



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 22.12.2006
KOM(2006) 855 endelig

BERETNING FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET OG EUROPA-PARLAMENTET

**om anvendelse af Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999 om oplysningskampagner
og salgsfremmende foranstaltninger for landbrugsprodukter i tredjelande
og
om anvendelse af Rådets forordning (EF) nr. 2826/2000 om oplysningskampagner
og salgsfremstød for landbrugsprodukter på det indre marked**

{SEk(2006) 1785}

INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	Indledning	3
2.	Gennemførelse af salgsfremmepolitikken 2004–2006.....	3
2.1.	Budgetbevillinger og -udgifter	4
2.2.	Programmer, der foreslås medfinansieret i 2004–2006	5
2.2.1.	Godkendte og afviste programmer	6
2.2.2.	Programmer til tredjelandsmarkederne	6
2.2.3.	Programmer til det indre marked	7
2.2.4.	Flerlandeprogrammer	8
2.3.	Programmer, der forvaltes direkte af GD AGRI	9
2.3.1.	Foranstaltninger forvaltet direkte af Kommissionen i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999	9
2.3.2.	Oplysningskampagne for økologiske landbrugsprodukter.....	9
2.3.3.	Evalueringsresultaterne af de salgsfremmende og oplysende foranstaltninger.....	10
3.	Salgsfremmeforanstaltninger iværksat af andre.....	10
4.	Erhvervsorganisationernes holdning.....	11
5.	Konklusioner og kurs	11
5.1.	Generelle konklusioner	11
5.2.	Kurs	12
5.2.1.	Lovgivningsmæssig konsolidering	12
5.2.2.	De forslagsstillende organisationers budgetplanlægning.....	12
5.2.3.	Medlemsstaternes erklæringer om udgifter.....	12
5.2.4.	Valg af gennemførende organisation	12
5.2.5.	Udarbejdelse af retningslinjer	12

1. INDLEDNING

I 2004 fremlagde Kommissionen en rapport for Europa-Parlamentet og Rådet om oplysningskampagner og salgsfremmende foranstaltninger for landbrugsprodukter i tredjelande såvel som på det indre marked¹. I forordningen pålægges Kommissionen at fremlægge endnu en rapport to år senere².

Det være hermed gjort: Rapporten omhandler anvendelsen af de to forordninger i perioden mellem den foregående rapport, der blev udarbejdet i 2003 (offentliggjort i 2004), og juli 2006 (referenceperioden). I sin rapport tager Kommissionen hensyn til samtlige beslutninger, som den har truffet i denne periode, der navnlig var præget af udvidelsen af Unionen fra 15 til 25 medlemsstater. Kommissionen foreslår en analytisk undersøgelse af salgsfremmedataene for landbrugsprodukter i perioden. I sin konklusion fremsætter den forslag til forenkling og forbedring af den aktuelle salgsfremmeordning.

2. GENNEMFØRELSE AF SALGSFREMMEPOLITIKKEN 2004–2006

I den fælles salgsfremmepolitik er der anlagt en horisontal tilgang, idet den dækker flere produktsektorer og understreger de enkelte sektors generelle karakteristika og deres fælles temaer som kvalitet, sikkerhed, mærkning, specifikke fremstillingsmetoder, respekt for dyrevelfærd og miljøet i produktionsleddet osv. Denne politik tilfører da også de nationale og private initiativer en merværdi, idet den forstærker eller stimulerer den indsats, som medlemsstaterne og det private erhvervsliv udfolder på salgsfremmeområdet. Oven i købet bør den gøre det muligt for alle medlemsstater i samarbejde med deres erhvervsorganisationer og tværfaglige organisationer at igangsætte salgsfremmende foranstaltninger og oplysningskampagner for deres produkter.

Vores handelspartnere (f.eks. USA, Japan og Australien) anerkender, at vi har behov for en aktiv salgsfremmepolitik. De har selv iværksat effektive salgsfremmende foranstaltninger ved hjælp af betydelige finansielle midler for at opretholde eller øge deres andel af verdensmarkedet. Som eksempel kan nævnes tiltagene i forbindelse med diverse amerikanske programmer for eksportfremme, som støttes af forbundsregeringen med ca. 145 mio. USD om året. Heraf fremgår det, hvor vigtigt det er, at også Den Europæiske Union spiller en synlig og effektiv rolle på eksportfremmeområdet.

¹ Rapport til Europa-Parlamentet og Rådet om anvendelse af Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999 om oplysningskampagner og salgsfremmende foranstaltninger for landbrugsprodukter i tredjelande og om anvendelse af Rådets forordning (EF) nr. 2826/2000 om oplysningskampagner og salgsfremstød for landbrugsprodukter på det indre marked.

² Artikel 13 i Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999 (tredjelande) og artikel 14 i Rådets forordning (EF) nr. 2826/2006 (indre marked) som ændret ved forordning (EF) nr. 2060/2004.

2.1. Budgetbevillinger og -udgifter

Tabel 1 – EU's budgetbevillinger til salgsfremmende foranstaltninger

Mio. EUR

Udgiftsområde		Budgetkonto	2007*	2006	2005	2004
Salgsfremmende foranstaltninger: (tidl. B1-3800 og B1-3801)	det indre marked	05 08 04) >=2004)				
	tredjelande	05 02 10 01) >=2006)	38 000	42 000	48 500	48 500
Salgsfremmende foranstaltninger: (tidl. B1-3810 og B1-3811)	det indre marked	05 08 05) >=2004)				
	tredjelande	05 02 10 02) >=2006)	7 840	10 000	11 000	11 000
Salgsfremme i alt			45 840	52 000	59 500	59 500

* Prognose for sidste del af regnskabsåret på baggrund af gennemførte betalinger pr. 30.9.2006.

Ovenstående tabel angiver budgetmyndighedens bevillinger til oplysningskampagner og salgsfremme for landbrugsprodukter. Vi kan konstatere en gradvis nedgang i bevillingerne fra 60 mio. EUR i 2004 til 52 mio. EUR i 2006 svarende til ca. 15 %. Og der er udsigt til fortsat nedgang i 2007. Faldet skyldes en "diakronisk" svaghed i sektoren med hensyn til at opsuge de bevillinger, der er til rådighed, hvorfor der er et betydeligt underforbrug, som det vil fremgå af tabel 2 herunder. Dette underforbrug førte sidst på året til, at en del af det oprindeligt bevilgede budget til disse foranstaltninger blev overført til andre landbrugsudgiftsområder.

Tabel 2 – EU's budgetudgifter til salgsfremmende foranstaltninger

Mio. EUR

Udgiftsområde (betalingsbevillinger)		Budgetkonto	2007*	2006	2005	2004
Salgsfremmende foranstaltninger: Betalt af medlemsstaterne (tidl. B1-3800 og B1-3801)	det indre marked	05 08 04) >=2004)		26 000	26 145	22 118
	tredjelande	05 02 10 01) >=2006)		6 000	4 085	5 119
				32 000	30 230 ³	27 237
Salgsfremmende foranstaltninger: Betalt direkte af Kommissionen (tidl. B1-3810 og B1-3811)	det indre marked	05 08 05) >=2004)				
	tredjelande	05 02 10 02) >=2006)		5 000	2 349	2 568
Salgsfremme i alt				37 000	32 579	29 805
Gennemførelsesprocent				71,1 %	54,8 %	50,0 %

* Prognose for sidste del af regnskabsåret på baggrund af gennemførte betalinger pr. 30.9.2006.

³ Dette beløb omfatter 773 mio. EUR vedrørende gamle salgsfremmende foranstaltninger.

Dette underforbrug har følgende hovedårsager:

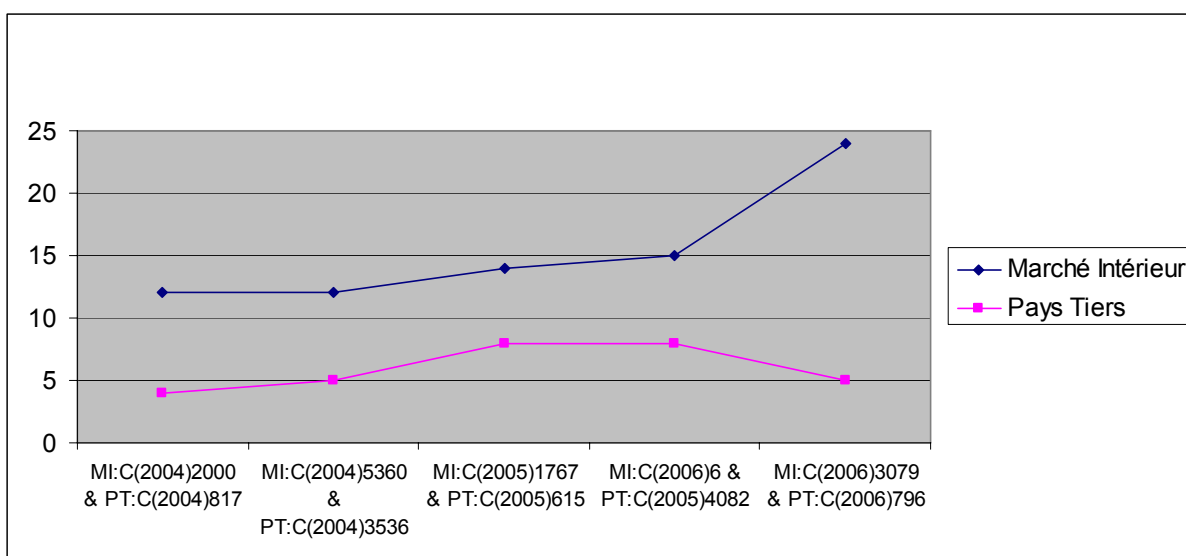
1. Udsættelse af projekter foreslået af visse medlemsstater: Når f.eks. underskrivelsen af en kontrakt mellem de organisationer, der foreslår henholdsvis gennemfører projektet, udsættes, afholdes udgifterne først i et senere regnskabsår.
2. Medlemsstaternes forsinkede anmodninger om refusion af udgifter.
3. En gennemførelsesprocent på under 100 for de vedtagne programmer.
4. Manglen på frivillige bidrag til Det Internationale Olivenråd i forbindelse med direkte forvaltede foranstaltninger.

I del 7, Konklusioner og kurs, fremsættes nogle forslag til afhjælpning af underforbruget.

2.2. Programmer, der foreslås medfinansieret i 2004–2006

I løbet af referenceperioden bredte interessen for salgsfremmeprogrammerne sig blandt medlemsstaterne. Faktisk har stort set alle medlemsstater foreslået programmer, og de nye medlemsstater har fra begyndelsen deltaget aktivt i ordningen.

Tabel 3 – Antal medlemsstater, der fremsætter forslag ved beslutning



Marché Intérieur (MI): Det indre marked

Pays Tiers (PT): Tredjelande

Imidlertid må man konstatere, at de nye medlemsstater har prioriteret at fremme deres landbrugsprodukter på EU's indre marked – dette nye store marked, som de har adgang til i fremtiden!

2.2.1. Godkendte og afviste programmer

Siden 2004 er 174 salgsfremmeprogrammer blevet godkendt, heraf 128 til det indre marked og 46 til tredjelande, alle produkter inklusive (jf. arbejdsdokument⁴). I absolutte tal er der tale om en let stigning i forhold til den første periode, hvor disse tal lå på henholdsvis 94 for det indre marked og 31 for tredjelande (jf. arbejdsdokument). Resultatet er betydningsfuldt, set i lyset af at det de seneste år er blevet stadig vanskeligere at opfylde udvælgelseskriterierne. Desuden viser tallene, at medlemsstaterne viser uændret interesse for programmer til det indre marked.

Hovedårsagerne til afvisning i løbet af referenceperioden har været: mangel på en tilstrækkeligt detaljeret beskrivelse af programmet og de tilhørende foranstaltninger og budgetter fra forslagsstillers side, fremme af et varemærke eller mangel på repræsentativitet for sektoren.

Tabel 4 – Godkendte og afviste programmer indtil juli 2006

Beslutning		Indkomne forslag	Godkendte programmer		Afviste programmer	
Det indre marked			Antal	Medfinansiering	Antal	Medfinansiering
K(2004) 2000	11/06/2004	30	26	10 721 161 EUR	4	832 985 EUR
K(2004) 5360	28/12/2004	34	20	24 068 756 EUR	14	11 075 424 EUR
K(2005) 1767	15/06/2005	32	26	26 130 535 EUR	6	7 357 163 EUR
K(2006) 6	12/01/2006	40	25	25 459 807 EUR	15	16 227 822 EUR
K(2006) 3079	7/07/2006	79	31	27 660 899 EUR	48	49 942 266 EUR
I alt		215	128	114 041 158 EUR	87	85 435 660 EUR

Tredjelande						
K(2004) 817	22/03/2004	6	5	3 016 781 EUR	1	632 502 EUR
K(2004) 3536	27/09/2004	10	8	5 027 325 EUR	2	1 868 550 EUR
K(2005) 615	14/03/2005	18	10	10 182 124 EUR	8	7 976 353 EUR
K(2005) 4082	21/10/2005	25	15	13 239 540 EUR	10	12 462 386 EUR
K(2006) 796	17/03/2006	12	8	8 186 583 EUR	4	4 203 229 EUR
I alt		71	46	39 652 353 EUR	25	27 143 020 EUR

For at forstå tabellen og statistikkerne i øvrigt i denne rapport korrekt skal man holde sig for øje, at Kommissionen indtil 2005 hvert år traf to beslutninger vedrørende det indre marked og to beslutninger vedrørende tredjelandsmarkederne. Fra 2006 er lovgivningen ændret, så antallet af beslutninger er sat ned fra fire til to om året.

2.2.2. Programmer til tredjelandsmarkederne

Disse programmer har i referenceperioden kun udgjort 25 % af de foreslåede programmer. Ligeledes har programmerne i medfinansiering fået omkring en fjerdedel af de EU-midler, der er tildelt godkendte salgsfremmeprogrammer.

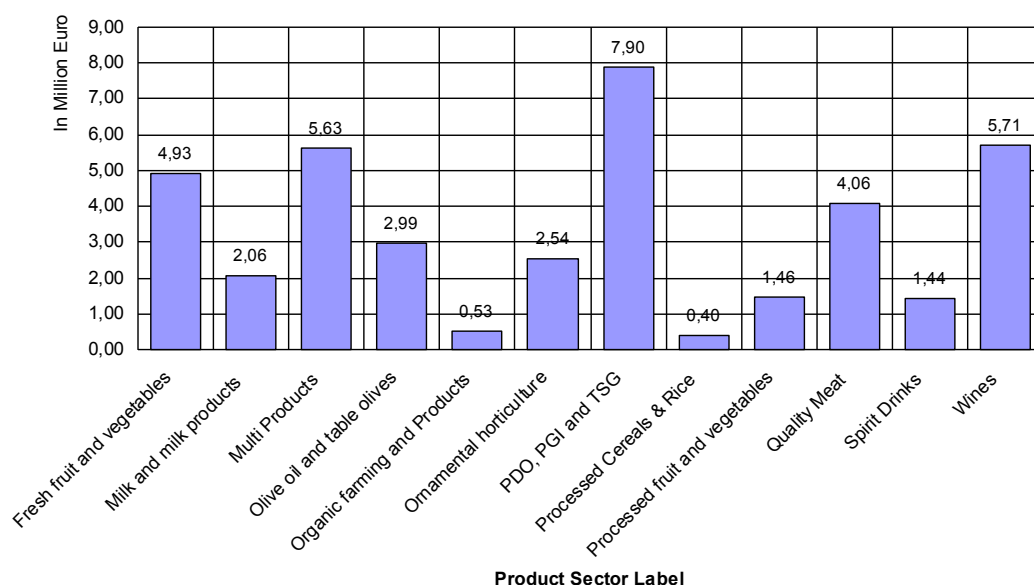
Blandt fokuslandene ligger Nordamerika på førstepladsen fulgt af Rusland og Japan.

Med hensyn til produkter, for hvilke deres gøres salgsfremstød på tredjelandsmarkederne, beklædes førstepladsen klart af produkter med

⁴ Henvisninger vedrører Kommissionens arbejdsdokument, der fremlægges sammen med nærværende rapport.

kvalitetsbetegnelse (f.eks. BOB, BGB og GTS) fulgt af vine og spirituosa, frisk og forarbejdet frugt og grønt samt kvalitetskød. Herom vidner nedenstående figur:

Tabel 5 – EU-deltagelse pr. produkt – tredjelande



Mio. EUR

Frisk frugt og grønt, Mælk og mejeriprodukter, Multiprodukter, Olivenolie og spiseoliven, Økologisk landbrug og økologiske produkter, Prydplanter, BOB, BGB og GTS, Forarbejdede kornprodukter og ris, Forarbejdet frugt og grønt, Kvalitetskød, Spirituosa, Vin
Produktgruppebetegnelse

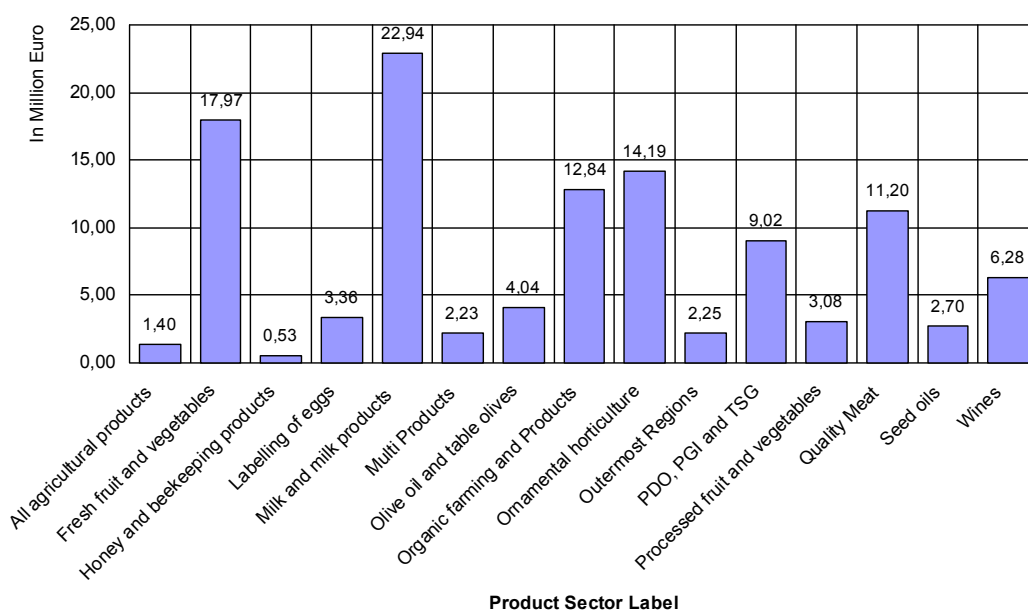
2.2.3. Programmer til det indre marked

Antallet af foreslåede programmer er steget fra 64 i 2004 til 72 i 2005 og 79 i 2006 svarende til en stigning på 23,4 %. Antal godkendte programmer er steget fra 46 i 2004 til 51 i 2005, men faldt igen til 31 i 2006. Den strengere anvendelse af kriterierne ved gennemgangen af programmerne har en del at gøre med dette fald.

Som det kan konstateres af nedenstående figur (jf. også arbejdsdokument), har alle støtteberettigede produkter med undtagelse af spindhør fået støtte fra salgsfremmeprogrammerne i den periode, som nærværende rapport dækker. Det er mejeriprodukter, frisk og forarbejdet frugt og grønt samt pryddplanter og -buske foruden økologiske landbrugsprodukter og kvalitetskød, der har fået den største del af budgettet.

I tabellerne i bilaget kan man se fokuslandene for programmerne til det indre marked. Det er interessant at bemærke, at selv om fokuslandet i halvdelen af tilfældene siden begyndelsen af salgsfremmeordningen ganske vist er det land, der foreslår programmet (jf. arbejdsdokument), er denne tendens stærkt faldende i perioden 2004–2006.

Tabel 6 – EU-deltagelse pr. produkt – det indre marked



Mio. EUR, Alle landbrugsprodukter, Frisk frugt og grønt, Honning og biavlprodukter, Mærkning af æg, Mælk og mejeriprodukter, Multiprodukter, Olivenolie og spiseoliven, Økologisk landbrug og økologiske produkter, Prydplanter, Regioner i EU's yderste periferi, BOB, BGB og GTS, Forarbejdet frugt og grønt, Kvalitetskød, Olie fra oliefrø, Vin, Produktgruppebetegnelse

2.2.4. Flerlandeprogrammer

Det er endvidere interessant at bemærke den forholdsvis ringe andel af flerlandeprogrammer i det samlede antal foreslåede programmer, uanset om det gælder det indre marked eller tredjelandsmarkederne:

Tabel 7 – Flerlandeprogrammernes andel af det samlede antal foreslåede programmer

Beslutning		Foreslåede programmer	Foreslåede flerlandeprogrammer
Det indre marked			
K(2004) 2000	11/06/2004	30	0
K(2004) 5360	28/12/2004	34	2
K(2005) 1767	15/06/2005	32	2
K(2006) 6	12/01/2006	40	2
K(2006) 3079	7/07/2006	79	6
I alt		215	12

Tredjelande		Foreslåede programmer	Foreslåede flerlandeprogrammer
K(2004) 817	22/03/2004		
K(2004) 3536	27/09/2004	10	1
K(2005) 615	14/03/2005	18	5
K(2005) 4082	21/10/2005	25	1
K(2006) 796	17/03/2006	12	1
I alt		71	9

2.3. Programmer, der forvaltes direkte af GD AGRI

Det er allerede anført, at visse foranstaltninger kan finansieres 100 % over EU's budget. Det drejer sig om foranstaltninger, der er iværksat og forvaltes direkte af Kommissionen, og som gennemføres ved hjælp af entreprenører, der vælges ved udbud.

2.3.1. *Foranstaltninger forvaltet direkte af Kommissionen i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999*

1. Afholdelse af oplysningskampagner i USA og Canada, Kina og Japan om fællesskabsordninger for BOB (beskyttede oprindelsesbetegnelser), BGB (beskyttede geografiske betegnelser), GTS (garanti for traditionel specialitet) samt økologiske landbrugsprodukter.

Årligt budget: 2 mio. EUR (1 mio. EUR for Nordamerika og 1 mio. EUR for Asien).

2. Missioner på højt plan:

I 2004 besøg i Kina af en handelsdelegation med Franz Fischler i spidsen, den daværende kommissær for landbrug og fiskeri.

Bevilget budget: 0,8 mio. EUR.

I marts 2007 sendes en højtstående handelsdelegation til Indien med kommissær Mariann Fischer Boel i spidsen, ledsaget af en delegation af virksomhedsledere. Dette seks dage lange besøg har til formål at bygge bro mellem EU og Indien. Det skal foregå i New Delhi og Bombay og vil ligeledes omfatte en EU-stand på landbrugsfødevaremessen Aahaar i New Delhi.

Bevilget budget: 1,0 mio. EUR.

2.3.2. *Oplysningskampagne for økologiske landbrugsprodukter*

På grundlag af Rådets forordning (EF) nr. 2826/2006 har Kommissionen med det formål at følge op på den europæiske plan for økologiske fødevarer og landbrugsprodukter og sin første foranstaltning lanceret en oplysningskampagne på området. Dette program har en varighed på tre år og et budget på 3 mio. EUR for hele perioden. Kampagnen skal afvikles parallelt med de nationale programmer, som Den Europæiske Union medfinansierer, i denne stærkt ekspanderende sektor og har til formål at støtte disse initiativer.

I den forbindelse er der efter en udbudsprocedure indgået en rammekontrakt med et specialiseret selskab om at udvikle et websted og en "værktøjskasse" med diverse instrumenter, der kan anvendes til fremme af økologisk landbrug og oplysning om de produkter, der kommer ud af det. Der kan iværksættes andre oplysende, kommunikative og salgsfremmende foranstaltninger alt efter behov i forbindelse med selve oplysningskampagnen, der føres over for målgruppen.

En gruppe sagkyndige fra sektoren, der udpeges af Kommissionen på forslag fra medlemsstaterne, rådgiver Kommissionen i denne proces.

2.3.3. *Evaluering af resultaterne af de salgsfremmende og oplysende foranstaltninger*

Evalueringerne gør det muligt at undersøge, hvor effektive programmerne er, dvs. at kontrollere opfyldelsen af målsætningerne og sikre, at midlerne (finansielle, lovgivningsmæssige, administrative osv.) er blevet brugt til at opnå resultaterne. De bruges også til at verificere sammenhængen, relevansen og nytten af programmerne såvel som kvaliteten af de foranstaltninger, der følger med programmerne.

I artikel 8 i Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999 og Rådets forordning (EF) nr. 2826/2006 bestemmes det, at Kommissionens tjenestegrene må udføre disse evalueringer af de medfinansierede programmer.

I 2004 blev en evaluering af kommunikationsprogrammerne om specifikke foranstaltninger inden for kommunikation i oksekødsektoren, som medfinansieres i medfør af Kommissionens forordning (EF) nr. 1358/2001, sendt i udbud, og i 2005 forelå evalueringen. Den viste, at de medfinansierede programmer var i overensstemmelse med målsætningerne og de fastlagte retningslinjer. Hvad angik indholdet, manglede der til gengæld en fælles strategi for de medfinansierede programmer, hvilket ikke altid gjorde det muligt at sikre forbrugerne klar besked. Ligeledes manglede der initiativer til måling af, hvordan de foranstaltninger, der var indeholdt i programmet, virkede, når de blev iværksat, og det gjorde det yderst vanskeligt at fastslå disse programmets effektivitet og det endog adskillige år efter gennemførelsen.

Efter et offentligt udbud har Kommissionen for den næste periode undertegnet to rammekontrakter om udførelse af en evaluering over en periode på 4–6 måneder af programmernes gennemførelse dels på det indre marked dels på tredjelandsmarkederne.

De to rammekontrakter har et samlet budget på 3,75 mio. EUR.

3. SALGSFREMMEFORANSTALTNINGER IVÆRKSAT AF ANDRE

Det skal erindres, at der – ud over foranstaltninger, der medfinansieres i medfør af fornævnte lovgivningsmæssige bestemmelser og er omfattet af nærværende rapport – også findes en række salgsfremmende og/eller oplysende foranstaltninger for landbrugsprodukter inden for andre dele af den fælles landbrugspolitik:

- sektorvise salgsfremmende foranstaltninger for frugt og grønt,
- sektorvise salgsfremmende foranstaltninger i forbindelse med den fælles markedsordning for vin, som er under revision,
- foranstaltninger inden for statsstøttepolitikken,
- foranstaltninger i forbindelse med politikken for udvikling af landdistrikterne, hvor viften af ledsageforanstaltninger i henhold til forordning (EF)

nr. 1257/1999⁵ er blevet udvidet i kraft af Rådets forordning (EF) nr. 1783/2003⁶.

4. ERHVERVSORGANISATIONERNES HOLDNING

Erhvervsorganisationerne, der repræsenterer producenterne, blev på mødet i den rådgivende gruppe den 12. september 2006 informeret om, hvordan udarbejdelsen af nærværende rapport skrider frem. Ved den lejlighed oplyste de Kommissionen om, hvordan de betragter ordningen, og hvordan de synes, den fungerer:

1. de ønsker en forenkling af lovgivningen, især vedrørende flerlandeprogrammerne,
2. de udbeder sig en klarere definition af muligheden for at indbygge mærker i en generisk salgsfremmeforanstaltning,
3. de ønsker at indarbejde retningslinjer i formuleringen af deres programmer.

5. KONKLUSIONER OG KURS

5.1. Generelle konklusioner

Da lovgivningen blev ændret både i slutningen af 2004 og i 2005, er det endnu for tidligt at give en endelig bedømmelse af resultaterne af de salgsfremmende foranstaltninger, der er iværksat siden udløbet af den foregående rapporteringsperiode. Imidlertid har salgsfremmeordningens grundlæggende principper bevist deres værd og bekræftet deres virkning:

- systemet med Kommissionen som "indirekte" forvalter, hvor erhvervsorganisationerne og medlemsstaterne tager initiativet og påtager sig forvaltningsansvaret,
- harmoniseret trepartsmedfinansiering (EU, medlemsstaterne og erhvervsorganisationerne) i alle støtteberettigede sektorer, dog med mulighed for ligelig medfinansiering i visse nøje definerede tilfælde,
- understregning af den generiske karakter af den fælles salgsfremmepolitik, vægt på sektorer og temaer frem for enkeltprodukter,
- retlige rammer, der tillader planlægning af foranstaltninger med jævne mellemrum frem for indgreb som reaktion på krisesituationer.

Da der er vilje til at forbedre salgsfremmeordningen yderligere, kunne følgende spørgsmål undersøges nærmere:

- erhvervsorganisationerne og medlemsstaterne har vist stor interesse for programmerne på det indre marked. Det må dog bemærkes, at visse af deres

⁵ Rådets forordning (EF) nr. 1257/1999 af 17. maj 1999 om støtte til udvikling af landdistrikterne fra Den Europæiske Udviklings- og Garantifond for Landbruget (EUGFL) og om ændring og ophævelse af visse forordninger (EFT L 160 af 26.6.1999, s. 80).

⁶ Rådets forordning (EF) nr. 1783/2003 af 29. september 2003 om ændring af forordning (EF) nr. 1257/1999 om støtte til udvikling af landdistrikterne fra Den Europæiske Udviklings- og Garantifond for Landbruget (EUGFL) (EFT L 270 af 21.10.2003, s. 70).

forslag er præget af nationale interesser og næppe medfører europæisk merværdi. Der bør lægges mere vægt på programmer, der har interesse på EU-plan, og på behovet for at prioritere samråd og gensidig bistand mellem de nationale forvaltninger,

- for så vidt angår tredjelandsmarkederne, synes erhvervsorganisationerne mindre motiverede,
- erhvervet udviser stigende interesse for salgsfremmeforanstaltninger i de landbrugssektorer, der er blevet reformeret i forbindelse med den fælles landbrugspolitik, eller som er under reformering.

5.2. Kurs

Efter Kommissionens mening skal den nuværende ordning for støtte til salgsfremmende foranstaltninger fortsat anvendes, sådan som den er defineret i Rådets forordning (EF) nr. 2702/1999 og Rådets forordning (EF) nr. 2826/2006, og hovedlinjerne i disse bestemmelser fastholdes. For at få ordningen til at fungere endnu bedre på visse nærmere bestemte punkter kan følgende ændringer foreslås.

5.2.1. Lovgivningsmæssig konsolidering

En forenkling af lovgivningen ville være nyttig:

- dels sammenlægning af Rådets to grundforordninger om det indre marked og tredjelandsmarkederne til én,
- dels sammenlægning af Kommissionens to gennemførelsesforordninger om det indre marked og tredjelandsmarkederne til én.

5.2.2. De forslagsstillende organisationers budgetplanlægning

For at forbedre overholdelsen af budgetforpligtelserne i løbet af et givet år bør der i stedet for "perioder på 12 måneder" foreslås en årlig planlægning af de budgetterede udgifter i specifikke budgetår.

5.2.3. Medlemsstaternes erklæringer om udgifter

Af hensyn til en jævnlig opfølgning på forbruget af budgetbevillingerne vil det blive indført, at udgifter, der afholdes i forbindelse med programmerne, skal betales og anmeldes inden for en given frist, således at de forpligtelser, der er indgået i løbet af et givet budgetår, kan opfyldes.

5.2.4. Valg af gennemførende organisation

Muligheden for at vælge den gennemførende organisation, efter at den forslagsstillende organisation har overført programmet til medlemsstaten, kan fastholdes, hvis den præciseres, så den kan bruges fornuftigt.

5.2.5. Udarbejdelse af retningslinjer

Udarbejdelsen af klare og tidsmæssigt stabile retningslinjer, der skal overholdes i formuleringen af forslagene til medfinansierede salgsfremmeprogrammer, skal kunne minimere risikoen for upræcise formuleringer og andre "mangler" i formuleringen af programmerne. Disse retningslinjer, der i øjeblikket er under udarbejdelse, er uden

nogen tvivl i stand til at bidrage til den optimale salgsfremme af landbrugsprodukterne fremover.