

Úterý, 20. listopadu 2012

17. vyzývá Komisi, aby přijala veškerá možná opatření, která by členské státy povzbudila a dovedla k podepsání „Paktu o sociálních investicích“, a aby zavedla hodnocení cílů v oblasti zaměstnanosti, sociální oblasti a oblasti vzdělávání v rámci evropského semestru v roce 2013;

18. vyzývá členské státy, aby zajistily, že víceletý finanční rámec na období 2014–2020 bude obsahovat přiměřené rozpočtové zdroje nezbytné pro stimulaci a podporu sociálních investic v Evropě a že dostupné finanční prostředky bude možné využívat rozumně a účinně, a aby zajistily, že strukturální fondy, zejména Evropský sociální fond, budou podporovat sociální investice a jejich priority budou odrážet specifické potřeby členských států; vyzývá Komisi, aby, pokud to uzná za vhodné, členským státům pro účely sociálních investic zpřístupnila další případné zdroje financování;

o
o o

19. pověřuje svého předsedu, aby předal toto usnesení Radě, Komisi a vládám a parlamentům členských států.

P7_TA(2012)0420

Propagační a informační opatření na podporu zemědělských produktů

Usnesení Evropského parlamentu ze dne 20. listopadu 2012 o propagačních a informačních opatřeních na podporu zemědělských produktů: strategie propagace chutí Evropy (2012/2077(INI))

(2015/C 419/03)

Evropský parlament,

- s ohledem na své usnesení ze dne 7. září 2010 o spravedlivých příjmech pro zemědělce: lepší fungování potravinového řetězce v Evropě ⁽¹⁾,
- s ohledem na sdělení Komise nazvané „Propagační a informační opatření na podporu zemědělských produktů: strategie propagace chutí Evropy s vysokou evropskou přidanou hodnotou“ (COM(2012)0148),
- s ohledem na zelenou knihu Komise o propagačních a informačních opatřeních na podporu zemědělských produktů: strategie propagace chutí Evropy s vysokou evropskou přidanou hodnotou (COM(2011)0436),
- s ohledem na režim horizontální propagace zřízený nařízením Rady (ES) č. 3/2008 ze dne 17. prosince 2007 ⁽²⁾ a jeho prováděcím nařízením Komise (ES) č. 501/2008 ze dne 5. června 2008 ⁽³⁾,
- s ohledem na nařízení Rady (ES) č. 1234/2007 ze dne 22. října 2007, kterým se stanoví společná organizace zemědělských trhů a zvláštní ustanovení pro některé zemědělské produkty (jednotné nařízení o společné organizaci trhů) ⁽⁴⁾,
- s ohledem na studii z roku 2011 o hodnocení propagačních a informačních akcí na podporu zemědělských produktů ⁽⁵⁾, kterou si nechala vypracovat Komise,

⁽¹⁾ Úř. věst. C 308 E, 20.10.2011, s. 22.

⁽²⁾ Úř. věst. L 3, 5.1.2008, s. 1.

⁽³⁾ Úř. věst. L 147, 6.6.2008, s. 3.

⁽⁴⁾ Úř. věst. L 299, 16.11.2007, s. 1.

⁽⁵⁾ http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/promotion/fulltext_en.pdf

Úterý, 20. listopadu 2012

- s ohledem na zprávu Komise o používání nařízení Rady (ES) č. 3/2008 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích (SEC(2010)1434),
 - s ohledem na závěry Rady ze dne 15. a 16. prosince 2011 o budoucnosti politiky na podporu zemědělství,
 - s ohledem na legislativní návrhy Komise k reformě SZP předložené dne 12. října 2011 (KOM(2011)0625/3, KOM(2011)0627/3, KOM(2011)0628/3, KOM(2011)0629, KOM(2011)0630/3, KOM(2011)0631/3) a na návrh nařízení o společné organizaci zemědělských trhů,
 - s ohledem na stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru ke sdělení Komise o propagačních a informačních opatřeních na podporu zemědělských produktů: strategie propagace chutí Evropy s vysokou evropskou přidanou hodnotou (NAT/560),
 - s ohledem na stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru k zelené knize o propagačních a informačních opatřeních na podporu zemědělských produktů: strategie propagace chutí Evropy s vysokou evropskou přidanou hodnotou (NAT/525) ⁽¹⁾,
 - s ohledem na článek 48 jednacího řádu,
 - s ohledem na zprávu Výboru pro zemědělství a rozvoj venkova (A7-0286/2012),
- A. vzhledem k tomu, že v březnu 2012 zveřejnila Komise sdělení o informačních a propagačních opatřeních, po němž by měly na konci roku následovat legislativní návrhy;
- B. vzhledem k tomu, že zemědělsko-potravinářské odvětví má potenciál stát se výrazným a dynamickým odvětvím, které by zajistilo hospodářský růst a inovace ve všech členských státech, zejména pak ve venkovských oblastech a na regionální úrovni, zvýšilo příjmy v zemědělství, vytvářelo pracovní místa a podporovalo růst;
- C. vzhledem k tomu, že propagační a informační opatření byla zavedena v osmdesátých letech minulého století, s cílem vyrovnat se se zemědělskými přebytky, a později se používala také k řešení krizí v potravinářském průmyslu, jako byl výskyt bovinní spongiformní encefalopatie, lépe známé pod názvem nemoc šílených krav, v roce 1996 a skandál ohledně výskytu dioxinů ve vejcích v roce 1999;
- D. vzhledem k tomu, že informační a propagační opatření musí nyní hrát širší a trvalejší úlohu a měla by přispět k vyšší ziskovosti produktů, zajistit větší spravedlnost v oblasti hospodářské soutěže na vnějším trhu a více lepších informací pro spotřebitele;
- E. vzhledem k tomu, že tyto druhy podpory jsou dnes financovány podle nařízení (ES) č. 3/2008 v rámci režimu horizontální propagace; vzhledem k tomu, že studie hodnotící propagační politiky, kterou si Komise vyžádala v roce 2011, dospěla k závěru, že chybí konzistentní a komplexní strategie Unie v oblasti informování a propagace;
- F. vzhledem k tomu, že nařízení (ES) č. 1234/2007 o jednotné společné organizaci trhů, které je v současné době přepracováváno v rámci reformy SZP, poskytuje podporu určitým propagačním opatřením týkajícím se vína, ovoce a zeleniny v rámci širších programů; vzhledem k tomu, že propagační opatření na produkty zahrnuté do režimů jakosti potravin jsou v současné době financována v rámci politiky rozvoje venkova;
- G. vzhledem k tomu, že spotřeba vína v Evropské unii neustále klesá a že neexistují žádná evropská opatření k propagaci tohoto produktu na vnitřním trhu;
- H. vzhledem k tomu, že výdaje na režim horizontální propagace v rozpočtu na rok 2012 dosahují částky přibližně 56 milionů EUR, což odpovídá přibližně 0,1 % celkových výdajů na SZP;
- I. vzhledem k tomu, že nejnovější cíle informačních a propagačních opatření EU by rovněž měly být zohledněny pro účely rozpočtu a že se tyto cíle neomezují na obnovu důvěry spotřebitelů po krizích, ale zahrnují i zajištění vyšší ziskovosti produktů, větší spravedlnosti v oblasti hospodářské soutěže na vnějším trhu a více lepších informací pro spotřebitele;

⁽¹⁾ Úř. věst. C 43, 15.2.2012, s. 59.

Úterý, 20. listopadu 2012

- J. vzhledem k tomu, že výdaje na veškerá další propagační a informační opatření v rámci SZP, zejména v rámci jednotné společné organizace trhů a politiky rozvoje venkova, se odhadují na 400–500 milionů EUR ročně, což je stále méně než 1 % celkových výdajů na SZP a je to zjevně nedostatečné, zejména pokud jde o zvýšení konkurenceschopnosti evropských produktů na světovém trhu;
- K. vzhledem k tomu, že jednou z hlavních výhod EU v oblasti produkce potravin je rozmanitost a zvláštnost výrobků, jež jsou spjaty s různými zeměpisnými oblastmi a různými tradičními postupy a vytvářejí jedinečnou chuť, rozmanitost a autentičnost, jež spotřebitelé v EU i mimo ni stále více vyhledávají;
- L. vzhledem k tomu, že propagační politika EU je významným nástrojem SZP, který může podpořit konkurenceschopnost a dlouhodobou životaschopnost zemědělství a potravinářského odvětví;
- M. vzhledem k tomu, že EU nedávno zveřejnila seznam schválených výživových a zdravotních tvrzení, který má vstoupit v platnost v prosinci 2012, a tím ukončila období nejistoty v potravinářském průmyslu, zajistila marketingové nástroje, jež mají zásadní význam pro upoutání pozornosti spotřebitelů, jimž poskytla možnost přijímat lépe informovaná rozhodnutí;
- N. vzhledem k tomu, že zemědělské a potravinářské odvětví EU může být na celosvětové úrovni konkurenceschopnější, pokud bude schopno propagovat rozmanitost evropských potravin a rovněž evropský model produkce, který musí splňovat náročné normy v oblasti jakosti, bezpečnosti, dobrých životních podmínek zvířat a udržitelnosti z hlediska životního prostředí atd., a tím vybízet jiné významné zemědělské země k přijetí tohoto modelu s cílem vytvořit rovné výrobní podmínky a zajistit spravedlivou hospodářskou soutěž v obchodní oblasti;
- O. vzhledem k tomu, že v důsledku narůstající globalizace obchodu nepochybně dochází k celé řadě problémů, současně se však otevírají nové trhy a příležitosti k zajištění hospodářského růstu;
- P. vzhledem k tomu, že Rada ve svých závěrech o politice podpory zemědělství z prosince 2011 uvádí, že „propagační opatření je třeba realizovat také s cílem rozvíjet potenciál místního zemědělství a distribuce v rámci krátkých řetězců“, a že by tato opatření měla být zahrnuta do programů rozvoje venkova, jak již navrhla Komise;
- Q. vzhledem k tomu, že je nezbytné a důležité zajistit dostatečné nástroje pro politiku, která podpoří evropské zemědělství a propagaci potravin a přispěje ke konkurenceschopnosti zemědělství a potravinářského odvětví, přičemž zajistí přínosy z rozmanitosti, přidané hodnoty a jakosti výrobků;
- R. vzhledem k tomu, že evropské zemědělství a potravinářský průmysl, který zpracovává 70 % zemědělských surovin a prodává potravinové výrobky, jsou pevně provázány, přičemž 99 % evropských podniků produkujících potraviny a nápoje jsou malé a střední podniky a více než 52 % podniků se nachází ve venkovských oblastech, a proto jsou hospodářskou a společenskou hybnou silou na evropském venkově;
- S. vzhledem k tomu, že podpora SZP na rozvíjení krátkých dodavatelských řetězců a místních trhů je financována z politiky rozvoje venkova, což je skutečně nejlepší řešení vzhledem k tomu, že tyto iniciativy probíhají v malém měřítku, na místní úrovni a vytvářejí lokální pracovní místa;
- T. vzhledem k tomu, že výjimečné evropské tradiční výrobky mají na větších trzích třetích zemí značný potenciál růstu a jsou přitažlivé pro spotřebitele a že by měly prospěch ze zaměřených a posílených režimů propagace, vytvářely by pracovní místa a podpořily hospodářský růst v regionech;
- U. vzhledem k tomu, že jedním z cílů legislativních návrhů, které jsou v současnosti projednávány v souvislosti s reformou SZP pro období po roce 2013, je zajistit, aby tato politika mohla v plné míře přispívat ke strategii Evropa 2020;
- V. vzhledem k tomu, že nařízení (ES) č. 1234/2007 o jednotné společné organizaci trhů obsahuje pravidla pro financování programů dodávek ovoce a mléka do škol; vzhledem k tomu, že podle stávajícího návrhu na změnu společné organizace trhů (COM(2011)0626) by se měl zvýšit podíl spolufinancování ze strany EU v programu dodávek ovoce do škol z 50 % na 75 % nákladů (a z 75 % na 90 % v regionech, jichž se týká konvergenční cíl);
- W. vzhledem k tomu, že program dodávek ovoce a mléka do škol má i výchovný rozměr, neboť by měl žáky naučit, jak se vyrábí potraviny a jak se žije na statku;

Úterý, 20. listopadu 2012

- X. vzhledem k tomu, že různé režimy propagace, jsou-li účinně zaváděny, pomáhají zajistit, aby evropské zemědělské produkty byly v Evropě a v celém světě uznávány, a zvyšují informovanost spotřebitelů ohledně vysokých norem v oblasti bezpečnosti potravin, dobrých životních podmínek zvířat a ochrany životního prostředí, jež evropští zemědělci dodržují a jež jsou průběžně sledovány a zdokonalovány;
- Y. vzhledem k tomu, že cílem nařízení (ES) č. 814/2000 je pomoci občanům pochopit evropský model zemědělství a zvýšit povědomí veřejnosti o těchto otázkách; vzhledem k tomu, že neznalost zemědělství a života na venkově a nepochopení toho, jak funguje, je dnes pravděpodobně větší než kdykoliv dříve v historii Evropy, a že jedním z relevantních faktorů, o nichž má veřejnost nejmenší povědomí, je značný nárůst nákladů zemědělské produkce, jež je důsledkem povinností stanovených EU v oblasti bezpečnosti potravin a hygieny, sociálního zabezpečení pracovníků, zachování životního prostředí a dobrých životních podmínek zvířat, jež zemědělské subjekty, které EU přímo konkurují, často neplní; vzhledem k tomu, že jeden z relevantních faktorů, který si veřejnost nejméně uvědomuje, souvisí s nedostatečným povědomím o tom, že zemědělství podstatným způsobem přispívá ke snížení emisí skleníkových plynů, a dále dlouhým seznamem veřejných statků, které zajišťuje;

Celkový přístup

1. vítá sdělení Komise nazvané „Propagační a informační opatření na podporu zemědělských produktů: strategie propagace chutí Evropy s vysokou evropskou přidanou hodnotou“, které musí být prvním krokem ke zvýšení hodnoty evropské produkce u Evropanů i obyvatel jiných částí světa a ke zvýšení její výnosnosti;
2. podporuje čtyři hlavní cíle definované v tomto sdělení, a to vytvoření vyšší evropské přidané hodnoty v potravinářském odvětví, přitažlivější a sebejistější strategii, jednodušší řízení a více součinnosti mezi různými propagačními nástroji;
3. domnívá se, že je třeba věnovat stejnou pozornost propagační politice na vnitřním i vnějším trhu, neboť oba trhy jsou pro producenty i spotřebitele přínosné;
4. zdůrazňuje, že propagační politika EU je z hlediska vnitřního trhu i nadále oprávněnou a významnou, a to na místní a regionální úrovni i na rostoucích světových trzích;
5. domnívá se však, že cíle propagační politiky EU musí být jednoznačnější a rovněž musí být vhodně definovány; zdůrazňuje, že propagace by se měla vztahovat na všechny zemědělské a potravinové výrobky, které splňují evropské normy jakosti, neboť se tak podpoří účinnost propagace a reakce na požadavky spotřebitelů; zdůrazňuje rovněž, že podpora zemědělství, jež zaručuje zabezpečení potravin, udržitelné využívání přírodních zdrojů a dynamiku ve venkovských oblastech, přispívá k hospodářskému růstu a tvorbě pracovních míst;
6. upozorňuje na skutečnost, že je zapotřebí neustále vyvíjet všeobecné propagační činnosti na vnitřním trhu, aby evropští spotřebitelé měli informace o vlastnostech a přidané hodnotě evropských zemědělských produktů, které jsou na trhu;
7. zdůrazňuje, že je nutné udržet a zvýšit podíl evropských zemědělských produktů na vnějším trhu a zaměřit se na nově vznikající trhy jakožto nová odbytiště pro tyto produkty, přičemž je třeba zajistit větší soudržnost propagační a obchodní politiky EU;
8. domnívá se, že jasné vymezení cílů propagační politiky EU ze strany Komise a vytvoření objektivních pokynů pro členské státy představují nezbytné první kroky směrem ke zlepšení soudržnosti politik a součinnosti jednotlivých propagačních nástrojů a rovněž mají zcela zásadní význam pro zajištění větší transparentnosti při výběru programů na vnitrostátní úrovni; poukazuje na to, že činnost Unie v této oblasti musí doplňovat iniciativy jednotlivých států a soukromého sektoru;
9. domnívá se, že je třeba výrazně navýšit rozpočet na lepší informační a propagační opatření, přičemž je třeba přihlídnout k nejnovějším cílům informační a propagační politiky, zejména v případě režimu horizontální propagace; domnívá se také, že by pro tento režim měl být v souhrnném rozpočtu vytvořen samostatný okruh;

Úterý, 20. listopadu 2012

10. zdůrazňuje, že úspěch evropských zemědělců bude záviset na jejich schopnosti zvýšit svůj podíl na trhu a umožnit vysoce konkurenčnímu potravinářskému odvětví zachovat si významné místo v rámci hospodářství a obchodu EU;
11. zdůrazňuje, že je nutné vést komplexní informační kampaně určené spotřebitelům v EU a na vnějším trhu týkající se norem kvality produkce a systémů certifikace;
12. zdůrazňuje, že opatření horizontální propagace podle nařízení (ES) č. 3/2008 by měla přispívat k rozvoji místních trhů a krátkých dodavatelských řetězců a k oživení vnitřního trhu a intenzivnějšímu uvádění evropských produktů na vnějších trzích;
13. vítá návrh Komise na zavedení čtvrtého typu propagačních opatření zajišťujících technickou podporu; domnívá se, že má zásadní význam pro účinnou propagační politiku, zejména na vnějším trhu;
14. uznává potenciál systému jednotného image pro informační a propagační opatření;
15. doporučuje, aby byla zachována generická povaha informačních a propagačních opatření;

Místní, regionální, vnitřní a vnější trh

16. konstatuje, že informační a propagační politika EU by měla mít tři hlavní cíle: na místních a regionálních trzích by měla v zájmu hospodářského oživení a společenské přitažlivosti života na venkově upozorňovat na rozmanitost a čerstvost produktů a krátké vzdálenosti mezi producenty a spotřebiteli; na vnitřním trhu by měla v zájmu zvýšení produkce a stimulace spotřeby evropských produktů využívat veškerých výhod evropského prostoru bez hranic, v němž žije 500 milionů spotřebitelů; na vnějších trzích by měla v zájmu zajištění větší přidané hodnoty pro zemědělsko-potravinářské odvětví zhodnotit náročné normy dodržované v rámci evropského modelu produkce;
17. navrhuje, aby Komise na místních a regionálních trzích rozvíjela krátké dodavatelské řetězce, a vytvářela tak nové příležitosti pro zemědělce a jiné producenty ve venkovských oblastech a pro sdružení zemědělců nebo zemědělců a jiných subjektů ve venkovských oblastech, a aby navrhla rozsáhlý soubor nástrojů k prosazování rozvoje venkovských oblastí; považuje za žádoucí, aby Komise dále vytvořila pokyny, jež zemědělcům pomohou více a lépe investovat do kvality a zvláštní hodnoty jejich produktů; domnívá se, že je třeba zvážit i investice do předávání informací prostřednictvím sdělovacích prostředků (zejména na internetu);
18. navrhuje, aby Komise na vnitřním trhu vyvíjela větší úsilí a podporovala snahy evropských producentů získat schopnost splnit náročnější požadavky spotřebitelů z hlediska kvality a hygieny potravin a rovněž znalosti o původu čerstvých produktů a době jejich spotřeby, a podporovala tak rozmanitost výrobků a potravin a poskytla příležitost seznámit se s novými výrobky nebo novými způsoby prezentace a využívání tradičních výrobků;
19. vyzývá proto k rozšíření programů zaměřených buď na trhy, nebo cílové výrobky, přičemž nástroje propagace by měly upozorňovat na zvláštní rysy výrobních norem a vždy zdůrazňovat evropský model produkce, a zejména pak evropské systémy jakosti; domnívá se rovněž, že je důležité podporovat programy společné pro více zemí a zaměřené na různé výrobky, které danému programu jednak dodávají skutečný evropský rozměr a jednak výslovně potřebují evropskou podporu; je v této souvislosti toho názoru, že by se měly upřednostňovat země zavádějící výrobní programy, které zohledňují tržní podmínky a potenciál a současně Komisi umožňují upravit podporu podle určené oblasti;
20. naléhavě žádá, aby se na základě větší součinnosti probíhajících vnitrostátních a odvětvových činností a jejich lepší koordinace s politickými kroky, zejména pokud jde o dohody o volném obchodu, zajistila větší přitažlivost informačních a propagačních opatření pro profesní organizace;
21. zdůrazňuje, že programy musí být flexibilnější, aby bylo možné upravit je ve fázi provádění podle měnících se tržních podmínek; domnívá se, že by se proto měla snížit míra podrobnosti vyžadovaná při předkládání programů;

Úterý, 20. listopadu 2012

22. vyzývá k lepšímu posuzování programů na základě přísného systému hodnocení využívajícího zvláštní ukazatele, např. zvýšení podílu na trhu a tvorby pracovních míst; je toho názoru, že proces výběru by měl být kratší a že by se mělo zvážit, zda organizacím umožnit platit zálohy;

23. blahopřeje Komisi k dobrým výsledkům, kterých dosáhla současnou informační a propagační politikou na podporu zemědělských produktů, vyzývá však k jejímu zjednodušení a zlepšení, přičemž je zejména důležité omezit administrativní zátěž, v první řadě tím, že se sníží počet zpráv, které Komise požaduje; domnívá se, že by bylo vhodné, aby Komise vypracovala jednoduchý a souhrnný návod, jenž by případným příjemcům pomohl řídit se pravidly a postupy souvisejícími s touto politikou;

24. upozorňuje Komisi na to, že v případě vnějších trhů nezaručí produkce kvalitních potravin sama o sobě dobrou pozici na trhu a že je proto zcela nezbytné investovat do propagačních programů; domnívá se, že těmto programům by měly předcházet studie trhu ve třetích zemích, jež by měly být spolufinancovány; věří, že je třeba zvážit i možnost poskytnout podporu pilotním projektům ve třetích zemích, které byly vyhodnoceny jako případné nové trhy;

25. vyzývá k přijetí kroků, které posílí rozvoj evropských sdružení a podniků a podpoří jejich účast na světových fórech, hospodářskou soutěž v oblasti kvality a upřednostňování specializace a rozmanitosti, což bude vyžadovat pomoc zemědělcům a družstvům při realizaci jejich vlastních strategií a kapacity vývozu, včetně technické pomoci producentům;

26. vyzývá k tomu, aby bylo možné podporovat původ výrobků, na něž se nevztahují označení kvality, a zdůrazňovat jejich vlastnosti a kvality;

27. domnívá se, že informační a propagační politika na podporu evropských výrobků by měla mít své vlastní označení, podle něhož bude možné tyto výrobky v EU i mimo ni rozpoznat;

28. vyzývá Komisi, aby zvyšovala povědomí spotřebitelů o tom, že normy evropského zemědělství v oblasti jakosti, bezpečnosti, dobrých životních podmínek zvířat a udržitelnosti z hlediska životního prostředí atd. jsou nejpřísnější na světě, což ovlivňuje konečnou cenu produktu; domnívá se, že by se spotřebitelům měly poskytovat transparentní informace o tom, jak lze evropské výrobky a jejich vlastnosti rozpoznat, aby se zamezilo riziku nákupu padělaných výrobků a aby spotřebitelé měli možnost rozhodnout se, co si přejí koupit;

Původ a jakost

29. domnívá se, že kvalitní výrobky jsou ty, které jsou spojeny se zvláštními výrobními postupy, zeměpisným původem, tradicemi nebo kulturním kontextem, a poznamenává, že režimy na ochranu takovýchto výrobků již existují ve formě chráněného označení původu, chráněného zeměpisného označení, ekologických výrobků nebo zaručených tradičních specialit; požaduje vytvoření nového režimu „místního zemědělství a přímého prodeje“, do něž by patřily místní kvalitní výrobky určené ke spotřebě v regionu, v němž byly vyrobeny;

30. je toho názoru, že označení evropského původu by mělo ve všech propagačních a informačních opatřeních jak na vnitřním trhu, tak i ve třetích zemích převažovat jakožto hlavní identita; domnívá se, že by bylo možné zvážit použití dodatečného označení země původu v těch třetích zemích, v nichž je tato identita velmi výrazná a kde pomáhá zdůrazňovat rozmanitost dodávek potravinových výrobků;

31. zdůrazňuje, že v souvislosti se soukromými ochrannými známkami je rozhodující nalézt rovnováhu mezi generickou reklamou a propagační ochranné známky, což zlepší účinnost propagačních kampaní ve třetích zemích; podporuje názor Komise, že ochranné známky mohou přinést pákový efekt této činnosti, neboť je přirozené, aby propagace určitých druhů produktů byla doplněna spojením hospodářských subjektů prostřednictvím propagace produktů a ochranných známek, což má větší dopady na dovozce a následně na spotřebitele; domnívá se také, že pokud by byly soukromé ochranné známky zahrnuty do propagace, měly by podniky větší zájem o účast, a poznamenává, že by se nemělo zapomínat na to, že jsou to v konečném důsledku právě tyto podniky, jež spolufinancují tato opatření;

Úterý, 20. listopadu 2012

32. poukazuje na to, že jsou-li zemědělci organizovaní, umožňují režimy zabývající se jakostí zemědělcům používat opatření řídicí dodávky a stabilizující ceny, což zvyšuje jejich naděje na dostatečný výdělek ze zemědělství, a proto jsou tyto režimy nejvhodnější ke zvyšování evropské přidané hodnoty v souladu s prioritami Komise;
33. domnívá se, že je nezbytné zajistit účinnější ochranu výrobků, na něž se vztahují normy kvality, ve vztahu k obchodním partnerům EU; požaduje, aby zeměpisná označení byla v plné míře zahrnuta do dvoustranných a meziregionálních obchodních dohod a byla více chráněna těmito dohodami i na úrovni WTO;
34. zdůrazňuje, že je nutné pozměnit rámcová ustanovení o financování pro účely podpory výrobků, na něž se vztahují normy kvality, s cílem navýšit finanční účast EU;
35. poznamenává, že zavedení schválených informací o vztahu mezi určitými látkami nalezenými v potravinách a lepším zdravotním stavem přinese větší transparentnost v oblasti propagace výrobků pro zdravotní účely;
36. vítá rostoucí poptávku po ekologických výrobcích a požaduje aktivnější pobídky k jejich produkci a propagaci;
37. zdůrazňuje nutnost propagovat místní výrobky z horských a ostrovních oblastí a navýšit finanční prostředky EU určené k tomuto účelu;
38. vyzývá Komisi, aby při svých vnějších propagačních činnostech více upozorňovala na odhodlání zemědělců v EU používat udržitelnější zemědělské postupy a zachovávat rozmanitost a jakost a na vyšší ceny, které jsou toho důsledkem, a aby rozvíjela a upevňovala povědomí o evropských režimech propagace a logách;
39. souhlasí s poskytováním technické pomoci malým a středním podnikům zejména s cílem pomoci jim rozvíjet své vlastní marketingové strategie a analyzovat své cílové trhy;
40. doporučuje, aby byla vytvořena internetová platforma pro výměnu případných projektů a osvědčených postupů, jež by podporovala osvětové kampaně z evropského hlediska;
41. zdůrazňuje, že reforma společné zemědělské politiky se zaměřuje na zlepšení organizace produkce, udržitelnosti a jakosti zemědělských produktů; domnívá se, že propagační politika EU by proto měla umožnit využívat veškerý potenciál potravinářského odvětví ve prospěch evropského hospodářského růstu a zaměstnanosti;
42. naléhavě vyzývá Komisi, aby ve svých budoucích legislativních návrzích týkajících se propagace chutí Evropy případně určila různé vhodné způsoby řízení pro vnitřní a vnější trh a také pro mnohonárodní nebo krizové programy;
43. domnívá se, že je nezbytné vymezit evropskou informační a propagační strategii lépe zaměřenou na trhy a nabízející produkty nebo sdělení, jež mají být zdůrazněny, přičemž je třeba zohlednit jednání o dohodách o volném obchodu a vedoucí trhy, a předejít tak rozdrobení a rozptýlení prostředků;

Programy dodávek ovoce a mléka do škol

44. vítá návrh Komise, aby se na pozadí pokračující hospodářské krize zvýšil podíl spolufinancování programu dodávek ovoce do škol ze strany EU;
45. žádá Komisi, aby vyzvala všechny členské státy, aby více zdůrazňovaly výchovný aspekt vnitrostátních programů dodávek ovoce a mléka do škol, a aby tyto programy v plné míře začlenila do druhého pilíře podpory zemědělství;

Úterý, 20. listopadu 2012

Opatření týkající se informačních kampaní o jakostních vínech

46. vyzývá Komisi, aby posoudila, jakým způsobem jsou na trhu EU vedeny informační kampaně o zodpovědné konzumaci evropských jakostních vín zaměřené na dospělou populaci; konstatuje, že tyto kampaně by měly upozorňovat nejen na střídou konzumaci jakostních vín, ale i na kulturní kořeny, kvalitativní vlastnosti a zvláštní rysy evropských vín;

o

o o

47. pověřuje svého předsedu, aby předal toto usnesení Radě a Komisi.

P7_TA(2012)0421

Směrnice o právu na opětný prodej**Usnesení Evropského parlamentu ze dne 20. listopadu 2012 o zprávě o provádění a dopadu směrnice o právu na opětný prodej (2001/84/ES) (2012/2038(INI))**

(2015/C 419/04)

Evropský parlament,

- s ohledem na směrnici Evropského parlamentu a Rady 2001/84/ES ze dne 27. září 2001 o právu na opětný prodej ve prospěch autora originálu uměleckého díla (dále jen „směrnice“) ⁽¹⁾,
- s ohledem na zprávu Komise Evropskému parlamentu, Radě a Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru s názvem Zpráva o provádění a dopadu směrnice o právu na opětný prodej (2001/84/ES) (COM(2011)0878),
- s ohledem na článek 48 jednacího řádu,
- s ohledem na zprávu Výboru pro právní záležitosti a stanovisko Výboru pro kulturu a vzdělávání (A7-0326/2012),
- A. vzhledem k tomu, že právo na opětný prodej je podle čl. 14 písm. b) Bernské úmluvy o ochraně literárních a uměleckých děl autorským právem;
- B. vzhledem k tomu, že směrnice podpořila harmonizaci základních podmínek uplatňování práva na opětný prodej, což mělo za účel odstranění případných překážek pro vytváření vnitřního trhu;
- C. vzhledem k tomu, že přijetí směrnice bylo pro umělce významné nejen z hlediska jejich iniciativ zacílených na dosažení uznání jejich tvůrčí činnosti a spravedlivého zacházení, ale rovněž na uznání jejich přínosu ke kulturním hodnotám; vzhledem k tomu, že nicméně přetrvávají obavy, pokud jde o dopady směrnice na evropské trhy s uměleckými díly, a zejména na mnoho menších a specializovaných aukčních domů a obchodníků v EU;
- D. vzhledem k tomu, že směrnice byla v právním řádu všech členských států plně provedena teprve ke dni 1. ledna 2012;
- E. vzhledem k tomu, že celosvětový podíl EU na trhu s díly žijících umělců v posledních několika letech výrazně poklesl;
- F. vzhledem k tomu, že tvůrčí činnost přispívá k neustálému rozvoji kulturního života a dědictví EU;
- G. vzhledem k tomu, že trh s uměleckými díly a starožitnostmi významně přispívá ke světové ekonomice, včetně podniků, které podporuje, především podniků v tvůrčích odvětvích;

⁽¹⁾ Úř. věst. L 272, 13.10.2001, s. 32.