

Advies van het Europees Economisch en Sociaal Comité over de mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's — Afzetbevordering en voorlichting ten behoeve van landbouwproducten: een strategie met een belangrijke Europese meerwaarde om de smaken van Europa beter onder de aandacht te brengen

(COM(2012) 148 final)

(2012/C 299/25)

Rapporteur: **de heer KRAUZE**

Op 30 maart 2012 heeft de Europese Commissie, overeenkomstig artikel 304 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VWEU), besloten om het Europees Economisch en Sociaal Comité te raadplegen over de

Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's — Afzetbevordering en voorlichting ten behoeve van landbouwproducten: een strategie met een belangrijke Europese meerwaarde om de smaken van Europa beter onder de aandacht te brengen

COM(2012) 148 final.

De afdeling Landbouw, Plattelandsontwikkeling en Milieu, die met de voorbereidende werkzaamheden was belast, heeft haar advies op 26 juni 2012 goedgekeurd.

Het Europees Economisch en Sociaal Comité heeft tijdens zijn op 11 en 12 juli 2012 gehouden 482^e zitting (vergadering van 11 juli 2012) onderstaand advies uitgebracht, dat met 136 stemmen vóór en 1 stem tegen, bij 10 onthoudingen, werd goedgekeurd.

1. Conclusies en aanbevelingen

1.1 De voorlichtings- en afzetbevorderingsprogramma's van de EU zijn van cruciaal belang doordat ze Europese producenten en werknemers helpen om de toenemende wereldwijde concurrentie het hoofd te bieden. Ook dragen ze bij tot een goede positie op de wereldmarkt door consumenten informatie te verschaffen over de strenge normen waaraan EU-landbouwproducten moeten voldoen op het gebied van kwaliteit, dierenwelzijn en productiemethoden, en door de export te stimuleren.

1.2 Zoals het EESC reeds in zijn advies over COM(2011) 436 final ⁽¹⁾ heeft aangegeven, ziet het voor het nieuwe, op de doelmarkt gerichte afzetbevorderingsbeleid twee fundamentele doelstellingen: voorlichting aan en bewustmaking van de consument op de EU-markt en exportbevordering op de externe markt.

1.3 In verband met het financieel kader 2014-2020 moeten er nieuwe, aanvullende bronnen worden vastgesteld om het hoofd te kunnen bieden aan nieuwe crises en noodsituaties die de sector zouden kunnen treffen. De kredieten die in het kader van het GLB ter beschikking staan voor voorlichtings- en afzetbevorderingsmaatregelen, zijn daarvoor niet toereikend. Het EESC vindt dat er absoluut meer geld moet worden besteed aan voorlichtings- en afzetbevorderingsmaatregelen voor landbouwproducten op de interne markt en in derde landen.

1.4 De Commissie zou heldere richtsnoeren moeten opstellen voor kandidaat-deelnemers aan nationale, grensoverschrijdende en meerlandenprogramma's in de lidstaten. Verder zou

de evaluatie van de programma's moeten worden verbeterd door gebruik te maken van een nauwgezet evaluatiemechanisme met concrete indicatoren. Een grotere transparantie bij de selectie van programma's en het formuleren van prioriteiten op nationaal en Europees niveau is onontbeerlijk. Om de procedure te vereenvoudigen, zouden kandidaten rechtstreeks bij de Commissie meerlandenprogramma's moeten kunnen indienen. Via een voordeligere financieringsregeling (60 % medefinanciering door de EU) zou prioriteit moeten worden gegeven aan meerlandenprogramma's die betrekking hebben op meerdere producten.

1.5 De regels zouden moeten worden versoepeld, zodat programma's tijdens de uitvoeringsfase kunnen worden aangepast aan veranderende marktomstandigheden. Het EESC steunt het voorstel om een meerjarenkaderprogramma met alleen uitgebreide informatie voor het eerste jaar voor te leggen als er voorafgaand marktanalyses en effectbeoordelingen zijn uitgevoerd. Op die manier is het mogelijk om de plannen voor de daaropvolgende jaren aan te passen.

1.6 Het EESC benadrukt dat wetgeving inzake afzetbevordering helderheid moet verschaffen over de rol die merken mogen spelen, en dat ze moet zorgen voor een evenwicht tussen algemene verkoopbevordering en verkoopbevordering van particuliere merken. Het idee om de verkoop van EU-producten te stimuleren door middel van specifieke merken zou in principe moeten worden onderzocht. Het zou moeten worden toegestaan om de herkomst van producten te vermelden, ook van producten zonder oorsprongsbenaming of een beschermde geografische aanduiding. Het idee van EU-herkomst zou onder de aandacht kunnen worden gebracht door middel van overkoepelende slogans die geen afbreuk doen aan het recht van de consument op juiste informatie.

⁽¹⁾ CESE, PB C 43 van 15.2.2012, blz. 59-64.

1.7 Wat de gemeenschappelijke Europese slogan voor externe marketingmaatregelen betreft, zou het zinvol zijn om één enkele boodschap uit te dragen die op alle Europese producten van toepassing is. Het is belangrijk om heldere en begrijpelijke signalen af te geven aan de consument.

1.8 Het EESC is voorstander van een gemeenschappelijke lijst van producten die in aanmerking komen voor steun. Dit vereenvoudigt de procedures. Deze lijst moet worden uitgebreid, zodat de verkoop van producten die onder andere kwaliteitsregelingen (bijvoorbeeld nationale of regionale regelingen of regelingen voor biologische producten) vallen, waarbij wel de boodschap wordt overgebracht dat ze Europese kwaliteitsproducten zijn, kan worden gestimuleerd.

1.9 Het EESC acht het noodzakelijk om een netwerk op te zetten voor de uitwisseling van goede praktijken tussen mensen uit de sector. Op die manier kunnen er, ook met behulp van nieuwe technologieën, in meerdere landen tegelijk goed gestructureerde en gecoördineerde afzetbevorderingsprogramma's en -campagnes worden opgezet. Ook zou er moeten worden nagegaan in hoeverre consumenten en producenten via nieuwe technologieën met elkaar in contact kunnen worden gebracht. Daarbij moet worden voorkomen dat deze mechanismen de markt of de mededinging verstoren.

2. Samenvatting van de mededeling

2.1 Voor de verwezenlijking van de doelstellingen van de Europa 2020-strategie moet er steun worden verleend aan een landbouw die de voedselveiligheid, een duurzaam gebruik van natuurlijke hulpbronnen, de dynamiek van plattelandsgebieden en de groei en werkgelegenheid waarborgt. Een goed functionerend afzetbevorderingsbeleid is van groot belang om deze verschillende doelstellingen te kunnen realiseren.

2.2 De afzetbevorderingsprogramma's worden voor maximaal 50 % door de EU medegefinancierd. Brancheorganisaties dragen minimaal 20 % bij en de rest wordt door de lidstaat opgebracht. Toch ontbreekt het bij dergelijke programma's in derde landen vaak aan ambitie, waardoor het effect zwakker is en langer op zich laat wachten.

2.3 De Commissie houdt in haar mededeling rekening met de tekortkomingen van de huidige afzetbevorderingsmaatregelen, zoals de administratieve rompslomp, het gebrek aan evenwicht tussen de genomen maatregelen en de bestaande knelpunten. Ook draagt ze suggesties aan voor de aanpak van deze problemen en de verbetering van het imago van de Europese landbouwproducten.

2.4 In de mededeling worden de volgende doelstellingen geformuleerd voor het toekomstige afzetbevorderingsbeleid:

- een grotere Europese meerwaarde;
- een aantrekkelijker en trefzekerder beleid;
- een vereenvoudigd beheer; en
- meer synergie tussen de verschillende afzetbevorderingsinstrumenten.

2.5 Commissie reikt de volgende richtsnoeren aan voor het afzetbevorderingsbeleid.

2.5.1 Een breder toepassingsgebied

- Niet alleen brancheorganisaties, maar ook particuliere bedrijven zouden met programmaprojecten moeten kunnen komen, mits die een grote meerwaarde voor de Europese Unie met zich meebrengen.
- Er wordt voorgesteld om slechts één enkele lijst te hanteren van producten die in aanmerking komen voor steun. Daarbij wordt zo veel mogelijk uitgegaan van de lijst met producten die onder het kwaliteitsbeleid vallen. De acties zouden zich ook kunnen richten op thematische boodschappen en er zou volop gebruik kunnen worden gemaakt van nieuwe technologieën om goede praktijken uit te wisselen of de verkoop van producten te bevorderen.
- Om het imago van de Europese levensmiddelen kracht bij te zetten, zou in elke voorlichtings- en raadplegingsmaatregel de Europese oorsprong moeten worden vermeld. Voor producten die geregistreerd staan met een BOB of een BGA, blijft de mogelijkheid bestaan om de oorsprong als voornaamste element te vermelden.

- Bij de effectbeoordeling moet worden onderzocht of op de markt van derde landen gemengde programma's kunnen worden uitgevoerd bestaande uit een generiek gedeelte en een commercieel gedeelte, waarin aandacht kan worden besteed aan particuliere merken.
- Er zal extra steun worden verleend aan maatregelen om de Europese kwaliteitslabels voor levensmiddelen, zoals BOB, BGA en GTS, onder de aandacht te brengen.

2.5.2 Een breder pakket maatregelen

- Er moet worden gezorgd voor een nieuw pakket maatregelen voor technische ondersteuning om marktdeelnemers te helpen deel te nemen aan medegefinancierde programma's, doeltreffende campagnes te lanceren of hun exportactiviteiten te ontwikkelen.

2.5.3 Herziening van de interventie-instrumenten

- Deze herziening betreft de meerlandenprogramma's waarmee momenteel niet de gewenste resultaten worden behaald. De dienstbezoeken op hoog niveau met onder meer de Europees commissaris voor landbouw zullen, evenals de deelname van de Commissie aan internationale handelsbeurzen in derde landen, worden voortgezet.

2.5.4 De afzet bevorderen in tijden van crisis

- Vanwege de beperkingen van het financieel kader 2014-2020 zal het lastiger zijn om in antwoord op de crises extra middelen in te zetten voor voorlichtings- en afzetbevorderingsmaatregelen. Er moet worden besloten of de middelen voor de maatregelen die de EU in verband met de crisis treft, uit het toekomstige afzetbevorderingsbeleid of uit de horizontale maatregelen in het kader van het GLB moeten komen.

2.5.5 Een vereenvoudigd en geoptimaliseerd beheer

- De follow-up en het beheer van de programma's moeten eenvoudiger, soepeler en efficiënter verlopen.

2.5.6 Meer samenhang tussen de voorlichtings- en afzetbevorderingsmaatregelen

- De maatregelen in het kader van de afzetbevorderingsregeling en de andere activiteiten ter zake zullen beter op elkaar en op het gemeenschappelijk landbouwbeleid aansluiten.

3. Analyse van het voorstel en opmerkingen van het Comité

3.1 Het EESC heeft in eerdere adviezen erop gewezen dat het in het licht van de uitdagingen van het Europees gemeenschappelijk landbouwbeleid steeds belangrijker wordt dat levensmiddelen uit de EU worden gepromoot en neergezet als producten met een grote meerwaarde, zodat de EU haar toonaangevende positie als voedselleverancier kan behouden ⁽²⁾

3.2 Het EESC onderstreept het belang van de twee doelstellingen van het nieuwe Europese beleid voor de sector: enerzijds voorlichting aan en bewustmaking van de consument wat betreft de hoge kwaliteitseisen en de grote meerwaarde van producten op de EU-markt, waarbij moet worden gewezen op de gedegen garanties op het gebied van productiemethoden, etikettering, traceerbaarheid en voedselveiligheid en op de strenge voorschriften inzake milieu, dierenwelzijn en rechten van werknemers, en anderzijds exportbevordering op de externe markt, waarbij de kwaliteit, gastronomische en voedingswaarde, duurzaamheid en veiligheid van Europese producten moeten worden benadrukt.

3.3 Het EESC staat positief tegenover het voorstel van de Commissie om het huidige Europese voorlichtings- en afzetbevorderingsbeleid te herzien en qua doeltreffendheid, focus en ambitie te verbeteren.

3.4 Het kan zich volledig vinden in de voorstellen van de Commissie en in de richtsnoeren die ze in haar mededeling aanreikt voor het toekomstige afzetbevorderingsbeleid voor landbouwproducten en die tot doel hebben om de concurrentiepositie van de sector te verbeteren en om de mensen bewuster te maken van de hoge eisen die het Europese model aan de levensmiddelenproductie stelt.

3.5 Het EESC stelt vast dat er in de Commissiemededeling niet wordt verwezen naar voorzieningen voor een automatisch of semiautomatisch mechanisme waarmee economieën die door voedselcrises worden getroffen, op een snelle, efficiënte, systematische en doeltreffende wijze kunnen worden geholpen om er weer bovenop te komen. Het beseft dat de huidige financiële crisis budgettaire beperkingen met zich meebrengt, maar vindt desondanks dat er absoluut meer geld moet worden besteed aan voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de interne markt en in derde landen. In verband met het financieel kader 2014-2020 moeten er tijdig nieuwe, aanvullende bronnen worden vastgesteld om het hoofd te kunnen

bieden aan nieuwe crises en noodsituaties die de sector zouden kunnen treffen. De kredieten die in het kader van het GLB ter beschikking staan voor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties, zijn daarvoor niet toereikend.

3.6 De programma's moeten een Europese en op meerwaarde gebaseerde visie uitdragen, waarbij de nadruk ligt op het creëren van banen. Voorts zou de Commissie heldere richtsnoeren moeten opstellen voor kandidaat-deelnemers aan nationale, grensoverschrijdende en meerlandenprogramma's in de lidstaten. Verder zou de evaluatie van de programma's moeten worden verbeterd door gebruik te maken van een nauwgezet evaluatiemechanisme met concrete indicatoren. Een grotere transparantie bij de selectie van programma's en het formuleren van prioriteiten op nationaal en Europees niveau is onontbeerlijk. Om de procedures te vereenvoudigen, zouden kandidaten rechtstreeks bij de Commissie meerlandenprogramma's moeten kunnen indienen en zou er meer vaart moeten worden gezet achter de selectie op nationaal en EU-niveau.

3.7 Wat de mogelijke uitbreiding van het scala van begunstigden van de afzetbevorderingsmaatregelen betreft, vindt het EESC dat prioriteit moet worden gegeven aan brancheorganisaties binnen de levensmiddelensector. Zij brengen immers ondernemingen bij elkaar en zorgen voor medefinanciering. Alle andere begunstigden zouden alleen op advies van de brancheorganisaties in aanmerking mogen komen voor steun.

3.8 Elke brancheorganisatie die een programma voorstelt, zou, afhankelijk van de omvang van het initiatief en haar eigen capaciteit en ervaring, de tenuitvoerlegging geheel of gedeeltelijk op zich moeten kunnen nemen. Er zou moeten worden overwogen om kleinere brancheorganisaties uit de nieuwe lidstaten als begunstigde en uitvoerend orgaan aan afzetbevorderingsprogramma's te laten deelnemen. Zij kennen immers als geen ander hun traditionele producten en weten precies hoe ze die moeten promoten.

3.9 Het EESC is voorstander van een gemeenschappelijke lijst van producten die in aanmerking komen voor steun. Dit vereenvoudigt de procedures. Het aantal producten dat onder de wetgeving valt, moet worden uitgebreid, zodat de verkoop kan worden gestimuleerd van alle producten die staan voor Europese kwaliteit of die de boodschap dat Europese producten kwaliteitsproducten zijn, krachtig kunnen overbrengen. Voor producten met een uitgesproken nationaal karakter zou dat een voordeel kunnen zijn en zou de nationale oorsprong moeten kunnen worden vermeld, ook al hebben ze geen BOB- of BGA-label. Wel zouden deze voorstellen op evenwichtige wijze moeten worden uitgevoerd teneinde vooral de afzet van EU-producten te bevorderen.

3.10 Het EESC staat positief tegenover de voorgestelde oprichting van een Europees platform voor de uitwisseling van goede praktijken tussen mensen uit de sector. Dit kan een waardevol instrument zijn, omdat er op die manier, ook met behulp van nieuwe technologieën, in meerdere landen tegelijk goed gestructureerde en gecoördineerde afzetbevorderingscampagnes kunnen worden opgezet. Toch moet er beslist voor worden gewaakt dat het gebruik van deze mechanismen de markt of de mededinging verstoort.

⁽²⁾ CESE 1859/2011, PB C 43 van 15.02.2012, blz. 59-64.

3.11 Wat betreft het streven naar betere kwaliteitsprogramma's die zodanig zijn ontworpen, dat ze in meerdere landen kunnen worden toegepast, is het EESC het ermee eens dat er prioriteit moet worden gegeven aan deze meerlandenprogramma's, aangezien die voor een echte Europese dimensie zorgen en EU-steun nodig hebben. Ook is het van mening dat de Commissie haar bijdrage moet vergroten, vooral daar waar opkomende markten betrokken zijn.

3.12 Het is verheugend om te lezen dat indieners van een programma in eerste instantie alleen voor het eerste uitvoeringsjaar nadere gegevens hoeven te verstrekken en dat ze dat voor de daaropvolgende jaren pas achteraf hoeven te doen, mits er voorafgaand aan het programma een marktanalyse en effectbeoordeling zijn uitgevoerd om te kunnen vaststellen of de doelstellingen zullen worden verwezenlijkt. Hierdoor kan er vlotter en beter worden ingespeeld op de signalen van de markt.

3.13 Naast de in de mededeling genoemde kwaliteitsregelingen voor levensmiddelen (BOB, BGA en GTS) zou er ook

moeten worden nagedacht over andere kwaliteitssystemen, zoals de biologische landbouw of de regionale kwaliteit.

3.14 Volgens het EESC zou wetgeving inzake afzetbevordering helderheid moeten verschaffen over de rol die merken mogen spelen, en moeten zorgen voor evenwicht tussen algemene verkoopbevordering en verkoopbevordering van particuliere merken, met name in niet-EU-landen. Dit zou de doeltreffendheid van afzetbevorderingscampagnes ten goede komen (grotere impact ten aanzien van importeurs en consumenten) en ondernemingen, die uiteindelijk aan deze maatregelen bijdragen, meer aanzetten tot deelname. Informatie moet volledig en transparant zijn. Vermelding van de herkomst van een product zou daarom moeten worden toegestaan, ook voor producten die niet onder de regeling voor oorsprongsbenamingen of beschermde geografische aanduidingen vallen. Het idee van EU-herkomst zou onder de aandacht kunnen worden gebracht door middel van overkoepelende slogans die geen afbreuk doen aan het recht van de consument op juiste informatie.

3.15 Vanuit het oogpunt van vereenvoudiging verdient het idee van financiële samenhang tussen de verschillende steunprogramma's beslist bijval.

Brussel, 11 juli 2012

De voorzitter
van het Europees Economisch en Sociaal Comité
Staffan NILSSON
