Advies van het Economisch en Sociaal Comité over het „Voorstel voor een Verordening (EG) van de Raad inzake voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten in derde landen”

(1999/C 169/04)

De Raad heeft op 1 april 1999 besloten het Economisch en Sociaal Comité overeenkomstig de artikelen 43 en 198 van het EG-Verdrag te raadplegen over het voornoemde voorstel.

De Afdeling „Landbouw, plattelandsontwikkeling, milieu”, die met de voorbereidende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 9 april 1999 goedgekeurd. Rapporteur was de heer Espuny Moyano.

Tijdens zijn 363e zitting van 28 en 29 april 1999 (vergadering van 29 april) heeft het Economisch en Sociaal Comité het volgende advies uitgebracht, dat met 78 stemmen vóór en 3 tegen bij 9 onthoudingen werd goedgekeurd.

1. **Inleiding**

1.1. Met dit voorstel voor een verordening wordt een instrument in het leven geroepen om een reeks algemene voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor Europese landbouwproducten in derde landen op te zetten die geheel of gedeeltelijk door de Gemeenschap worden gefinancierd. Die acties, die gebaseerd zijn op de beginselen subsidiariteit en complementariteit, kunnen de beeldvorming rond Europese producten helpen verbeteren door de lopende activiteiten van de nationale autoriteiten en van de betrokken economische actoren een „toegevoegde waarde” te geven.

1.2. Het voorstel voor een verordening bevat slechts algemene criteria voor de selectie van:

1.2.1. enerzijds, producten die bij deze acties gebaat kunnen zijn: producten voor rechtstreeks verbruik of voor verwerking bestemde producten waarvoor afzetmogelijkheden bestaan, met name zonder dat uitvoerrestituties hoeven te worden toegekend, en typische of kwaliteitsproducten met een hoge toegevoegde waarde;

1.2.2. anderzijds, de markten van derde landen waar genoemde voorlichtings- en afzetbevorderingsacties zullen worden ondernomen — de markten waar een belangrijke feitelijke of potentiële vraag bestaat.

1.3. De voorlichtings- en afzetbevorderingsacties worden in drie stappen uitgevoerd:

1.3.1. De Commissie selecteert elke twee jaar, volgens de door de comités van beheer voor de betrokken sectoren vastgestelde procedures, zowel de producten als de markten waarop de acties zullen worden gericht. Indien nodig kan zij de Permanente groep „Afzetbevordering landbouwproducten” van het Raadgevend Comité voor de kwaliteit en de gezondheid van de landbouwproductie raadplegen.

1.3.2. De Commisie hecht haar goedkeuring aan de door de beroeps- of brancheorganisaties van de betrokken sector of sectoren voorgestelde afzetbevorderings- en voorlichtingsprogramma's, mits de betrokken lidstaten zich hiermee akkoord hebben verklaard. Zij doet dit na de desbetreffende comités van beheer te hebben geïnformeerd en na eventueel de Permanente groep „Afzetbevordering landbouwproducten” van het Raadgevend Comité voor de kwaliteit en de gezondheid van de landbouwproductie te hebben geraadpleegd.

1.3.3. De Commissie besteedt het beheer en de uitvoering van de acties volgens een openbare of besloten procedure uit aan één of meerdere organismen die gespecialiseerd zijn in de desbetreffende producten of markten en over de noodzakelijke middelen beschikken. Voor de sector olijfolie wordt uitdrukkelijk gesteld dat ambtshalve een beroep kan worden gedaan op de Internationale Olijfolieraad.

1.4. Behalve in bijzondere gevallen, die volledig door de Gemeenschap gefinancierd zullen worden, wordt uitgegaan van een systeem van cofinanciering waarbij:

1.4.1. de financiële bijdrage van de Gemeenschap niet meer dan 50 % van de werkelijke kosten van de acties kan bedragen, met dien verstande dat deze bijdrage in het geval van meerjarenprogramma's degressief is en tussen 60 % en 40 % van de werkelijke kosten kan liggen;

1.4.2. de betrokken lidstaten een bijdrage in de financiering leveren van niet meer dan 20 %;

1.4.3. het overige deel van de werkelijke kosten voor rekening komt van de particuliere organisatie(s) waarvan de voorstellen afkomstig zijn. In behoorlijk gemotiveerde gevallen en op voorwaarde dat het betrokken programma duidelijk van belang is voor de Gemeenschap, kan de organisatie waarvan de voorstellen afkomstig zijn het door de lidstaat te financieren deel voor haar rekening nemen.

1.5. In het voorstel wordt bepaald dat de Commissie om het andere jaar een verslag over de toepassing van deze verordening indient bij het Parlement en de Raad.

1.6. Ten slotte wordt bepaald dat de Gemeenschap in de periode 2000-2003 jaarlijks een budget van 15 miljoen euro ter beschikking zal stellen.

2. **Algemene opmerkingen**

2.1. Het Economisch en Sociaal Comité verheugt zich over dit initiatief, vooral nu het gemeenschappelijk landbouwbeleid onder vuur ligt vanwege de ingrijpende hervormingen die de komende jaren hun beslag moeten krijgen.

2.2. Deze hervormingen, waarmee de laatste hand wordt gelegd aan het model voor de Europese landbouw- en voedingsmiddelensector, moeten ertoe bijdragen dat de belangrijkste kenmerken van dit model — waaronder de omvangrijke export van voedingsmiddelen uit de Unie — nog meer tot hun recht komen.

2.3. Daartoe moet de concurrentiepositie van de Europese landbouw- en voedingsmiddelensector zowel op de interne markt als in derde landen worden verstevigd en moet de recent verworven leiderspositie in de wereld veilig worden gesteld.

2.4. Het Comité deelt de mening dat één van de beste manieren om deze positie te behouden en te versterken het nemen van maatregelen ter bevordering van de export is omdat:

2.4.1. de Europese voedingsmiddelen en land- en bosbouwproducten beslist zeer gevarieerd en van hoogstaande kwaliteit zijn, wat de promotie van deze producten en de bevordering van de consumptie ervan in derde landen een flinke steun in de rug geeft;

2.4.2. alle landen ter wereld — en vooral onze grootste handelspartners en concurrenten (o.a. VS, Japan, Canada) — van oudsher een actief promotiebeleid voeren;

2.4.3. dit volgens de Wereldhandelsorganisatie (WTO) neutrale maatregelen zijn die de Unie ongetwijfeld helpen het beeld en de waarde van onze producten op de internationale markten te versterken;

2.4.4. de algemene tendens bestaat om — overeenkomstig het Akkoord van Marrakech — de exportrestituties af te bouwen;

2.4.5. de promotie van Europese voedingsmiddelen en land- en bosbouwproducten in het buitenland, ten slotte, de nationale initiatieven die elke lidstaat ten aanzien van derde landen ontplooit — met inachtneming van het beginsel van subsidiariteit en complementariteit — kracht kan bijzetten.

2.5. Om de export van voedingsmiddelen en land- en bosbouwproducten uit de Gemeenschap effectief te bevorderen moet de Europese Unie activiteiten opzetten die de reeds door de lidstaten, de landbouworganisaties en de bedrijven zélf in derde landen ontplooide initiatieven aanvullen en hierop aansluiten, alsook gemeenschappelijke acties stimuleren die profiteren van de bestaande synergie en voor een toegevoegde waarde zorgen. Daarom:

2.5.1. moeten de beginselen van subsidiariteit en complementariteit als een rode draad door alle afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten in derde landen lopen;

2.5.2. moet dit initiatief volgens het beginsel van cofinanciering worden opgezet, omdat dit beginsel ervoor zorgt dat niet alleen de middelen bijeengebracht worden, maar ook alle belanghebbende partijen erbij worden betrokken en zich inzetten voor een doeltreffende uitvoering van de acties.

2.6. Ten slotte moet worden beklemtoond dat, hoewel de communautaire en nationale overheidsacties veel gewicht in de schaal leggen, de inbreng van particulieren de kurk is waar het promotiebeleid op drijft. De algemene promotieactiviteiten die zowel door de Unie als door de lidstaten worden ondernomen, moeten worden aangevuld door particuliere initiatieven en daarbij zijn alle ogen gericht op de grote merken.

2.7. Tot slot is het Comité van mening dat de noodzakelijke middelen moeten worden vrijgemaakt om het communautair promotiebeleid toch met een minimum aan doeltreffendheid zijn doel, nl. verbetering van de concurrentiepositie van de Europese landbouwproducten, te kunnen laten bereiken; het Comité moet helaas constateren dat het door de Commissie voorgestelde budget duidelijk ontoereikend is.

3. **Bijzondere opmerkingen**

3.1. De voorlichtings- en afzetbevorderingsacties mogen niet op handelsmerken worden afgestemd (artikel 1, lid 2). Gezien de complementariteit van communautaire acties t.o.v. nationale en particuliere initiatieven en het multiplicatoreffect dat zij kunnen teweegbrengen, mag dit overigens niet betekenen dat algemene acties in het kader van grootschalige promotiecampagnes die worden gesponsord door bepaalde merken die uiteindelijk de vruchten hopen te plukken van die promotie, bij voorbaat al van dit instrument worden uitgesloten.

3.2. De acties die in het voorstel worden bedoeld (artikel 2) sporen in grote mate met de algemeen geaccepteerde traditionele instrumenten van het promotiebeleid; het Comité is echter van oordeel dat deze acties als volgt moeten worden aangevuld en uitgebreid:

3.2.1. het Comité vindt het een goede zaak dat via communautaire actie de aandacht wordt gevestigd op algemene aspecten als kwaliteit, hygiëne en veiligheid van de Europese producten, zonder echter iets af te doen aan de specifieke culturele waarden waaraan deze producten uiting geven;

3.2.2. de marktstudies (artikel 2, sub e) moeten niet alleen de afzetmogelijkheden in derde landen onderzoeken, maar ook de toegang tot de markten, de praktische problemen daarbij (tarifaire en non-tarifaire belemmeringen, belastingheffing, investeringsregelingen, enz.) en de distributiekanalen bestuderen;

3.2.3. bevordering van evenementen, beurzen en conferenties die gericht zijn op bepaalde doelgroepen (importeurs, distributeurs, artsen, restauranthouders, gespecialiseerde pers) en andere opinieleiders, ten einde hen te informeren over de kwaliteiten van de Europese voedingsmiddelen;

3.2.4. het uitzenden van vertegenwoordigers naar het buitenland en het uitnodigen van potentiële klanten in de Gemeenschap;

3.2.5. evaluaties van de resultaten van de voorlichtings- en afzetbevorderingsacties (artikel 2, sub a) zijn weliswaar een geschikt middel om de doelmatigheid van de acties te controleren, maar hebben niets met promotie op zich te maken. Om te garanderen dat de begrotingsmiddelen correct worden

aangewend en de acties effect sorteren stelt het Comité voor voldoende middelen te reserveren voor onafhankelijk toezicht hierop. In elk geval moet dan meer geld beschikbaar worden gesteld dan de Commissie in gedachten heeft.

3.3. Ten aanzien van de criteria voor de keuze van de derde landen waar zowel nationale instanties als bedrijven afzetbevorderingsacties zullen ondernemen (artikel 4) moet met name rekening worden gehouden met de markten met een belangrijke feitelijke of potentiële vraag. In het geval van ontwikkelingslanden moeten de promotieactiviteiten te allen tijde rekening houden met het feit dat de ontwikkeling van deze landen niet mag worden gehinderd, d.w.z. dat de voorkeur moet worden gegeven aan producten die de inheemse producten aanvullen of producten die niet op de inheemse markt voorkomen.

3.4. Door de cofinancieringsregeling die de Commissie voorstelt worden zowel de lidstaten als de particuliere instanties actief betrokken bij alle besluiten over de lijst van de producten en markten (artikel 5), de gekozen programma's (artikel 7) en de selectie van organisaties die met het beheer, de uitvoering en de evaluatie van de resultaten worden belast (artikel 8). Daarom stelt het Comité voor:

3.4.1. een horizontaal adhoc-comité van beheer voor de afzetbevorderingsacties in te stellen waarin de deelname van nationale deskundigen op het gebied van de promotie van landbouwproducten in derde landen wordt verzekerd, zulks ten einde de samenhang en coördinatie van communautaire promotieactiviteiten te garanderen;

3.4.2. de verplichte — en niet louter facultatieve, zoals de Commissie voorstelt — raadpleging van de Permanente groep „Afzetbevordering landbouwproducten" van het Raadgevend Comité.

3.5. Het Comité is, gezien de uitstekende resultaten tot dusver, verheugd over de mogelijkheid om in het geval van acties van de Gemeenschap in de sector olijfolie en tafelolijven deze acties uit te voeren door tussenkomst van de Internationale Olijfolieraad. Ook kan worden gedacht aan inschakeling van deze raad bij promotieactiviteiten binnen de EU.

3.6. Het Comité kan instemmen met het door de Commissie voorgestelde systeem van cofinanciering, aangezien de financiële betrokkenheid van de economische actoren een middel kan zijn om hun actieve deelname, de correcte aanwending van de middelen en een doeltreffende verwezenlijking van de doelstellingen van de promotieactiviteiten te garanderen. De financiële bijdrage van de lidstaten kan eventueel facultatief zijn.

3.7. Overtuigd van de belangrijke rol die dit instrument moet spelen in de verbetering van de concurrentiepositie van Europese landbouwproducten, is het Comité ten slotte van mening dat het voorgestelde budget absoluut niet toereikend is om de beoogde doelstellingen te realiseren, vooral gezien de inkomstenderving wegens de korting op de exportrestituties. Daarom:

3.7.1. verzoekt het Comité de Commissie, het Parlement en de Raad alles in het werk te stellen om het budget te verhogen, mits zulks niet ten koste gaat van de middelen die voor promotieactiviteiten binnen de Europese Unie ter beschikking zijn gesteld.

3.7.2. is het Comité ervan overtuigd dat de middelen ter gelegenheid van de periodieke evaluatie van de resultaten van de tenuitvoerlegging van deze verordening aanzienlijk zullen worden verhoogd.

4. **Conclusies**

4.1. De promotie van Europese agrovoedingsmiddelen in derde landen moet een belangrijke rol spelen in het toekomstige gemeenschappelijk landbouwbeleid, wil de Unie haar leiderspositie op de wereldmarkt behouden.

4.2. Om de concurrentiepositie van deze sector te verbeteren ondanks de huidige en toekomstige GATT-beperkingen moeten nieuwe bronnen worden aangeboord in derde landen met behulp van praktische, moderne en toereikende instrumenten, zoals die reeds door onze belangrijkste concurrenten worden gebruikt.

4.3. Complementariteit en subsidiariteit zijn de beginselen die als een rode draad door alle communautaire acties moeten lopen. Daarom is het logisch dat de communautaire instanties, de nationale overheden en de beroepsorganisaties bij het gezamenlijk beheer van deze acties zoveel mogelijk samenwerken om een optimaal resultaat te garanderen.

4.4. De deelname van de particuliere sector is essentieel, zowel bij het uitdenken en opzetten van programma's en acties als bij de financiering ervan; deze financiële betrokkenheid geldt niet alleen als middel om de inbreng van particulieren veilig te stellen, maar ook als garantie voor de verwezenlijking van het uiteindelijke doel van alle promotie-activiteiten: Europese productondersteuning, vooral voor specialiteiten en typische en kwaliteitsproducten.

Brussel, 29 april 1999.

De voorzitter

van het Economisch en Sociaal Comité

B. RANGONI MACHIAVELLI

BIJLAGE

bij het advies van het Economisch en Sociaal Comité

Onderstaand wijzigingsvoorstel werd verworpen:

Paragraaf 4.1

Na „De promotie van Europese agrovoedingsmiddelen in derde landen" toe te voegen: „, ter aanvulling van de exportrestituties".

Motivering

Het Europees Parlement heeft tijdens zijn plenaire vergadering een wijzigingsvoorstel goedgekeurd dat bepaalt dat de Commissie moet nagaan of een eventuele afschaffing van de exportrestituties tot de mogelijkheden behoort en de aldus vrijgekomen middelen deels kunnen worden gebruikt voor promotieactiviteiten.

Hoewel de Commissie onmiddellijk afwijzend heeft gereageerd op dit voorstel, is het belangrijk dat het Comité een standpunt inneemt ten aanzien van dit voorstel van het Parlement en beklemtoont dat het gebruik van twee verschillende, maar elkaar aanvullende instrumenten — te weten een actief Europees exportbeleid in de vorm van exportrestituties en promotieactiviteiten — belangrijk is.

Uitslag van de stemming

Vóór: 27, tegen: 31, onthoudingen: 32.