EUROOPA
KOMISJON

Brüssel, 11.2.2021
COM(2021) 49 final

KOMISJONI ARUANNE EUROOPA PARLAMENDILE JA NÕUKOGULE,

milles käsitletakse Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse (EL) nr 1144/2014 (siseturul ja kolmandates riikides võetavate põllumajandustoodete teavitus- ja müügiedendusmeetmete kohta) rakendamist

Sisukord

1. SISSEJUHATUS 2
1.1. Taust 2
1.2. 2014. aasta poliitikareform 2
1.3. Müügiedenduspoliitika panuse suurendamine ELi üldiste eesmärkide saavutamisel 3
2. MÜÜGIEDENDUSPOLIITIKA RAKENDAMINE AASTATEL 2016–2019 3
2.1. Iga-aastased tööprogrammid 3
2.2. Programmide liigid 5
2.3. Programmide esitamine ja valimine – statistiline jaotus 5
2.4. Komisjoni algatusmeetmed 8
3. SOOVITUSED 8
3.1. Tulemuslikkus 9
3.2. Tõhusus 9
3.3. Asjakohasus 10
3.4. Sidusus 11
3.5. ELi lisaväärtus 11

1. SISSEJUHATUS

1.1. Taust

Käesolevas aruandes käsitletakse määruse (EL) nr 1144/2014[1] kohaste meetmete rakendamist, et anda ELi põllumajandustoodete kohta teavet ja edendada nende müüki. Määruse artikli 26 lõikega 2 on nähtud ette, et komisjon esitab Euroopa Parlamendile ja nõukogule määruse kohaldamise aruande koos järelmeetmete ettepanekutega hiljemalt 31. detsembriks 2020.

Aruanne järgneb hindamisele,[2] milles käsitletakse ELi põllumajanduse müügiedenduspoliitika rakendamist ajavahemikus 2016. aastast kuni 2020. aasta alguseni seoses selle tulemuslikkuse, tõhususe, asjakohasuse, sidususe ja ELi lisaväärtusega. Aruandes tuginetakse Eurobaromeetri eriuuringu „Eurooplased, põllumajandus ja Euroopa Liidu ühine põllumajanduspoliitika“[3] tulemustele (eriuuring põhineb 2020. aasta augustis ja septembris korraldatud 27 000 kodaniku representatiivsel uuringul). Aruannet ja hindamist võetakse arvesse müügiedenduspoliitika läbivaatamisel, mis on kavandatud 2021. aastaks. Läbivaatamisele eelneb poliitikavariantide põhjalik mõjuhinnang, et ELi tulevane müügiedenduspoliitika oleks asjakohane, tulemuslik ja tõhus, annaks selget ELi lisaväärtust ning oleks sidus kõigi asjakohaste ELi poliitikavaldkondadega, sealhulgas kaubandus, areng, kalandus, tervishoid, keskkond ja kliima.

1.2. 2014. aasta poliitikareform

Määrus kujutas endast ELi põllumajanduse müügiedenduspoliitika põhjalikku reformi. Uus õigusraamistik, mida hakati kohaldama 1. detsembril 2015, sai suurema eelarve ja selles keskenduti terviklikumalt põllumajandusliku toidutööstuse konkurentsivõime toetamisele. Järgides juhtmõtet „Naudi, see on Euroopast“, oli ELi tasandil kehtestatud strateegiale tugineva poliitika eesmärk aidata ELi ettevõtjatel jõuda rahvusvahelisele turule ning suurendada ELi ja ELi-väliste riikide tarbijate teadlikkust Euroopa põllumajandustootjate püüdlustest pakkuda kvaliteettooteid.

Reformi põhijoonte hulka kuulusid

- eelarve suurendamine, mis võimaldas suuremat ELi kaasrahastamise määra (50 %-lt 70–80 %-ni);
- iga-aastaste tööprogrammide kaudu rakendatud Euroopa müügiedendusstrateegia eesmärgiga muuta müügiedendusmeetmed sihipärasemaks, ning
- menetluste lihtsustamine, andes mõned rakendusülesanded komisjonilt üle Tarbija-, Tervise-, Põllumajandus- ja Toiduküsimuste Rakendusametile (CHAFEA) – see

---

1 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2014. aasta määrus (EL) nr 1144/2014 siseturul ja kolmandates riikides võetavate põllumajandustoodete teavitus- ja müügiedendusmeetmete kohta, millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EÜ) nr 3/2008 (ELT L 317, 4.11.2014, lk 56).

2 *ELi põllumajanduse müügiedenduspoliitika mõjuhinnang – siseturg ja kolmandate riikide turud* (SWD(2020) 399 final).

3 Eurobaromeetri eriuuring nr 504 *Europeans, agriculture and the CAP* (Eurooplased, põllumajandus ja ÜPP); https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/special/surveyky/2229.

suurendas märkimisväärselt tõhusust, aidates lihtsustada taotluste esitamist ja nende hindamist CHAFEAs (sõltumatute välisekspertidest hindajate kaasabil).

1.3. Müügiedenduspoliitika panuse suurendamine ELi üldiste eesmärkide saavutamisel

Komisjon vaatab 2021. aastal müügiedenduspoliitika läbi, et suurendada selle osakaalu Euroopa rohelises kokkuleppes,[4] strateegias „Talust taldrikule“[5] ja peatses Euroopa vähktõvevastase võitluse kavas,[6] võttes arvesse selle olulist rolli ELi põllumajandusliku toidutööstuse kestliku taastumise toetamisel keerulises majandusolukorras.

Peagi toimuv müügiedenduspoliitika läbivaatamine annab võimaluse sõnastada ümber selle eesmärgid ja eeskirjad, et paremini toetada ELi üldisi poliitikaeesmärke. Müügiedenduspoliitikal võib olla keskne roll keskkonnasäästlikumale ja kestlikumale põllumajandussektorile ülemineku soodustamisel, rõhutades ELi toodete ja tootmisprotsesside majanduslikku, keskkonnaalast ja sotsiaalset kestlikkust nii ELis kui ka ELi-välistes riikides. Rahvusvahelisel tasandil saab see toetada püüdlusi muuta ELi toidusüsteem üleilmse kestlikkuse mõõdupuuks. Siin võivad eelkõige komisjoni algatusel võetavad meetmed anda tõuke ELi teavituspüüdlustele, sealhulgas roheliste liitude loomisele. Lisaks kvaliteedikavadele, nagu mahepõllumajandus ja geograafilised tähised, võib sellel olla keskne roll ka tulevaste kavade edendamisel, mille eesmärk on suurendada tarbijate teadlikkust kestlikust toidu märgistamisest, loomade heaolust, tervislikest toitumisharjumustest ELis ja ELi süsinikku siduva majandamise algatusest. See võib toetada eri viisidel tulevast Euroopa vähktõvevastase võitluse kava, näiteks soodustades tasakaalustatud ja tervisliku toitumise kontekstis veelgi rohkem puu- ja köögivilja ning teiste seda liiki tervislike toiduainete tarbimist, mida praegu tarbitakse ELis liiga vähe, mis omakorda avaldab rahvatervisele negatiivset mõju.

2. MÜÜGIEDENDUSPOLIITIKA RAKENDAMINE AASTATEL 2016–2019

2.1. Iga-aastased tööprogrammid

Määrusega nähti ette iga-aastased tööprogrammid (mis võeti vastu komisjoni rakendusotsustega[7]), milles määrati kindlaks müügiedendusmeetmete eelarve ja strateegilised prioriteedid järgmiseks 12 kuuks.

Komisjon võtab tööprogrammi sõnastamisel arvesse mitut üksikasja:

- määruse eesmärgid;
- olemasolevatele või arenevatele turgudele suunatud ekspordi prognoositud suurenemise makromajanduslik analüüs;

---

[4] Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Euroopa roheline kokkulepe“ (COM(2019) 640 final).

[5] Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide Komiteele „Strateegia „Talust taldrikule“ õiglase, tervisliku ja keskkonnahoidliku toidusüsteemi edendamiseks“ (COM(2020) 381 final).

[6] 4. veebruari 2020. aasta algatus: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12154-Europe-s-Beating-Cancer-Plan.

[7] https://ec.europa.eu/info/promotion-eu-farm-products_et#annualworkprogramme

- vabakaubanduslepingute ning sanitaar- ja fütosanitaartõkete kõrvaldamise ootuste hindamine ning
- varasemate projektikonkursside tulemused (nt kasutuselevõtt, järjepidevus).

Lisaks sellele võtab komisjon arvesse selliste liikmesriikide ja sidusrühmade panust, kellega konsulteeritakse kodanikuühiskonna dialoogirühmade kaudu[8].

Hindamine näitas, et iga-aastast tööprogrammi peetakse dünaamilise ja sihipärase müügiedenduspoliitika tagamise asjakohaseks vahendiks. Tööprogramm muutub igal aastal, sest teatud määral kohandatakse seda asjaomaste sektorite muutuvate prioriteetidega. Lisaks on müügiedenduspoliitika osutunud reageerimisvõimeliseks sihtotstarbeliste assigneeringute eraldamisega programmidele, millega toetati raskustes olevaid sektoreid, nt lauaoliivid ja kestlik riisitootmine 2019. aastal.

Iga-aastastes tööprogrammides on ka järjepidevalt eraldatud eelarvevahendeid, et kaasrahastada programme, millega ergutatakse puu- ja köögivilja tarbimist tasakaalustatud toitumise kontekstis kooskõlas komisjoni toitumisstrateegiaga. Sellised meetmed kaasati alates 2018. aastast iga-aastastesse tööprogrammidesse, et edendada neid siseturul.

Müügiedenduspoliitika on tõendanud oma võimekust astuda ühte sammu uute poliitiliste prioriteetidega 2021. aasta tööprogrammi kaudu, mille eelarvest eraldati 50 % teemadele, mis soodustavad strateegia „Talust taldrikule“ eesmärkide saavutamist. Praeguse õigusakti põhine müügiedenduspoliitika pakub strateegiale käegakatsutavat tuge: selle vahenditest eraldati 49 miljonit eurot mahepõllumajanduslike toodete edendamisele, 19,1 miljonit eurot puu- ja köögivilja tarbimise edendamisele tasakaalustatud ja õige toitumise kontekstis ning 18 miljonit eurot suurendamaks teadlikkust kestlikust põllumajandusest.

Tööprogrammid sisaldavad ka eelarveid, mille abil reageerida ootamatutele suurtele turuhäiretele, tarbijate usalduse kaotusele või muudele eriprobleemidele (kui need eelarved on täienduseks määruse (EL) nr 1308/ 2013 V osa 1. peatüki[9] kohastele erakorralistele meetmetele). Seoses COVID-19 pandeemiaga algatati esimest korda täiendavad projektikonkursid,[10] et rahastada meetmeid, mis on täienduseks 30. aprillil 2020 vastu võetud kriisipaketile.

Teavitus- ja müügiedendusmeetmete aastaeelarve suurenes 113 miljonilt eurolt 2016. aastal 200 miljonile eurole 2020. aastal. Kuigi eelarve on märkimisväärselt suurenenud, jääb see põllumajanduslike toiduainete üleilmsel turul osalevate teiste põhitegijate kaubanduse edendamise eelarvete kõrval tagasihoidlikuks. Näiteks eraldas USA põllumajandusministeerium ainuüksi 2019. aastal põllumajandustoodetega kauplemise

---

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

9 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 17. detsembri 2013. aasta määrus (EL) nr 1308/2013, millega kehtestatakse põllumajandustoodete ühine turukorraldus ning millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrused (EMÜ) nr 922/72, (EMÜ) nr 234/79, (EÜ) nr 1037/2001 ja (EÜ) nr 1234/2007 (ELT L 347, 20.12.2013, lk 671).

10 Konkursikutse toetuste andmiseks põllumajandustoodete müügiedenduse lihtprogrammidele, mida rakendatakse vastavalt määrusele (EL) nr 1144/2014 siseturul ja kolmandates riikides turuolukorra taastamiseks (2020/C 216/11) (ELT C 216, 30.6.2020, lk 19).
Konkursikutse toetuste andmiseks mitut valdkonda hõlmavatele põllumajandustoodete müügiedendusprogrammidele, mida rakendatakse vastavalt määrusele (EL) nr 1144/2014 siseturul ja kolmandates riikides turuolukorra taastamiseks (2020/C 216/12) (ELT C 216, 30.6.2020, lk 20).

edendamise programmi[11] kaudu 300 miljonit dollarit (ligikaudu 253 miljonit eurot), et aidata USA põllumajandustootjatel leida uusi eksporditurge ja neile turgudele pääseda.

2.2. Programmide liigid

Müügiedendus- ja teavitusprogramm on ühtne meetmete kogum, mis võib sisaldada

- reklaamikampaaniaid ajakirjanduses, televisioonis/raadios või internetis,
- müügiedendustegevust müügikohas,
- suhtekorralduskampaaniaid,
- osalemist näitustel ja messidel.

Müügiedendusprogramm, mida toetusesaajad rakendavad ühe kuni kolme aasta jooksul, võib olla

– **lihtprogramm**, mille on esitanud üks või mitu taotlejaorganisatsiooni samast liikmesriigist (aastatel 2016–2020 oli rohkem kui pool sellistele programmidele eraldatud eelarvest suunatud ELi-välistele turgudele), või

– **mitut riiki hõlmav programm**, mille on esitanud vähemalt kaks taotlejaorganisatsiooni vähemalt kahest liikmesriigist või üks või mitu üleeuroopalist organisatsiooni (selliste ELi-välistele turgudele suunatud programmide osakaal on suurenenud aastatel 2016–2019 peamiselt siseturu müügiedendusmeetmete rahastamiseks).

2014. aasta reformi eesmärk oli tagada, et rohkem programme oleks suunatud ELi-välistele riikidele. ELi-sisestele ja -välistele turgudele eraldatud summad tekitavad sidusrühmades vaidlusi ja viimased on väljendanud hindamist käsitlevas konsultatsioonis erinevaid seisukohti[12].

Hindamise käigus selgus, et toetusesaajad ja riiklikud ametiasutused on üldiselt nõus, et 2014. aasta reform on projektikonkursse ning valiku- ja hindamismenetlusi lihtsustanud/ühtlustanud, samuti on programmide rakendamine otsese eelarve täitmise raames tõhusam.

Samuti järeldati, et otsese ja jagatud eelarve täitmise alla kuuluvate programmide rakendamise erinevusi tuleks täiendavalt uurida. Seda saab teha 2021. aasta läbivaatamise raames, mis peaks võimaldama komisjonil leida ühtsed lähenemisviisid, mille tulemusena saavutatakse paindlikum, ühtlustatum ja lihtsam rakenduskord.

2.3. Programmide esitamine ja valimine – statistiline jaotus[13]

ELi põllumajanduse konkurentsivõime tugevdamiseks loodud teavitus- ja müügiedendusalgatuste eelarve suurenes aastatel 2016–2019 märkimisväärselt. 2014. aasta reformi raames suurenesid kaasrahastamise määrad 50 %-lt (2008. aasta määruse alusel)

---

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

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

[13] Üksikasjalikum statistika on esitatud komisjoni talituste töödokumendis (4. lisa).

- 80 %-le ELi-välistele riikidele suunatud lihtprogrammide ja mitut riiki hõlmavate programmide puhul ning
- 70 %-le ELi turule suunatud lihtprogrammide puhul.

Tabel 1. Kogueelarve (lihtprogrammid, mitut riiki hõlmavad programmid ja komisjoni enda algatused), 2016–2019

	2016	**2017**	**2018**	**2019**
Kogueelarve (eurodes)	113 000 000	142 500 000	188 600 000	201 100 000

Rakendusperioodi jooksul esitatud taotluste arv tõendas, et ettevõtjatel on kava vastu pidev huvi. Taotletud summad ületasid nii lihtprogrammide kui ka mitut riiki hõlmavate programmide puhul alati kättesaadavat eelarvet, mis tõi kaasa tiheda taotlustevahelise konkurentsi. Osaliselt põhjendab iga-aastane eelarve suurenemine taotletud summade ja kasutada olevate vahendite suhtarvu mõningast vähenemist sel perioodil.

Tabel 2. Lihtprogrammidele ja mitut riiki hõlmavatele programmidele eraldatud eelarve, 2016–2019

Aasta	**Taotluste arv**	**(1) Taotletavad summad (eurodes)**	**(2) Kättesaadavad vahendid (eurodes)**	**(1) *vs.* (2) (%)**
Lihtprogrammid				
2016	199	310 470 913	97 000 000	320 %
2017	189	306 434 124	90 000 000	358 %
2018	146	215 527 021	95 000 000	227 %
2019	109	165 693 403	100 000 000	174 %
Mitut riiki hõlmavad programmid				
2016	27	116 102 232	14 300 000	812 %
2017	35	132 149 762	43 000 000	307 %
2018	36	110 035 312	79 100 000	139 %
2019	35	129 777 114	91 600 000	150 %

Esitatud taotlused programmiliikide kaupa. Esitatud taotluste statistika näitab, et huvi mitut riiki hõlmavate programmide vastu suurenes, kui potentsiaalsed taotlejad said parema ülevaate nende programmide konkursikutsete nõuetest, arendasid partnerlusi teiste liikmesriikide organisatsioonidega või suurendasid oma liidu suutlikkust osaleda rahastamise taotlustes.

Tabel 3. Esitatud taotluste arv, 2016–2019

Aasta	**Lihtprogrammid**	**Mitut riiki hõlmavad programmid**	**KOKKU**
2016	199	27	**226**

2017	189	35	**224**
2018	146	36	**182**
2019	109	35	**144**

Rahastuse saanud taotlused programmiliikide kaupa. Tabelis 4 on näidatud alates rakendusperioodi algusest välja valitud lihtprogrammide ja mitut riiki hõlmavate programmide arv, toode/tootekategooria, mis kasutas suurima osa eelarvest, ning nende liikmesriikide arv, kus toetusesaajad asusid (liikmesriikide hõlmatus).

Statistikast ilmneb väljavalitud mitut riiki hõlmavate programmide arvu pidev kasv ja stabiilne lihtprogrammide arv. Lihtprogrammide puhul oli peamine tootekategooria puu- ja köögivili. Mitut riiki hõlmavate programmide puhul kasutas mahepõllumajandussektor 2016. aastal poole eelarvest, 2017. aastal oli peamine kategooria puu- ja köögivili, 2018. aastal vein, siider ja äädikas ning 2019. aastal eri toodete kogum.

Tabel 4. Rahastamiseks valitud taotluste arv, 2016–2019

Aasta	**Lihtprogrammid**	**Mitut riiki hõlmavad programmid**	**KOKKU**	**Peamine tootekategooria**	**Osa eelarvest (%)**	**Liikmesriikide hõlmatus**
2016	60	6	66	Lihtprogrammid – puu- ja köögivili	30 %	16 liikmesriiki
				Mitut riiki hõlmavad programmid – mahepõllumajandus	50 %	
2017	53	10	63	Lihtprogrammid – toodete kogum	23 %	18 liikmesriiki
				Mitut riiki hõlmavad programmid – puu- ja köögivili	19 %	
2018	58	21	79	Lihtprogrammid – puu- ja köögivili	31 %	18 liikmesriiki
				Mitut riiki hõlmavad programmid – vein, siider ja äädikas	26 %	
2019	56	25	81	Lihtprogrammid – puu- ja köögivili	23 %	14 liikmesriiki
				Mitut riiki hõlmavad programmid – toodete kogum	21 %	

Rakendatud programmid sihtturgude kaupa (ELi-sisene või -väline turg). ELi-välistele riikidele suunatud programmide ja mitut riiki hõlmavate programmide arvu suurenemine oli 2014. aasta reformi erieesmärk (vt punkt 1.2).

ELi-välistele riikidele suunatud programmide osakaalu suurenemine on seega kooskõlas määruse eesmärkidega, mille kohaselt sooviti suurendada ELi põllumajandustoodete turuosa ELi-välistel turgudel, mille kasvupotentsiaal on suurim.

ELi-sisestele turgudele suunatud mitut riiki hõlmavate programmide arv oli peaaegu kaks korda suurem kui ELi-välistele turgudele suunatud programmide arv (39 *vs.* 20). Lihtprogrammide puhul oli olukord vastupidine (ELi-välistele turgudele oli suunatud 147 programmi võrreldes 73 ELi turule suunatud programmiga).

Tabel 5. Rahastamiseks valitud taotluste arv sihtturgude kaupa, 2016–2019

	2016		**2017**		**2018**		**2019**		**KOKKU**	
	EL	ELi-väline	EL	ELi-väline	EL	ELi-väline	EL	ELi-väline	**EL**	**ELi-väline**
Lihtprogrammid	23	35	21	31	16	38	13	43	**73**	**147**
Mitut riiki hõlmavad programmid	4	2	9	1	15	5	13	12	**39**	**20**
KOKKU sihtturgude kaupa	**27**	**37**	**30**	**32**	**31**	**43**	**26**	**55**	**112**	**167**
KOKKU									**279**	

2.4. Komisjoni algatusmeetmed

Komisjon võttis omaalgatuslikud meetmed, et aidata avada uusi turge ning reageerida kiiresti ja tõhusalt suurtele turuhäiretele või tarbija usalduse kaotusele. Meetmed hõlmasid järgmist:

- kõrgetasemelised missioonid;
- teistes riikides korraldatud seminarid, kus selgitati ELi põllumajandustoodete ekspordi suhtes kehtivaid rangeid standardeid;
- väljapanekud rahvusvahelise tähtsusega messidel ja näitustel;
- liidu toodete maine kujundamine (nt teavituskampaaniad), ning
- tehnilise abi teenused, sealhulgas turukäsiraamatud.

Hindamise käigus leiti, et komisjoni enda algatused on olnud tulemuslikud, sillutades teed ELi-välistele turgudele sisenemiseks või nende suuremaks hõlvamiseks. Leiti, et need aitasid oluliselt kaasa käegakatsutava lisaväärtuse loomisele ELis. Nendele algatustele eraldatud eelarve on alates 2017. aastast olnud stabiilselt 9,5 miljonit eurot aastas.

3. SOOVITUSED

3.1. Tulemuslikkus

Hindamise käigus leiti, et müügiedenduspoliitika aitab suurendada teadlikkust ELi põllumajandustoodete eelistest, ELi tootmismeetoditele kohaldatavatest rangetest standarditest ning ELi kvaliteedikavadest.

Poliitika mõju konkurentsivõimele, tarbimisele ja turuosale oli raskem hinnata, sest sellele avaldavad mõju ka välisturg ja ühiskondlikud tegurid. Hindamise raames tehtud uuringust selgus siiski, et 97 % vastanute arvates aitab see poliitika oluliselt kaasa ELi põllumajandustoodete konkurentsivõime suurendamisele ja 89 % arvates suurendab see nende turuosa teistes riikides[14].

ELis oli sihtrühmadeni lihtsam jõuda kui ELi-välistel turgudel. Kõige tulemuslikumaks osutusid järgmised müügiedendus- ja teavitustegevused:

- tegevus, mis hõlmas otsekontakte tarbijatega;
- võrgustike loomine messidel ja üritustel ning
- tooteedendus sotsiaalmeedia mõjutajate abil.

Leiti, et komisjoni enda algatused on väga tulemuslikud ja sillutavad teed ELi-välistele turgudele sisenemiseks või nende täiendavaks hõlvamiseks, ning on eriti asjakohased, kui neid viiakse ellu koos ELi vabakaubanduslepingute rakendamisega.

Hindamise käigus leiti siiski, et praegusel kujul ei täida müügiedendusprogrammide järelevalve- ja hindamiskord oma eesmärki. Seetõttu soovitab komisjon

➢ muuta järelevalve- ja hindamiskord poliitika eelseisva läbivaatamise raames tulemuslikumaks, et mõjunäitajad oleksid tulemustega tihedamini seotud ning et neid võetaks arvesse iga-aastase tööprogrammi prioriteetides ja poliitika pikaajalisel kujundamisel.

Kuna üldsus geograafilisi tähiseid hästi ei tunne (Eurobaromeetri eriuuringust selgus, et tunti 20 % kaitstud geograafilistest tähistest, 14 % kaitstud päritolunimetustest ja garanteeritud traditsioonilistest toodetest), soovitab komisjon ka

➢ läbi vaadata, kuidas tulemuslikumalt suurendada teadlikkust kvaliteedikavadest.

3.2. Tõhusus

Hindamise käigus leiti, et poliitikat rakendatakse üldiselt tõhusalt, kuid täheldati erinevusi sõltuvalt programmi eelarve täitmise viisist:

- mitut riiki hõlmavates programmides (CHAFEA otsene eelarve täitmine) osalejad said toetuste haldamise ja aruandluse eeskirjade kohta selgemaid juhiseid ning kasutasid veebipõhiseid vahendeid süstemaatilisemalt. CHAFEA suutis üldiselt pakkuda konstruktiivsemat ja otsesemat tuge koordinaatorite/toetusesaajate küsimuste lahendamisel, sest iga programmi jaoks on ette nähtud projekti haldav ametnik, ning

[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_et.

- lihtprogrammide (liikmesriikide ja komisjoni jagatud eelarve täitmine) toetusesaajad pidid vahel ootama eeskirjade selgitusi kauem. Mõnikord pikendas see reageerimisaega ja mõnel juhul tajusid toetusesaajad, et riiklikud ametiasutused kohaldavad eeskirju vähem paindlikult. Lisaks ei olnud alati võimalik teha kohandusi ega võtta leevendusmeetmeid, et reageerida järskudele muutustele turutingimustes, mis mõjutasid programmide rakendamist.

Komisjon soovitab

- poliitika eelseisva läbivaatamise käigus uurida, kuidas saaks rakendamist tõhustada, ühtlustades jagatud ja otsese eelarve täitmisega seotud haldusmenetlused;
- uurida, kas lihtprogrammide ja mitut riiki hõlmavate programmide eelarve täitmine ühtsetel alustel võiks kiirendada vastuste andmist toetusesaajate ja riiklike ametiasutuste küsimustele ning suurendada toetuste haldamise ja aruandluse eeskirjade selgust; ning
- kasutada standarditud näitajaid komisjoni enda algatuste tõhususe hindamisel koos selgete suunistega selle kohta, kuidas neid näitajaid tuleks kvantifitseerida ja neist aru anda.

3.3. Asjakohasus

Hindamise käigus leiti, et poliitikaeesmärgid (suurendada konkurentsivõimet, turuosa ja tarbijate teadlikkust ELi põllumajandustoodete ja kvaliteedikavade kõrgest kvaliteedist ja standarditest) kajastasid sidusrühmade vajadusi ja turusuundumusi. Müügiedenduspoliitika, selle üldised ja erieesmärgid ning sellega seotud tegevus osutusid üldiselt väga asjakohaseks.

Leiti, et poliitika on olnud eriti asjakohane ELi-välistes riikides, sest see aitas kõrvaldada lünki tarbijate teadlikkuses ja arusaamades ELi põllumajandustoodete kvaliteedi kohta. Siseturul olid tarbijad rohkem huvitatud muudest tooteomadustest, näiteks toiteväärtusest ja päritoluriigist. Sidusrühmadele meeldis juhtmõte „Naudi, see on Euroopast“, kuid hindamine näitas, et see on ELi- välistes riikides asjakohasem kui ELis.

Strateegiliste prioriteetide seadmist iga-aastastes tööprogrammides peeti asjakohaseks ning leiti, et tööprogrammid on andnud selgeid strateegilisi juhiseid. Komisjoni enda algatuste raames rahuldati kutseühenduste vajadused teavituse, võrgustike loomise ja tehnilise toe valdkonnas ning aidati luua võimalusi uutel ja olemasolevatel ELi-välistel turgudel.

Komisjon leiab, et müügiedenduspoliitika asjakohasust saab suurendada,

- muutes selle „Talust taldrikule“ strateegia ja peatse Euroopa vähktõvevastase võitluse kava eesmärkide saavutamise keskseks vahendiks;
- soodustades üleminekut keskkonnasäästlikule ja kestlikumale põllumajandussektorile, näiteks tuues esile ELi kestlikud põllumajandustooted ja tootmisprotsessid nii ELis kui ka eksporditurgudel;
- toetades jõupingutusi, mida tehakse selle nimel, et ELi toidusüsteemist saaks üleilmne kestlikkuse mõõdupuu. Sellega seoses võivad eelkõige komisjoni algatusel võetavad meetmed edendada ELi teavitusalaseid jõupingutusi ja aidata luua rohelisi liite;
- edendades tulevasi kavu, millega teavitatakse tarbijaid kestlikust toidu märgistamisest, loomade heaolust ja tervislikest toitumisharjumustest ELis ning ELi süsinikku siduva

majandamise algatusest (lisaks kvaliteedikavadele, nagu mahepõllumajandus ja geograafilised tähised);

- laiendades tasakaalustatud tervisliku toitumise praegust edendustegevust, millega toetatakse Euroopa vähktõvevastase võitluse kava.

3.4. Sidusus

Hindamisel leiti, et müügiedenduspoliitika raames võetavad meetmed on omavahel kooskõlas. Komisjoni algatustes käsitletakse probleeme, mida ei ole võimalik lahendada ainuüksi lihtprogrammide ja mitut riiki hõlmavate programmidega, ning programmid võivad üksteisele positiivset mõju avaldada. Olemasolevate tõendite põhjal tekitab see poliitika sünergiat riiklike algatustega ja täiendab neid.

Poliitika on sidus laiema põllumajanduspoliitikaga, mille eesmärk on suurendada ELi põllumajanduslike toiduainete tarbimist. Samuti on see kooskõlas ELi merendus-, kalandus- ja kaubanduspoliitikaga.

Müügiedenduspoliitika ja muu ELi poliitika sidusus erineb olenevalt edendatavatest toodetest. Arvestades poliitilisi suundumusi, nagu muu hulgas Euroopa roheline kokkulepe ja Euroopa vähktõvevastase võitluse kava, tuleb hoolikalt läbi mõelda mõnede toodete (nt need, mille ülemäärane tarbimine on vastuolus tasakaalustatud tervisliku toitumisega) ja tootmismeetodite (nt need, mis võivad avaldada negatiivset mõju keskkonnale ja kliimale) edendamine teatavatel turgudel (nt vähim arenenud riigid).

Müügiedenduspoliitika ning ELi abi- ja arengupoliitika vahel võib esineda pingeid. Väga väike osa (0,1 %) müügiedendusprogrammidest on suunatud arenevatele turgudele (neli programmi ajavahemikus 2016–2020), kuid kahjulikku mõju kohaliku tootmise ökosüsteemidele ei olnud võimalik välistada. Siiski

- võiks kavandada uusi meetmeid, mis tagavad, et taotlejad võtavad arvesse võimalikku otsest kahjulikku mõju kohalikule tootmisele ja arvestavad sellega oma taotluste ettevalmistamisel.

Müügiedenduspoliitika ja ELi kliima- ja keskkonnapoliitika sidususe tase on erinev ning sõltub tooteliikidest, tootmismeetoditest ja turgudest.

Komisjon soovitab poliitika eelseisva läbivaatamise käigus uurida, kuidas

- kasutada ära müügiedenduspoliitika kui kestlikumale põllumajandusele ülemineku võimaldaja potentsiaal (nagu viidatakse strateegias „Talust taldrikule“);
- viia selle poliitika strateegilised prioriteedid veelgi enam kooskõlla kliima-, kestlikkus-, tervishoiu- ja arengupoliitika eesmärkidega, nagu rõhutatakse rohelises kokkuleppes ja sellega seotud poliitilistes algatustes.

3.5. ELi lisaväärtus

Hindamise tulemusena leiti, et poliitikal oli konkreetne ELi lisaväärtus. Müügiedendusprogrammide ELi mõõde on eriti ilmne ja edukas mitut riiki hõlmavate programmide ja lihtprogrammide toetusesaajate koostöös. ELi lisaväärtus tulenes kaubandusettevõtjate tõhusast koostööst ja vastastikusest õppimisest, mis ei ole muu rahastamis- ega müügiedendustegevuse kaudu võimalik

Müügiedendus- ja teavitusprogrammid saavutasid ELi-välistel turgudel paremaid tulemusi kui riiklikud müügiedendusmeetmed ning leiti, et need on nähtavamad (osaliselt tänu juhtmõttele „Naudi, see on Euroopast“).

Hindamisel leiti ka, et poliitika oli mõne organisatsiooni ainus võimalus tegeleda müügiedendustegevusega, millega kaasneb üldsuse suur tähelepanu.

Komisjoni enda algatused andsid samuti käegakatsutavat lisaväärtust, kuna nende eesmärk oli lihtsustada ELi tootjate turulepääsu ning tuua liikmesriikide organisatsioonidele ja tootesektoritele kasu viisil, mis ei oleks ilma ELi toetuseta võimalik.

Neid järeldusi arvesse võttes soovitab komisjon

- jätkata mitut riiki hõlmavate programmide ja komisjoni enda algatuste toetamist kolmandates riikides ning suurendada siseturul poliitika suutlikkust muuta tarbijad teadlikumaks ELi praegustest ja tulevastest märgisesüsteemidest, et poliitika looks rohkem ELi lisaväärtust.