благодарение на надслова „Насладете се! Това е от Европа!“).

Освен това в оценката беше установено, че политиката е била единствената възможност за някои организации да участват в дейности за насърчаване с високо равнище на видимост.

Собствените инициативи на Комисията също създадоха осезаема добавена стойност, тъй като целта им беше улесняване на достъпа до пазара за производителите от ЕС и облагодетелстване на организации в държавите членки и определени продуктови сектори по начин, който не би бил възможен без подкрепата от ЕС.

С оглед на горепосочените констатации Комисията препоръчва:

- продължаваща подкрепа за многонационалните програми и собствените инициативи на Комисията в трети държави; на вътрешния пазар — укрепване на капацитета на политиката за повишаване на осведомеността на потребителите за настоящи и бъдещи схеми на ЕС за етикетиране, за да се увеличи добавената стойност за ЕС от политиката.