IL-KUMMISSJONI EWROPEA

Brussell, 30.3.2012
COM(2012) 148 final

KOMUNIKAZZJONI TAL-KUMMISSJONI LILL-PARLAMENT EWROPEW, LILL-KUNSILL, LILL-KUMITAT EKONOMIKU U SOĊJALI EWROPEW U LILL-KUMITAT TAR-REĠJUNI

Il-promozzjoni u l-informazzjoni għall-prodotti agrikoli: strateġija Ewropea b'valur miżjud għoli għall-promozzjoni tat-togħmiet tal-Ewropa

WERREJ

1. Il-promozzjoni bħala element essenzjali tal-PAK 4

2. L-Isfidi li għandhom jiġu indirizzati 4

2.1. Il-kisba ta' presenza f'kuntest ta' kompetizzjoni dejjem tikber u ta' liberalizzazzjoni tas-swieq 4

2.2. Settur agroalimentari Ewropew kompetittiv u dinamiku 5

2.3. Nagħtu aktar valur għad-dehra tal-agrikoltura u l-prodotti agrikoli u alimentari Ewropej 5

3. Għanijet tal-politika ta' promozzjoni futura 6

3.1. Aktar valur miżjud Ewropew 6

3.2. Politika aktar attraenti u sigura dwar l-impatt tagħha 6

3.3. Ġestjoni aktar sempliċi 6

3.4. Aktar sinerġiji bejn l-istrumenti ta' promozzjoni differenti 6

4. Linji Gwida għar-riforma 7

4.1. Ambitu ta' applikazzjoni aktar attraenti 7

4.1.1. Il-benefiċjarji 7

4.1.2. Il-prodotti u t-temi eliġibbli 7

4.1.3. L-indikazzjoni tal-oriġini 8

4.1.4. Ismijiet tal-marka 8

4.2. Ambitu ta' applikazzjoni usa' permezz tal-iżvilupp ta' għajnuna teknika għall-operaturi 9

4.3. Żewġ modi ta' intervenzjoni riveduti, b'mod partikolari għall-programmi multinazzjonali 9

4.4. Il-promozzjoni u l-kriżi 10

4.5. Ġestjoni simplifikata u ottimizzata 10

4.6. Aktar koerenza bejn l-azzjonijiet ta' informazzjoni u promozzjoni taħt is-sistema ta' promozzjoni u l-miżuri l-oħra ta' promozzjoni fi ħdan il-PAK 10

4.7. X'għandu jkun il-baġit tal-Ewropa sabiex jinkisbu l-għanijiet? 11

5. Konklużjonijiet 11

KOMUNIKAZZJONI TAL-KUMMISSJONI LILL-PARLAMENT EWROPEW, LILL-KUNSILL, LILL-KUMITAT EKONOMIKU U SOĊJALI EWROPEW U LILL-KUMITAT TAR-REĠJUNI

Il-promozzjoni u l-informazzjoni għall-prodotti agrikoli: strateġija Ewropea b'valur miżjud għoli għall-promozzjoni tat-togħmiet tal-Ewropa

INTRODUZZJONI

Id-diversità u l-kwalità tal-produzzjoni agrikola tal-Unjoni Ewropea huma valuri magħrufin fid-dinja kollha. Verament li żieda fil-globalizzazzjoni tfisser sfidi, iżda tiftaħ ukoll swieq ġodda u possibilitajiet ġodda ta' tkabbir li għandhom jinħatfu. F'dan il-kuntest, il-prijorità tibqa li jiġu proposti prodotti eċċellenti li jissodisfaw l-istandards eżiġenti ħafna, iżda dan mhuwiex biżżejjed biex tiġi żgurata pożizzjoni tajba fis-suq fit-tul. Ir-reputazzjoni tajba ħafna tar-reġjuni tagħna u tal-għarfien tagħna għandha tiġi kkonsolidata u mtejba aktar.

L-Unjoni Ewropea, li għandha produzzjoni estremament varjata u ta' kwalità għolja u li tagħti garanzija ta' livell għoli ta' sigurtà tas-saħħa, għandha r-riżorsi kollha meħtieġa biex tibbenefika mill-prospettivi ta' żviluppi fid-domanda dinjija sakemm hija tenfasizza l-kapaċitajiet tagħha permezz ta' politika ta' promozzjoni aktar mmirata u ambizzjuża. Barra minn hekk, fis-suq intern, il-konsumaturi għandhom isiru aktar konxji tal-kwalità u tad-diversità tal-prodotti disponibbli.

L-għan tal-proposti leġiżlattivi marbuta mar-riforma tal-PAK għal wara l-2013, li qed jiġu nnegozjati bħalissa, huwa li jippermettu lil din il-politika tikkontribwixxi bis-sħiħ għall-Istrateġija "Ewropa 2020" billi tappoġġja agrikoltura li tiggarantixxi s-sikurezza tal-ikel, l-użu sostenibbli tar-riżorsi naturali u dinamiżmu għaż-żoni rurali, kif ukoll sors ta' tkabbir u impjiegi. Politika ta' promozzjoni effiċjenti hija importanti biex jintlaħqu dawn l-għanijiet. B'dan il-ħsieb f'Lulju 2011 ġiet imnedija riflessjoni profonda permezz ta' dibattitu pubbliku, bl-adozzjoni ta' Green Paper[1] dwar Politika ta' informazzjoni u promozzjoni għall-prodotti agrikoli bħala miżura prinċipali biex tissaħħaħ il-kompetittività tal-agrikoltura tal-UE. Bażi oħra għar-riflessjonijiet ippreżentati f'din il-Komunikazzjoni kien ir-rapport ta' valutazzjoni esterna, li sar fl-2011, tal-politika ta' promozzjoni attwali[2].

Il-kompitu tal-Green Paper kien li jiddefinixxi modi li fihom din il-politika ta' informazzjoni u promozzjoni tista' tispjega aħjar lill-konsumaturi l-isforz magħmul mill-produtturi tal-Unjoni biex tintlaħaq tali kwalità għolja, li tintwera l-firxa kollha ta' prodotti u t-togħmiet minn reġjuni differenti tal-Unjoni, biex jistimula l-esportazzjonijiet u biex jgħin lill-produtturi Ewropej jindirizzaw sfidi ġodda fis-swieq u partikolarment sitwazzjoni ekonomika diffiċili.

F'Diċembru 2011, il-konklużjonijiet tal-Kunsill tal-Ministri u l-istqarrijiet tal-Kumitat tar-Reġjuni u tal-Kumitat Ekonomiku u Soċjali Ewropew maħruġa bi tweġiba għar-reviżjoni tal-politika tal-promozzjoni jirrakkomandaw li l-għodod eżistenti jiġu mtejba, issimplifikati u magħmula aktar konsistenti biex tissaħħaħ din il-politika. Il-Parlament Ewropew esprima

---

1 COM(2011)436

2 http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/promotion/index_en.htm

wkoll l-appoġġ għat-tisħiħ ta' miżuri ta' promozzjoni, partikolarment dawk immirati lejn prodotti ta' kwalità.

F'dan il-kuntest, din il-Komunikazzjoni timmira li żżid il-valur miżjud tas-settur agroalimentari u l-kontribut tiegħu għall-ekonomija Ewropea billi tippromwovi politika ta' promozzjoni Ewropea u globali aktar iffukata fuq aspetti ta' dan is-settur.

1. IL-PROMOZZJONI BĦALA ELEMENT ESSENZJALI TAL-PAK

Sa mill-introduzzjoni tiegħu fil-bidu tas-snin 80, il-qafas regolatorju għall-attivitajiet ta' informazzjoni u promozzjoni ta' prodotti agrikoli baqa' jevolvi. Aktar minn qatt qabel, l-għan tiegħu huwa li jtejjeb l-immaġni tal-prodotti agrikoli Ewropej, jistimola tendenzi ta' konsum tagħhom staġnati jew li qed jonqsu u jirbaħ swieq ġodda.

Permezz tas-sistema ta' promozzjoni orizzontali[3], li twaqqfet fl-2000, il-Kummissjoni Ewropea teżamina l-programmi ta' promozzjoni ġenerika proposti minn organizzazzjonijiet professjonali settorjali u validati mill-awtoritajiet nazzjonali. Din imbagħad tagħżel dawk li jissodisfaw il-kriterji stabbiliti mir-Regolament tal-Kunsill u r-Regolament ta' Applikazzjoni. Il-kofinanzjament ta' dawn il-programmi huwa maqsum fi tliet partijiet b'kontribut ta' mhux aktar minn 50 % mill-Unjoni[4], mhux inqas minn 20 % mill-organizzazzjoni professjonali, u l-bqija mill-Istati Membri kkonċernati. Il-baġit annwali li jingħata għall-azzjonijiet ta' promozzjoni huwa ta' madwar EUR 50 miljun, li madwar kwart minnhom huwa għas-suq estern.

Din is-sistema orizzontali tikkoeżisti ma' miżuri oħra ta' promozzjoni fi ħdan il-PAK, fl-Organizzazzjoni Komuni ta' Swieq Agrikoli[5] kif ukoll fil-qafas tal-Iżvilupp Rurali[6]. Fir-rigward tal-ewwel, tirrigwarda s-settur tal-inbid għall-pajjiżi terzi u dak tal-frott u l-ħaxix, permezz tal-programmi operazzjonali tal-organizzazzjonijiet ta' produtturi.

Dan jirriżulta f'ċertu nuqqas ta' koerenza fir-rigward tan-natura tal-azzjonijiet u tar-regoli, li jrendi diffiċli l-kejl tal-impatt globali tagħhom. Barra minn hekk, problemi oħra bħal ġestjoni amministratta tqila jew azzjonijiet imxerrda, mhux ibbilanċjati sew bejn is-suq intern u estern, jiġġustifikaw il-ħtieġa ta' riforma tal-politika ta' promozzjoni.

2. L-ISFIDI LI GĦANDHOM JIĠU INDIRIZZATI

2.1. Il-kisba ta' presenza f'kuntest ta' kompetizzjoni dejjem tikber u ta' liberalizzazzjoni tas-swieq

Fuq livell dinji, fl-2010, l-Unjoni kienet it-tieni l-akbar esportatur ta' prodotti agrikoli b'total li jammonta għal EUR 91 biljun, eżatt wara l-Istati Uniti (EUR 92 biljun), u kienet l-akbar importatur (EUR 84 biljun). Matul iż-żmien, is-sehem tal-prodotti lesti u trasformati fl-esportazzjonijiet Ewropej dejjem kompla jiżdied. Dawn il-prodotti jirrappreżentaw bħala

---

3 Ir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 3/2008 u r-Regolament tal-Kummissjoni (KE) Nru 501/2008

4 Din ir-rata ssir 60 % għal azzjonijiet ta' promozzjoni ta' frott u ħaxix previsti għat-tfal fl-istabilimenti skolastiċi Ewropej u għall-azzjonijiet ta' informazzjoni li jsiru fl-UE fuq modi ta' konsum responsabbli fil-qasam ta' xorb u fuq il-problemi relatati mal-konsum perikoluż tal-alkol.

5 Ir-Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 1234/2007

6 Ir-Regolament (KE) Nru 1698/2005

valur aktar minn żewġ terzi tal-esportazzjonijiet agrikoli totali tal-UE. Huwa essenzjali li l-agrikoltur Ewropew iżomm u jżid il-kompetittività u s-sehemiet tiegħu fis-suq, kemm fis-suq intern kif ukoll dak ta' esportazzjoni, fir-rigward tal-impenji li ttieħdu mill-UE fil-qafas tar-relazzjonijiet kummerċjali internazzjonali.

Fis-snin li ġejjin, il-konklużjoni eventwali taċ-ċiklu ta' Doħa u n-negozjar ta' ftehimiet kummerċjali se jifthu perspettivi ġodda għall-esportaturi ta' prodotti alimentari li għandhom sfruttati bl-aħjar mod.

2.2. Settur agroalimentari Ewropew kompetittiv u dinamiku

Il-katina alimentari tammonta għal 6 % tal-prodott domestiku gross (PDG) Ewropew. B'mod aktar speċifiku, fl-industrija Ewropea tal-produzzjoni, l-industrija alimentari hija l-akbar impjegatur b'4.2 miljun impjegat (13.5 %) u fatturat annwali ta' EUR 954 biljun (12.9 %). Din l-industrija hija magħmula minn 310 000 impriża li minnhom 99.1 % huma IŻM[7] u jużaw parti kbira mill-produzzjoni agrikola tal-UE.

Is-suċċess tal-agrikoltura Ewropea se jiddependi fuq il-ħila tagħha li tkabbar is-sehem tagħha fis-suq u li tippermetti lis-settur kompetittiv ħafna tal-industrija alimentari jżomm pożizzjoni importanti fi ħdan l-ekonomija u l-kummerċ tal-UE.

Is-swieq qed jevolvu dejjem aktar malajr. L-offerta għandha tadatta għad-domanda li tista' tinbidel b'mod radikali u fi ftit żmien, b'mod partikolari f'każ ta' nuqqas ta' fiduċja tal-konsumaturi. Dan il-fenomenu huwa amplifikat bl-iżvilupp tal-internet[8].

Minkejja li huma favorevoli f'termini ta' perjodu ta' żmien medju, il-perspettivi għas-swieq agrikoli huma mistennija li jiġu kkaratterizzati minn aktar **inċertezza** u minn volatilità dejjem **akbar**.

2.3. Nagħtu aktar valur għad-dehra tal-agrikoltura u l-prodotti agrikoli u alimentari Ewropej

Ir-rwol ewlieni tal-agrikoltura hu li tipproduċi prodotti tal-ikel. Fil-livell Ewropew, il-PAK tikkontribwixxi għal produzzjoni alimentari vijabbli filwaqt li tiggarantixxi ġestjoni sostenibbli tar-riżorsi naturali u tissorvelja l-iżvilupp ibbilanċjat tat-territorju. Permezz tal-attività u l-presenza tagħhom fl-ambjenti rurali, l-agrikolturi saru l-gwardjani tar-riżorsi naturali u tal-valuri ambjentali indispensabbli għas-sostenibbiltà u l-kompetittività tal-agrikoltura Ewropea.

Il-prodotti agrikoli u alimentari huma l-aħjar xhieda ta' politika agrikola komuni ffukata fuq il-kwalità. Il-vantaġġi tal-prodotti agrikoli Ewropej, li jirrispettaw l-istandards rigorużi ħafna fil-qasam tal-ambjent, ta' sigurtà tal-ikel u ta' benessri tal-annimali, kif ukoll id-drawwiet alimentari Ewropej għandhom ikunu magħrufa u rikonoxxuti mill-konsumaturi kemm fl-Ewropa kif ukoll fil-pajjiżi terzi.

---

7 Sors: Rapport annwali tal-IAAC għall-2010

8 In-numru ta' utenti tal-internet fid-dinja kien 2.1 biljun fil-31.3.2011, jiġifieri +480 % meta mqabbel mal-2000. Sors: internet world stats

3. GĦANIJET TAL-POLITIKA TA' PROMOZZJONI FUTURA

3.1. Aktar valur miżjud Ewropew

L-azzjonijiet ta' promozzjoni tal-prodotti agrikoli m'għandhomx jissostitwixxu l-azzjonijiet ta' promozzjoni tas-settur privat, iżda għandhom jagħtu dimensjoni Ewropea speċifika. Il-kisba ta' valur miżjud Ewropew aktar għoli u l-pożizzjoni soda ta' dan il-valur miżjud fit-territorji tagħna jippermettu li jiġu żviluppati t-tkabbir u l-impjiegi, u b'hekk dan jikkontribwixxi għall-istrateġija Ewropa 2020.

Dan il-valur miżjud Ewropew jista' jkun iġġenerat permezz tad-definizzjoni ta' strateġija Ewropea ta' informazzjoni u promozzjoni li toffri mira aktar diretta fuq is-swieq u l-prodotti jew messaġġi li għandhom jingħataw importanza (perezempju prodotti b'valur miżjud għoli), filwaqt li jitqiesu n-negozjati ta' ftehimiet ta' kummerċ ħieles, is-swieq ewlenin, u billi jiġu evitati t-tifrix u d-dispersjoni tal-mezzi. Barra minn hekk, il-kooperazzjoni bejn atturi ekonomiċi ta' Stati Membri differenti tikkontribwixxi b'mod sostanzjali għall-valur miżjud Ewropew u għal viżibbiltà akbar tad-diversità tal-prodotti agrikoli Ewropej.

3.2. Politika aktar attraenti u sigura dwar l-impatt tagħha

Minbarra l-fatt li l-politika ta' informazzjoni u promozzjoni ma ġġibx il-valur miżjud kollu mixtieq, hija għandha limitazzjonijiet amministrativi. Il-preżentazzjoni ta' programmi f'pajjiżi terzi rriżultat timida wisq. B'żieda ma' dan, l-ambitu tal-azzjonijiet mhux dejjem jista' jitkejjel faċilment u l-impatt jista' jkun evidenti tard; għalhekk huwa importanti li jsiru kampanji akter interpellanti ppreċeduti jekk meħtieġ minn analiżi tas-suq, minn studji tad-drawwiet ta' konsum jew minn kampanji pilota. Sabiex jissaħħaħ ir-rapport bejn in-nefqa u l-effiċjenza tal-politika futura, evalwazzjoni tal-impatt aktar sistematika għandha takkumpanja kull azzjoni biex tikkonferma li l-għanijiet previsti jkunu ntlaħqu.

3.3. Ġestjoni aktar sempliċi

Il-finanzjament u l-ġestjoni tal-programmi ta' informazzjoni u promozzjoni huma ġeneralment maqsumin fi tliet partijiet (Organizzazzjonijiet professjonali, Stati Membri u l-Kummissjoni Ewropea). L-organizzazzjonijiet professjonali min-naħa tagħhom jistgħu jiddependu fuq entitajiet ta' implimentazzjoni bħal aġenziji pubbliċitarji biex jimplimentaw azzjonijiet li jkunu ħolqu.

Il-kontribuzzjonijiet għall-Green Paper spiss jitolbu reviżjoni tal-metodu ta' għażla tal-programmi, u li l-ħolqien u l-implimentazzjoni tagħhom ikunu aktar flessibbli biex tkun tista' ssirilhom modifikazzjoni matul it-twettiq tagħhom. Il-kontribuzzjonijiet jappellaw għal rwol aktar attiv mill-Kummissjoni fil-ħolqien u l-koordinazzjoni tal-programmi multinazzjonali, b'mod partikolari fil-pajjiżi terzi. Min-naħa l-oħra, l-irwoli rispettivi tal-Istat Membru u tal-Kummissjoni fis-segwitu u l-kontroll tal-azzjonijiet se jiġu kklassifikati sabiex jiġu evitati d-duplikazzjoni u d-dewmien fil-proċeduri.

3.4. Aktar sinerġiji bejn l-istrumenti ta' promozzjoni differenti

L-istrateġija Ewropea futura għall-promozzjoni tal-prodotti agrikoli għandha l-possibbiltà li żżid il-valur miżjud tas-settur agroalimentari u l-kontribuzzjoni tiegħu għall-ekonomija Ewropea. Din l-ambizzjoni teħtieġ aktar koerenza fl-azzjonijiet ta' promozzjoni tal-PAK, sabiex jiġi garantit l-impatt tagħhom. Filwaqt li jittieħed kont tal-ispeċifitajiet tas-setturi

differenti, huwa xieraq li jinstabu kumplimentaritajiet u sinerġiji sabiex il-politika ta' promozzjoni tkun aktar soda.

Identità komuni li tinkludi elementi viswali u ta' kontenut għal dawn l-azzjonijiet ta' promozzjoni, indipendentement mis-sistema kkunsidrata, għandha tagħtihom identità Ewropea aktar tajba, aktar visibbiltà għall-konsumatur u prestazzjoni aqwa.

4. LINJI GWIDA GĦAR-RIFORMA

Diversi għażliet ta' riforma għall-kisba ta' politika ta' informazzjoni u promozzjoni li tissodisfa l-għanijiet imsemmija hawn fuq se jiġu eżaminati fil-qafas tal-proċess ta' analiżi tal-impatt li jakkumpanja u jiġġustifika l-proposta leġiżlattiva li għandha tiġi adottata mill-Kummissjoni qabel l-aħħar tal-2012.

Il-linji gwida żviluppati hawn taħt huma riflessjonijiet issuġġeriti abbażi ta' rapporti li bħalissa huma disponibbli, b'mod partikolari r-rapport ta' sinteżi tar-risposti għall-Green Paper[9] u r-rapport ta' evalwazzjoni ex-post tal-politika tal-promozzjoni[10].

L-azzjonijiet ta' informazzjoni u promozzjoni relatati **mas-swieq lokali u l-katini ta' provvisti qosra** se jkunu koperti mill-programmi ta' żvilupp rurali fil-qafas ta' kooperazzjoni u esklużi mis-sistema ta' promozzjoni futura.

4.1. Ambitu ta' applikazzjoni aktar attraenti

4.1.1. Il-benefiċjarji

L-ambitu ta' applikazzjoni tal-miżuri ta' informazzjoni u promozzjoni jista' jitkabbar lil hinn mill-organizzazzjonijiet professjonali. B'mod partikolari wieħed irid jara liema post irid jingħata lill-intrapriżi privati meta jipproponu programmi b'valur miżjud għoli għall-Unjoni Ewropea.

4.1.2. Il-prodotti u t-temi eliġibbli

Bħalissa, il-lista ta' prodotti eliġibbli għas-swieq interni u esterni hija differenti, li ma jidhirx ġustifikat. Lista uniformi unika, aktar koerenti mal-lista tal-prodotti koperti mill-politika ta' kwalità, se tiġi stabbilita. Se jiġi eżaminat il-ftuħ għal prodotti agrikoli pproċessati mhux inklużi fl-Anness I tat-Trattat.

Barra minn hekk, kif enfasizzat fost oħrajn il-Qorti tal-Awdituri[11], il-promozzjoni tas-sistemi Ewropej ta' kwalità alimentari bħad-Denominazzjoni tal-Oriġini Protetta (DOP), l-Indikazzjoni Ġeografika Protetta (IĠP) u l-Ispeċjalitajiet Tradizzjonali Garantiti (STG) kif ukoll il-prodotti magħrufa f'dawn is-sistemi għandhom jibbenefikaw minn appoġġ imsaħħaħ.

Minbarra l-informazzjoni u l-promozzjoni li tirrigwarda l-prodotti agrikoli u alimentari, l-azzjonijiet jistgħu wkoll ikollhom messaġġi tematiċi li juru l-karatteristiċi tal-prodotti Ewropej b'mod partikolari fir-rigward tal-kwalità u mill-lat gastronomiku, is-saħħa, l-iżvilupp sostenibbli jew il-benessri tal-annimali. Sabiex il-konsumaturi u l-produtturi jkunu aktar qrib,

---

9 http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/consultation/summary-report_en.pdf

10 Ara n-nota ta' qiegħ il-paġna 2

11 Ir-Rapport Speċjali Nru 11/2011

wieħed jista' jikkunsidra l-użu ta' teknoloġiji ġodda li jippermettu l-viswalizzazzjoni ta' prattiċi tajba ta' produzzjoni fl-impriżi produttivi jew li jiġi ffaċilitat il-bejgħ permezz tal-internet.

4.1.3. L-indikazzjoni tal-oriġini

Skont il-konsultazzjoni pubblika, 76 % ta' dawk li wieġbu jqisu l-indikazzjoni tal-oriġini bħala l-aktar element importanti, li juri ċar ir-rabta bejn l-ikel u l-oriġini u jikkonferma r-riżultati tal-istħarriġ dwar l-attitudini tal-konsumatur. Din ir-rabta tista' tkun kultant pożittiva u kultant negattiva (biża' wara l-kriżijiet sanitarji u avvenimenti soċjokulturali oħra notevoli).

Ir-referenza tal-oriġini "Ewropa", l-għarfien Ewropew, l-istil ta' ħajja Ewropea, eċċ. għandhom dejjem, espliċitament jew impliċitament, ikunu evidenti fl-azzjonijiet ta' informazzjoni u ta' promozzjoni sabiex jikkontribwixxu għall-iżvilupp tal-immaġni Ewropea tal-prodotti agrikoli u alimentari.

Għall-prodotti rreġistrati taħt DPO jew IĠP, ser jibqa' possibbli primarjament li tiġu inkluża l-indikazzjoni tal-oriġini, kif inhu l-każ bħalissa, sakemm ir-referenzi jikkorrespondu eżattament għal dawk li kienu ġew irreġistrati.

Bla preġudizzju għar-regoli Ewropej dwar it-tikkettjar tal-prodotti, ikun utli li jiġi studjat kif l-indikazzjoni tal-oriġini f'attivitajiet ta' informazzjoni u promozzjoni jistgħu jsaħħu l-effett ta' dawn l-attivitajiet:

- Fis-**suq intern**, irrispettivament mir-regoli tat-tikkettjar applikati għall-prodotti in kwistjoni, l-indikazzjoni tal-oriġini nazzjonali (ħlief fil-każ ta' denominazzjoni rikonoxxuta fil-livell Ewropew) se tkun immirata biex iżżid il-konsum ta' prodotti mill-Istat Membru kkonċernat, li, skont ir-regoli dwar il-moviment ħieles ta' oġġetti, għandha titqies bħala miżura li jkollha effett ekwivalenti għal restrizzjonijiet kwantitattivi fuq il-kummerċ intra-Komunitarju. L-indikazzjoni tal-oriġini għalhekk ma tistax tiġi awtorizzata primarjament iżda tista' tiġi indikata sekondarjament.

- B'kuntrast, fis-**suq estern**, l-indikazzjoni addizzjonali tal-oriġini nazzjonali, li tibqa' sekondarja meta mqabbla mar-referenza tal-oriġini Ewropea tagħha, tista' tkun vantaġġ fuq ċerti swieq fejn, għalkemm l-Ewropa hija magħrufa sew bħala żona ġeografika, l-identità nazzjonali ta' ċerti Stati Membri hija aktar b'saħħitha milli l-identità Ewropea tagħhom.

4.1.4. Ismijiet tal-marka

Filwaqt li ġie diskuss ir-rwol ta' ismijiet tal-marka fil-promozzjoni ta' prodotti f'**pajjiżi terzi**, kien hemm kunsens wiesa' dwar l-importanza tal-preservazzjoni tan-natura ġenerika tal-attivitajiet ta' informazzjoni u promozzjoni kofinanzjati fil-livell Ewropew. Tabilħaqq, jidher li dawk li jħallsu t-taxxa jifhmu aħjar il-bżonn ta' kofinanzjament għall-attivitajiet ta' informazzjoni u promozzjoni ġeneriċi.

Il-bejgħ ta' prodotti jeħtieġ kuntratti konklużi ma' importaturi u għalhekk is-segwitu loġiku hu li jikkumplimentaw promozzjoni ġenerika billi jlaqqgħu flimkien atturi ekonomiċi li b'definizzjoni jbigħu l-prodotti tagħhom stess. L-ismijiet tal-marka jistgħu jagħtu effett ta' lieva. Waħda mill-modi li għandha tiġi eżaminata fl-analiżi tal-impatt hija, fost oħrajn, il-possibbiltà ta' implimentazzjoni ta' skemi mħallta li jkunu jinkludu taqsima ġenerika u taqsima kummerċjali fejn il-marki privati jkunu jistgħu jiġu ppreżentati. Parteċipazzjoni ta'

dan it-tip ta' marki kummerċjali għandha ssir f'qafas komuni li jiggarantixxi r-rispett tar-regoli ta' kompetizzjoni.

Barra minn hekk, għandu wkoll jiġi eżaminat jekk l-indikazzjoni ta' marki kollettivi għandhiex tkun suġġetta għal regoli speċifiċi jew għar-regoli li għandhom jiġu stabbiliti għall-marki b'mod ġenerali.

4.2. Ambitu ta' applikazzjoni usa' permezz tal-iżvilupp ta' għajnuna teknika għall-operaturi

Hemm tliet tipi ta' azzjonijiet ta' informazzjoni u promozzjoni:

1- l-informazzjoni dwar il-metodi ta' produzzjoni tal-politika agrikola Ewropea: b'mod partikolari fis-**suq intern**, l-għan hu li tiġi offruta informazzjoni aħjar dwar il-prodotti agrikoli tal-Unjoni, b'enfażi fuq: id-diversità kbira tagħhom, il-kwalità għolja tagħhom, it-tradizzjonijiet li jirfdu l-produzzjoni tagħhom, l-għarfien u l-istandards għoljin ta' produzzjoni (mingħajr ekwivalenti barra l-UE); ir-rispett għall-ambjent, bħala tweġiba għall-isfidi tas-sostenibbiltà u t-tibdil fil-klima; l-istandards sanitarji.

2- l-informazzjoni u l-promozzjoni tas-simboli Ewropej ta' kwalità (eż. il-logos AOP, IGP, STG, bio, …);

3- l-informazzjoni u l-promozzjoni tal-prodotti jew familji ta' prodotti agrikoli. Fis-suq estern, l-għan huwa li tingħata għajnuna sabiex il-prodotti agrikoli tal-UE jżidu s-sehem tagħhom fis-suq u jikkontribwixxu għat-titsħiħ tad-"marka Ewropa".

Il-konsultazzjoni pubblika hija kważi unanima dwar il-ħtieġa li tiġi proposta, fil-livell Ewropew, ir-raba' tip ta' attività li tikkonsisti f'appoġġ tekniku (pereżempju billi jiġu pprovduti studji tas-suq, listi ta' importaturi jew informazzjoni fuq l-istandards ta' importazzjoni[12]) sabiex tgħin lill-operaturi jipparteċipaw fi programmi kofinanzjati, iwettqu kampanji effiċjenti jew jiżviluppaw l-attivitajiet tal-esportazzjoni tagħhom.

Ħarġu bosta proposti mill-konsultazzjoni pubblika kif ukoll evalwazzjonijiet għat-twaqqif ta' pjattaforma Ewropea għall-iskambju dwar azzjonijiet ta' informazzjoni u promozzjoni, mogħnija pereżempju minn websajt, ħelpdesk, kalendarju komuni tal-azzjonijiet, katalogu tal-prattiċi tajba, eċċ.

4.3. Żewġ modi ta' intervenzjoni riveduti, b'mod partikolari għall-programmi multinazzjonali

L-implimentazzjoni tal-azzjonijiet isserraħ l-aktar fuq it-twettiq ta' programmi ġestiti minn professjonisti fil-komunikazzjoni u l-promozzjoni b'esperjenza ppruvata fis-swieq immirati.

Il-programmi multinazzjonali jippermettu l-qsim tal-esperjenza, il-ħolqien ta' ekonomiji ta' skala u jirrappreżentaw valur miżjud Ewropew inkontestabbli. Filwaqt li l-użu tagħhom fil-politika attwali huwa mħeġġeġ, dawn il-programmi ma jagħtux ir-riżultati mistennija: jirrappreżentaw biss 8 % tal-programmi għall-perjodu 2006-2010, billi huma limitati kultant għas-sovrappożizzjoni ta' programmi nazzjonali mingħajr pooling reali ta' strateġiji jew

[12] Ara l-bażi ta' dejta dwar l-istandards sanitarji u fitosanitarji: http://madb.europa.eu/madb_barriers/indexPubli_sps.htm

azzjonijiet. Din ir-"rinazzjonalizzazzjoni" tal-programmi hija kontroproduttiva kemm fir-rigward tal-pjan ta' ġestjoni amministrattiva kif ukoll tal-effett mixtieq. Għandu jiġi previst metodu ta' tħaddim differenti għall-programmi multinazzjonali sabiex jingħelbu l-ostakli attwali, fost oħrajn l-ispejjeż sostanzjali ta' tħejjija, il-koordinazzjoni bejn l-atturi li saret aktar diffiċli (ostakli kulturali u lingwistiċi, fost oħrajn) u l-implimentazzjoni taħt ir-responsabbiltà ta' bosta Stati Membri.

Fuq inizjattiva tal-Kummissjoni u minħabba l-effett pożittiv tagħhom fil-passat, il-missjonijiet ta' livell għoli f'pajjiżi terzi li jitwettqu mill-Kummissarju responsabbli għall-agrikoltura se jibqgħu isiru u l-Kummissjoni, akkumpanjata minn delegazzjoni kummerċjali, se tkompli tipparteċipa f'fieri internazzjonali.

4.4. Il-promozzjoni u l-kriżi

Waħda mill-karatteristiċi ewlenin ta' kriżi hija l-imprevedibbiltà tagħha. Bħala regola ġenerali, il-miżuri ta' informazzjoni u promozzjoni huma ffinanzjati taħt l-ewwel pilastru tal-PAK fuq bażi annwali f'sitwazzjoni normali preżunta tas-swieq agrikoli.

Għalhekk s'issa, il-miżuri ta' promozzjoni addizzjonali bħala tweġiba għal kriżijiet[13] ġew iffinanzjati permezz ta' impenji addizzjonali, miżjuda matul is-sena baġitarja inizjali. Iżda, meta jittieħed kont tal-limiti relatati mal-qafas finanzjarju 2014-2020, dan it-tip ta' finanzjament ad-hoc se jkun aktar diffiċli biex jitwettaq.

B'konsegwenza, il-kwistjoni politika hija jekk l-għajnuna li għandha tingħata fil-livell komunitarju f'każ ta' kriżi għandhiex tiġi mill-politika futura ta' promozzjoni minn fejn jistgħu joriġinaw miżuri orizzontali diġà offruti fil-proposti għall-PAK fl-orizzont 2020.

4.5. Ġestjoni simplifikata u ottimizzata

L-opinjoni ġenerali hija li l-għażla, is-segwitu u l-ġestjoni tal-programmi għandhom ikunu aktar sempliċi, aktar flessibbli u aktar operattivi. Għalhekk, għandhom jiġu esplorati l-modalitajiet kollha ta' ġestjoni u jintgħażlu dawk l-aktar rilevanti, bħall-ġestjoni diretta mill-Kummissjoni, esternalizzata għal aġenzija eżekuttiva, jew il-ġestjoni maqsuma bi jew mingħajr kwadri finanzjarji nazzjonali.

Jekk hemm bżonn, għandu jkun hemm arranġamenti differenti ta' ġestjoni interna u esterna tas-suq kemm għall-programmi multinazzjonali kif ukoll għall-programmi ta' kriżi.

Barra minn hekk, l-eżiġenzi applikabbli meta ssir il-preżentazzjoni tal-programmi se jkunu riveduti u jista' jkun previst li jiġi adottat programm abbażi ta' programm qafas pluriannwali bid-dettal għall-ewwel sena ta' eżekuzzjoni, iżda li jippermetti l-preżentazzjoni tas-segwitu tal-kontenut dettaljat għas-snin segwenti aktar tard.

4.6. Aktar koerenza bejn l-azzjonijiet ta' informazzjoni u promozzjoni taħt is-sistema ta' promozzjoni u l-miżuri l-oħra ta' promozzjoni fi ħdan il-PAK

Minkejja li huwa essenzjali li jissaħħu l-azzjonijiet ta' informazzjoni u promozzjoni permezz ta' messaġġi ewlenin dwar il-karatteristiċi ta' prodotti agrikoli u alimentari Ewropej, hemm il-problema ta' inkonsistenza bejn attivitajiet ta' promozzjoni mwettqa taħt il-PAK iżda skont

[13] Ir-Regolament (KE) Nru 698/2009 u r-Regolament (KE) Nru 688/2011

regoli differenti. Il-koerenza għandha tiġi mtejba billi jinstab kompromess bejn is-sempliċi tqarrib tal-attivitajiet, minn naħa waħda, u sistema ta' promozzjoni unika, min-naħa l-oħra, u b'mod partikolari dan għandu jwassal għal evalwazzjoni aħjar tal-miżuri kollha ta' promozzjoni.

B'żieda ma' dan, sabiex jiġi żgurat li l-Ewropa tikseb l-aqwa riżultat mill-kampanji ġeneriċi, biex titjieb il-viżibbiltà Ewropea u jingħata kontribut għat-tisħiħ tal-immaġini Ewropea, jista' jiġi previst l-użu ta' identifikazzjoni Ewropea għall-programmi ta' informazzjoni u promozzjoni kollha, li tkun tinkludi elementi viswali u ta' kontenut. Dan jista' jsir billi jiġu żviluppati miżuri taħt "emblemapereżempju bl-użu ta' slogan bħal "It-togħma tal-Ewropa: kwalità garantita". Biex tkun effettiva, din is-sistema ta' "emblema" tista' tintuża u tiġi adattata fis-swieq interni u esterni, għall-miżuri kollha ta' informazzjoni u promozzjoni kollha.

4.7. X'għandu jkun il-baġit tal-Ewropa sabiex jinkisbu l-għanijiet?

Din il-kwistjoni li tqajjmet fil-Green Paper ġabret ħafna kontribuzzjonijiet fir-rigward tal-ammont. Billi jsir investiment fil-miżuri ta' promozzjoni, l-Ewropa għanda tikseb riżultat aħjar fuq l-investiment.

Tabella 1: Miżuri ta' promozzjoni fi ħdan l-ewwel pilastru tal-PAK (ammonti ewlenin)

Sistema	Ammonti	Sors
OKS Inbid	EUR 112 M (implimentazzjoni 2011)	Dikjarazzjoni tal-Istati Membri
	EUR 228 M (previżjoni tal-infiq 2013)[14]	Programmazzjonijiet tal-Istati Membri
OKS Frott u ħaxix	EUR 34 M (implimentazzjoni medja 2008-2009)	Rapport ta' evalwazzjoni[15]
Sistema orizzonatli	EUR 47 M (implimentazzjoni 2011); EUR 55,2 M (baġit 2012)	Dikjarazzjoni tal-Istati Membri

Fid-dawl tal-ambizzjonijiet u sabiex tissaħħaħ l-effiċjenza tal-politika ta' promozzjoni l-ġdida, jaqbel li tiġi eżaminata l-opportunità ta' tqarrib bejn il-baġits differenti kif ukoll l-aspetti finanzjarji, filwaqt li tinżamm il-konformità mal-proposti tal-Kummissjoni għall-qafas finanzjarju l-ġdid.

5. KONKLUŻJONIJIET

Din il-Komunikazzjoni tipprovdi l-ewwel linji gwida ta' riforma għall-politika ta' promozzjoni ispirati mill-elementi miġbura permezz tal-konsultazzjoni pubblika. Din se tkun ikkomplimentata b'analiżi tal-impatt dettaljata sabiex tappoġġja riforma tal-politika u b'hekk

[14] Fil-programmi nazzjonali tagħhom, l-Istati Membri għandhom il-possibbiltà li jerġgħu jallokaw dawn l-ammonti għal miżuri oħra. Emendi fil-programmi ta' għajnuna nazzjonali tas-settur tal-inbid jistgħu jsiru darbtejn fis-sena.

[15] http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/promotion/index_en.htm (paġna 23 tar-rapport)

tiġi żviluppata sistema ta' promozzjoni fil-livell Ewropew daqstant ambizzjuża, b'mod partikolari fil-parti esterna tagħha, bħal dawk li jintużaw mill-esportaturi dinjin kbar l-oħra.

Ir-riforma tal-Politika Agrikola Komuni qed timmira għal organizzazzjoni mtejba tal-produzzjoni, tas-sostenibbiltà u tal-kwalità tal-prodotti agrikoli. Huwa neċessarju li tiġi akkumpanjata b'politika ta' promozzjoni li tippermetti l-użu tal-potenzjal sħiħ tas-settur alimentari sabiex tiffaċilita t-tkabbir u l-impjieg fi ħdan l-ekonomija Ewropea.