

Βρυξέλλες, 5.12.2018  
COM(2018) 788 final

**ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ  
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**

**Ενδιάμεση έκθεση σύμφωνα με το άρθρο 26 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ.  
1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου  
2014, σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά  
προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες και την  
κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου**

{SWD(2018) 482 final}

## ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ

**Ενδιάμεση έκθεση σύμφωνα με το άρθρο 26 παράγραφος 1 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2014, σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου**

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα έκθεση πραγματεύεται την υλοποίηση των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014<sup>1</sup> (εφεξής «ο κανονισμός»).

Σύμφωνα με το άρθρο 2 παράγραφος 1 του κανονισμού, «Γενικός στόχος των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του γεωργικού τομέα της Ένωσης». Το άρθρο 2 παράγραφος 2 ορίζει ότι «Οι ειδικοί στόχοι των ενεργειών ενημέρωσης και προώθησης είναι:

- α) να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με τα πλεονεκτήματα των γεωργικών προϊόντων της Ένωσης και τα υψηλά πρότυπα που εφαρμόζονται στις μεθόδους παραγωγής στην Ένωση·
- β) να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα και η κατανάλωση γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων διατροφής της Ένωσης και να βελτιωθεί η προβολή τους τόσο εντός όσο και εκτός της Ένωσης·
- γ) να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση και αναγνώριση σχετικά με τα ενωσιακά συστήματα ποιότητας·
- δ) να αυξηθεί το μερίδιο αγοράς των γεωργικών προϊόντων και ορισμένων προϊόντων διατροφής της Ένωσης, με ιδιαίτερη έμφαση σε εκείνες τις αγορές τρίτων χωρών που έχουν τις μεγαλύτερες δυνατότητες ανάπτυξης·
- ε) να αποκαθίστανται κανονικές συνθήκες της αγοράς σε περίπτωση σοβαρής διατάραξης της αγοράς, απώλειας εμπιστοσύνης των καταναλωτών ή άλλων συγκεκριμένων προβλημάτων.»

Οι ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης λαμβάνουν τη μορφή:

- α) προγραμμάτων ενημέρωσης και προώθησης (εφεξής «προγράμματα»), και
- β) ενεργειών σχετικών με την πρωτοβουλία της Επιτροπής, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης υπηρεσιών τεχνικής υποστήριξης του τομέα.

Σύμφωνα με το άρθρο 26 παράγραφος 1 του κανονισμού, μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2018 υποβάλλεται στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και στο Συμβούλιο ενδιάμεση έκθεση σχετικά με την εφαρμογή του κανονισμού. Η έκθεση θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει το ποσοστό

---

<sup>1</sup> Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2014, σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες και την κατάργηση του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου (ΕΕ L 317 της 4.11.2014, σ. 56)

απορρόφησης στα διάφορα κράτη μέλη, συνοδευόμενη, ενδεχομένως, από κατάλληλες προτάσεις.

## 2. ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Το γενικό καθεστώς ενισχύσεων για την προώθηση των γεωργικών προϊόντων διατροφής που προέβλεπε ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3/2008<sup>2</sup> μεταρρυθμίστηκε με την έγκριση του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1144/2014, ο οποίος εφαρμόζεται από την 1η Δεκεμβρίου 2015.

Η ΕΕ βοηθά τον αγροδιατροφικό τομέα όσον αφορά τη χρηματοδότηση εκστρατειών ενημέρωσης και προώθησης. Εξηγώντας σε καταναλωτές και εισαγωγείς τα υψηλά πρότυπα και την ποιότητα των γεωργικών προϊόντων διατροφής της ΕΕ, τα προγράμματα προώθησης της ΕΕ μπορούν να στηρίξουν τους Ευρωπαίους παραγωγούς να αντεπεξέλθουν σε έναν ολοένα και πιο ανταγωνιστικό κόσμο. Με το γενικό σύνθημα «Απόλαυσέ το, είναι ευρωπαϊκό», η πολιτική επιδιώκει να ενθαρρύνει το άνοιγμα νέων αγορών, να αυξήσει τη διαφοροποίηση των εμπορικών εταιρών και να ενισχύσει την ευαισθητοποίηση των καταναλωτών όσον αφορά τις προσπάθειες που καταβάλλουν οι Ευρωπαίοι γεωργοί.

Οι κύριες πτυχές της μεταρρύθμισης ήταν οι ακόλουθες:

- Η νέα πολιτική προώθησης τυγχάνει υψηλότερης δημοσιονομικής στήριξης, *ήτοι* ο προϋπολογισμός της αυξάνεται από 60 εκατ. EUR το 2015 σε 200 εκατ. EUR από το 2019.
- Τα ποσοστά συγχρηματοδότησης της Ένωσης αυξήθηκαν στο 70% για τα απλά προγράμματα στην εσωτερική αγορά, στο 80% για τα πολυπρογράμματα και για απλά προγράμματα/πολυπρογράμματα που αφορούν τρίτες χώρες, και στο 85% για τα προγράμματα που συμβάλλουν στην αποκατάσταση των κανονικών συνθηκών της αγοράς σε περίπτωση σοβαρής διατάραξης της αγοράς, απώλειας εμπιστοσύνης των καταναλωτών ή άλλων συγκεκριμένων προβλημάτων. Προβλέπεται επίσης ένα επιπλέον 5 τοις εκατό για δικαιούχους από κράτη μέλη που τυγχάνουν χρηματικής συνδρομής.
- Η νέα πολιτική βασίζεται σε πραγματική στρατηγική που έχει χαραχθεί σε επίπεδο ΕΕ, με την έγκριση ετήσιου προγράμματος εργασίας. Το εν λόγω πρόγραμμα ορίζει τις στρατηγικές προτεραιότητες και τους αντίστοιχους προϋπολογισμούς τους για την πολιτική προώθησης σε επίπεδο πληθυσμών, προϊόντων, συστημάτων ή αγορών που θα αποτελέσουν στόχους και τα χαρακτηριστικά των προς διάδοση μηνυμάτων ενημέρωσης και προώθησης<sup>3</sup>. Το πρόγραμμα εργασιών προβλέπει ακόμη ειδικές προσωρινές διατάξεις που διέπουν την αντίδραση σε περίπτωση σοβαρής διατάραξης της αγοράς ή απώλειας της εμπιστοσύνης των καταναλωτών. Ορίζει επίσης τα κριτήρια αξιολόγησης των προτάσεων. Το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας εφαρμόζεται μέσω της δημοσίευσης προσκλήσεων υποβολής προτάσεων.
- Το πεδίο εφαρμογής των επιλέξιμων δικαιούχων, αλλά και των προϊόντων, έχει διευρυνθεί. Με σκοπό την καλύτερη απόδοση των επενδύσεων, επιτρέπονται πλέον

<sup>2</sup> Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 3/2008 του Συμβουλίου, της 17ης Δεκεμβρίου 2007, σχετικά με ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης υπέρ των γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και στις τρίτες χώρες (ΕΕ L 3 της 5.1.2008, σ. 1).

<sup>3</sup> Ο καθορισμός στρατηγικών προτεραιοτήτων της πολιτικής της προώθησης αποτελεί σύσταση του Ευρωπαϊκού Ελεγκτικού Συνεδρίου, ώστε να αποφευχθεί ο διασκορπισμός των πόρων και να ενισχυθεί η προβολή της Ευρώπης μέσω των εν λόγω μέτρων ενημέρωσης και προώθησης.

περιορισμένες αναφορές της προέλευσης και απεικονίσεις εμπορικών σημάτων, χωρίς να υπονομεύεται ο γενικός χαρακτήρας των προγραμμάτων προώθησης.

- Τα προγράμματα προώθησης θα πρέπει να προβάλλουν την ευρωπαϊκή διάσταση, ως προς τον αντίκτυπο και το περιεχόμενο, και το κύριο μήνυμά τους να επικεντρώνεται στην Ένωση, συμπληρώνοντας έτσι τις δράσεις που υλοποιούνται από τα κράτη μέλη και τον ιδιωτικό τομέα.
- Για την καλύτερη αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των μέτρων προώθησης έχουν καθοριστεί δείκτες παρακολούθησης εκροών, αποτελεσμάτων και αντίκτυπου.
- Άλλη σημαντική πτυχή της μεταρρύθμισης είναι η απλούστευση των διαδικασιών:
  - ορισμένα εκτελεστικά καθήκοντα μεταβιβάστηκαν από την Επιτροπή στον Εκτελεστικό Οργανισμό για τους Καταναλωτές, την Υγεία, τη Γεωργία και τα Τρόφιμα (εφεξής «CHAFEA») <sup>4</sup>, για λόγους οικονομικής αποδοτικότητας·
  - απλουστεύθηκαν οι διοικητικές διαδικασίες, μέσω της κατάργησης της διαδικασίας επιλογής σε δύο στάδια, η οποία στο παρελθόν περιελάμβανε επίσης προεπιλογή από τα κράτη μέλη·
  - εξορθολογίστηκαν επίσης οι διαδικασίες και ενισχύθηκε ο επαγγελματικός χαρακτήρας τους. Μετά τη δημοσίευση των προσκλήσεων, οι προτάσεις για προγράμματα υποβάλλονται ηλεκτρονικά και αξιολογούνται από τον CHAFEA με τη συνδρομή εξωτερικών εμπειρογνομόνων-αξιολογητών, ειδικευμένων στα τρόφιμα και την εμπορία·
  - η Επιτροπή επιλέγει τις προτάσεις βάσει της αξιολόγησης που διενεργούν οι εξωτερικοί αξιολογητές και ακολουθεί αυστηρά τη σειρά κατάταξης των προτάσεων που εκείνοι καθορίζουν·
  - τα πολυπρογράμματα τελούν υπό τη διαχείριση του CHAFEA για λόγους διευκόλυνσης της διαχείρισής τους, ενώ τα απλά προγράμματα εξακολουθούν να τελούν υπό τη διαχείριση των αρμόδιων εθνικών αρχών υπό καθεστώς επιμερισμένης διαχείρισης. Επίσης, έχει επεκταθεί η εντολή του CHAFEA ούτως ώστε να περιλαμβάνει τον συντονισμό των ενεργειών που αναλαμβάνονται με πρωτοβουλία της Επιτροπής, όπως οι εκστρατείες επικοινωνίας, η συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις, οι αποστολές υψηλού επιπέδου.

---

<sup>4</sup> 2014/927/EE: Εκτελεστική απόφαση της Επιτροπής, της 17ης Δεκεμβρίου 2014, για την τροποποίηση της εκτελεστικής απόφασης 2013/770/EE με σκοπό τη μετατροπή του «Εκτελεστικού Οργανισμού για τους Καταναλωτές, την Υγεία και τα Τρόφιμα» σε «Εκτελεστικό Οργανισμό για τους Καταναλωτές, την Υγεία, τη Γεωργία και τα Τρόφιμα» (EE L 363 της 18.12.2014, σ. 183).

### 3. ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ

#### 3.1 Το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας

Το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας είναι εκτελεστική απόφαση<sup>5</sup>, για την εκπόνηση της οποίας η Επιτροπή συνεπικουρείται από την επιτροπή για την κοινή οργάνωση των γεωργικών αγορών.

Το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας έχει αποδειχθεί αποτελεσματικό εργαλείο για την επίτευξη δυναμικής και στοχευμένης πολιτικής προώθησης· κάθε χρόνο ευθυγραμμίζεται με τις εξελισσόμενες ανάγκες και ευκαιρίες του τομέα, καθορίζοντας προτεραιότητες με ενδεικτικό προϋπολογισμό που προορίζεται ειδικά για αυτές.

Οι υπηρεσίες της Επιτροπής έχουν καθιερώσει ανοικτή διαδικασία διαβουλεύσεων με σκοπό τον καθορισμό των στρατηγικών προτεραιοτήτων όσον αφορά τις γεωγραφικές αγορές, τα προς διάδοση μηνύματα και τους προς προώθηση τομείς. Οι προτεραιότητες όσον αφορά τις αγορές καθορίζονται με βάση τους στόχους του κανονισμού, ήτοι την αύξηση του αριθμού των δραστηριοτήτων με στόχο τρίτες χώρες στις οποίες εντοπίζεται το υψηλότερο δυναμικό ανάπτυξης. Στην εσωτερική αγορά, κύριος στόχος είναι η ενημέρωση των καταναλωτών για τα υψηλά πρότυπα των ενωσιακών προϊόντων, καθώς και για τα ενωσιακά συστήματα ποιότητας και τα συναφή σύμβολα, συγκεκριμένα δε για τη βιολογική παραγωγή, τις προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (ΠΓΕ), τις προστατευόμενες ονομασίες προέλευσης (ΠΟΠ), τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα (ΕΠΙΠ), τα «προϊόντα ορεινής παραγωγής» και τον λογότυπο για τα προϊόντα των εξόχως απόκεντρων περιοχών. Για τρίτες χώρες, οι υπηρεσίες της Επιτροπής διενεργούν μακροοικονομική ανάλυση της προβλεπόμενης αύξησης των εισαγωγών, καθώς και αξιολόγηση της πολιτικής για τις συμφωνίες ελεύθερων συναλλαγών (ΣΕΣ) και την αναμενόμενη άρση των υγειονομικών και φυτοϋγειονομικών φραγμών. Πράγματι, τα προγράμματα προώθησης μπορούν να συμβάλλουν στην προετοιμασία του εδάφους για μελλοντικές εξαγωγές σε αγορές τρίτων χωρών πολύ πριν από τη σύναψη ή την έναρξη ισχύος μιας ΣΕΣ. Επίσης, οι υπηρεσίες της Επιτροπής ζητούν συστηματικά γραπτώς, μέσω της επιτροπής για την κοινή οργάνωση των γεωργικών αγορών, τη γνώμη των κρατών μελών για θέματα προώθησης. Ζητούν επίσης συστηματικά τη γνώμη των ενδιαφερόμενων μερών μέσω των ομάδων διαλόγου με τους πολίτες, και λαμβάνουν πολλές συνεισφορές από τον αγροδιατροφικό τομέα και τον κοινωνικοεπαγγελματικό τομέα.<sup>6</sup>

Επιπροσθέτως, έχει αποδειχθεί η ικανότητα ανταπόκρισης της πολιτικής όσον αφορά τη διάθεση *ad hoc* κονδυλίων σε τομείς που αντιμετωπίζουν δυσκολίες, όπως οι τομείς των γαλακτοκομικών προϊόντων και του χοίρειου κρέατος το 2016 και το 2017 ή του αιγοπρόβειου κρέατος το 2017. Τα προγράμματα προώθησης έχουν αποδειχθεί χρήσιμο εργαλείο όσον αφορά τη στήριξη των προσπάθειών που καταβάλλουν οι γεωργοί και ο αγροδιατροφικός τομέας για να κατακτήσουν νέες αγορές, να κερδίσουν μερίδια αγοράς και

<sup>5</sup> [https://ec.europa.eu/info/promotion-eu-farm-products\\_en#annualworkprogramme](https://ec.europa.eu/info/promotion-eu-farm-products_en#annualworkprogramme)

<sup>6</sup> Π.χ. Copa Cogeca, Europatat, Interbev, Arelfh, Epha, FoodDrinkEurpe, Freshfel, Interfel, Cdl, Ceev, Clitravi Via Campesina, Flowers Auctions, Slow food, AVEC.

να αυξήσουν τις εξαγωγές με στόχο, μεσοπρόθεσμα, την αποκατάσταση της κατάστασης της αγοράς.

Τέλος, χάρη στα ετήσια προγράμματα εργασίας, το καθεστώς ενισχύσεων για την προώθηση έχει συνεισφέρει επίσης σε άλλους ευρύτερους στόχους πολιτικής. Ιδίως δε, δέσμευσε δημοσιονομικά κονδύλια ειδικά για τη συγχρηματοδότηση προγραμμάτων για τη βιώσιμη γεωργία, στηρίζοντας έτσι τις προσπάθειες που καταβάλλει η Επιτροπή για να συμβάλει στην επίτευξη των στόχων βιώσιμης ανάπτυξης για το 2030 και στην εφαρμογή της συμφωνίας των Παρισίων για το κλίμα. Δέσμευσε επίσης κονδύλια ειδικά για τη συγχρηματοδότηση προγραμμάτων για την προώθηση υγιεινών διατροφικών συνηθειών και υγιεινού διαιτολογίου, σύμφωνα με τη στρατηγική της Επιτροπής για τη διατροφή, το υπερβολικό βάρος, την παχυσαρκία και άλλα συναφή θέματα υγείας.

## **3.2 Τα προγράμματα προώθησης**

### **3.2.1 Εισαγωγή**

Ένα πρόγραμμα προώθησης είναι μια συνεκτική δέσμη δράσεων που αποσκοπούν στην παροχή ενημέρωσης για κάποιο προϊόν/τομέα/σύστημα ή στην προώθηση ενός προϊόντος/τομέα/συστήματος. Εφαρμόζεται σε περίοδο διάρκειας ενός έτους τουλάχιστον, αλλά όχι μεγαλύτερης των τριών ετών. Μπορεί να περιλαμβάνει, ενδεικτικά, διαφημιστικές εκστρατείες στον Τύπο, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο ή το Διαδίκτυο· δράσεις προώθησης στα σημεία πώλησης· εκστρατείες δημοσίων σχέσεων· συμμετοχή σε εκθέσεις και εμποροπανηγύρεις, και μια σειρά άλλων δραστηριοτήτων. Μπορεί να έχει τη μορφή εκστρατείας B2B (από επιχείρηση προς επιχείρηση) ή εκστρατείας B2C (από επιχείρηση προς καταναλωτή).

Υπάρχουν δύο τύποι προγραμμάτων προώθησης. Απλό πρόγραμμα είναι το πρόγραμμα προώθησης που υποβάλλεται από μία ή περισσότερες προτείνουσες οργανώσεις από το ίδιο κράτος μέλος. Πολυπρόγραμμα είναι το πρόγραμμα που υποβάλλεται από τουλάχιστον δύο προτείνουσες οργανώσεις από τουλάχιστον δύο κράτη μέλη ή από μία ή περισσότερες οργανώσεις σε επίπεδο ΕΕ.

### **3.2.2 Στατιστικά στοιχεία για τις προσκλήσεις υποβολής προτάσεων**

Το έγγραφο εργασίας των υπηρεσιών της Επιτροπής που συνοδεύει την παρούσα έκθεση παρέχει λεπτομερέστερες πληροφορίες σχετικά με τις επιχορηγήσεις που δόθηκαν κατά την περίοδο αναφοράς, συμπεριλαμβανομένου συγκεκριμένα του αριθμού των επιτυχών αιτήσεων ανά κράτος μέλος. Αναλυτικά στατιστικά στοιχεία για τις προσκλήσεις υποβολής προτάσεων διατίθενται επίσης στον ιστότοπο του CHAFEA.<sup>7</sup>

Το **2016** – το πρώτο έτος εφαρμογής της μεταρρυθμισμένης πολιτικής προώθησης – ο CHAFEA έλαβε 226 προτάσεις (199 για απλά προγράμματα και 27 για πολυπρογράμματα) μετά τη δημοσίευση των προσκλήσεων υποβολής προτάσεων.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> <https://ec.europa.eu/chafea/agri/content/previous-programmes>

<sup>8</sup> Πρόσκληση υποβολής προτάσεων 2016 — Απλά προγράμματα — Ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 (ΕΕ C 41 της 4.2.2016, σ. 4–19) και πρόσκληση υποβολής προτάσεων 2016 — Πολυπρογράμματα — Επιχορηγήσεις για ενέργειες

Τον μεγαλύτερο αριθμό προτάσεων στο πλαίσιο της πρόσκλησης υποβολής προτάσεων για απλά προγράμματα υπέβαλαν οργανώσεις από την Ιταλία και την Ελλάδα. Καμία πρόταση δεν ελήφθη από το Λουξεμβούργο, τη Μάλτα και τη Σουηδία.

Μετά την ανακατανομή των μη χρησιμοποιηθέντων δημοσιονομικών κονδυλίων σύμφωνα με το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας και την ανακατανομή του προϋπολογισμού που είχε διατεθεί για σοβαρή διατάραξη της αγοράς, σύμφωνα με τους κανόνες που ανακοινώθηκαν στο ετήσιο πρόγραμμα εργασίας, επιλέχθηκαν συνολικά 60 απλά προγράμματα.

Εγκρίθηκαν προτάσεις από 16 κράτη μέλη. Η χώρα με τους περισσότερους δικαιούχους ήταν η Ιταλία (10), ενώ ακολουθούσαν η Γαλλία και η Ελλάδα με 8 δικαιούχους έκαστη. Δεν έγιναν δεκτές οι προτάσεις αιτούντων από 9 κράτη μέλη (Βουλγαρία, Κύπρο, Τσεχική Δημοκρατία, Εσθονία, Φινλανδία, Ουγγαρία, Ρουμανία, Σλοβακία και Ηνωμένο Βασίλειο). Το 25% του προϋπολογισμού διατέθηκε σε επιλεγμένα προγράμματα από την Ιταλία, το 17,4% για τα ελληνικά προγράμματα και το 9,6% για τα γαλλικά προγράμματα.

Δεκατέσσερα (14) προγράμματα αφορούσαν την προώθηση των «Οπωροκηπευτικών» και απορρόφησαν το 30,1% του προϋπολογισμού, ενώ τα ανάμεικτα προϊόντα (13 προγράμματα) έλαβαν περίπου το ένα τέταρτο του διαθέσιμου προϋπολογισμού. Το κρέας και τα παρασκευάσματα κρέατος (12 προγράμματα) αντιπροσωπεύουν το 17,1% του προϋπολογισμού, με τα γαλακτοκομικά προϊόντα να ακολουθούν: 7 προτάσεις που αντιπροσωπεύουν το 14,8% του προϋπολογισμού. Το πολυπρόγραμμα που πρότειναν το Ηνωμένο Βασίλειο και η Δανία για την προώθηση της βιολογικής παραγωγής έλαβε το ήμισυ του διαθέσιμου προϋπολογισμού.

Μετά τη δημοσίευση των προσκλήσεων υποβολής προτάσεων **2017**<sup>9</sup>, υποβλήθηκαν 189 προτάσεις για απλά προγράμματα και 35 προτάσεις για πολυπρογράμματα.

Τον μεγαλύτερο αριθμό προτάσεων για απλά προγράμματα υπέβαλαν οργανώσεις από την Ιταλία, την Ελλάδα και τη Γαλλία. Καμία πρόταση δεν ελήφθη από την Εσθονία, τη Φινλανδία, το Λουξεμβούργο, τη Μάλτα και τη Σλοβακία.

Ισχυρή ήταν η εκπροσώπηση των τομέων του κρέατος και των γαλακτοκομικών προϊόντων λόγω των συγκεκριμένων θεμάτων στο ετήσιο πρόγραμμα εργασίας (42,1% της συνολικής ζητηθείσας χρηματοδότησης): πολλές ήταν επίσης οι προτάσεις που αφορούσαν «ανάμεικτα προϊόντα» λόγω της απαιτούμενης προσέγγισης του «καλαθιού» για το κρασί (περίπου το 20% της ζητηθείσας χρηματοδότησης).

Μετά την ανακατανομή του προϋπολογισμού για ενέργειες σε περίπτωση σοβαρής διατάραξης της αγοράς και την ανακατανομή των αχρησιμοποίητων δημοσιονομικών κονδυλίων σύμφωνα με το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας, επιλέχθηκαν 53<sup>10</sup> απλά προγράμματα και 10<sup>11</sup> πολυπρογράμματα.

---

ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 (ΕΕ C 41 της 4.2.2016, σ. 20–32).

<sup>9</sup> Πρόσκληση υποβολής προτάσεων 2017 — Απλά προγράμματα και πολυπρογράμματα — Επιχορηγήσεις για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ C 9 της 12.1.2017, σ. 7–22 και ΕΕ C 9 της 12.1.2017, σ. 23–37).

<sup>10</sup> Δεν υπογράφηκε συμφωνία επιχορήγησης για ένα εγκεκριμένο πρόγραμμα, με αποτέλεσμα η σχετική επιχορήγηση να διατεθεί στις δύο πρώτες προτάσεις για προγράμματα που περιλαμβάνονταν στον

Οργανώσεις από τη Γαλλία έλαβαν 17 επιχορηγήσεις (από 23 αιτήσεις που υποβλήθηκαν) από τις 53 προτάσεις που έλαβαν επιχορήγηση για απλά προγράμματα, αντιπροσωπεύοντας συνολικά το 36% του προϋπολογισμού. 10 επιχορηγήσεις (16 αιτήσεις) που αντιπροσώπευαν το 29% του προϋπολογισμού χορηγήθηκαν σε δικαιούχους από την Ισπανία. Παρότι οι αιτούντες από την Ιταλία και την Ελλάδα υπέβαλαν τον μεγαλύτερο αριθμό προτάσεων (36 και 30 αντίστοιχα), οι εν λόγω χώρες έλαβαν 4 επιχορηγήσεις έκαστη. Συντονιστές των μισών από τα επιλεγμένα πολυπρογράμματα ήταν δικαιούχοι από τη Γαλλία.

Το μεγαλύτερο ποσοστό του προϋπολογισμού για τα απλά προγράμματα (23,1%) διατέθηκε σε 10 προγράμματα τα οποία προωθούν την προσέγγιση του «καλαθιού προϊόντων». Με μικρή διαφορά έπονταν τα γαλακτοκομικά προϊόντα με 9 προγράμματα και το 22,1% του προϋπολογισμού. 3 προγράμματα με στόχο το ελαιόλαδο έλαβαν το 16,5% του προϋπολογισμού, ενώ για την προώθηση των οπωροκηπευτικών διατέθηκε ποσοστό 13,1% (8 προγράμματα). Περίπου το 19% του προϋπολογισμού διατέθηκε για την προώθηση των οπωροκηπευτικών μέσω πολυπρογραμμάτων, ενώ πολυπρόγραμμα για την προώθηση του αιγοπρόβειου κρέατος έλαβε το 18% του προϋπολογισμού.

Όσον αφορά τα προγράμματα προώθησης του **2018**, οι συμφωνίες επιχορήγησης δεν είχαν υπογραφεί ακόμη κατά τη χρονική στιγμή σύνταξης της παρούσας έκθεσης. Συνεπώς, στη συνέχεια παρατίθενται μόνο τα στατιστικά στοιχεία για τις υποβληθείσες προτάσεις και τα αποτελέσματα της επιλογής.

Μετά τη δημοσίευση των προσκλήσεων υποβολής προτάσεων<sup>12</sup>, ο CHAFEA έλαβε 182 προτάσεις (146 για απλά προγράμματα, 36 για πολυπρογράμματα).

Τον μεγαλύτερο αριθμό προτάσεων για απλά προγράμματα υπέβαλαν οργανώσεις από την Ιταλία, τη Γαλλία, και την Ελλάδα. Καμία αίτηση δεν ελήφθη από την Αυστρία, την Εσθονία, τη Σλοβακία, τη Μάλτα, τη Σουηδία, το Λουξεμβούργο, την Κροατία και την Ουγγαρία.

Οι προτάσεις για την προώθηση των οπωροκηπευτικών αντιπροσώπευαν το 27% του διαθέσιμου προϋπολογισμού, οι προτάσεις για την προώθηση του κρέατος και των προϊόντων κρέατος το 17% και οι προτάσεις για την προώθηση των γαλακτοκομικών προϊόντων το 14%, αποτελώντας συνολικά το 58% της συνεισφοράς της ΕΕ. Πολλές ήταν επίσης οι προτάσεις που αφορούσαν «ανάμεικτα προϊόντα» λόγω της απαιτούμενης προσέγγισης του «καλαθιού» για το κρασί (28% του προϋπολογισμού).

Μετά την ανακατανομή του προϋπολογισμού για ενέργειες σε περίπτωση σοβαρής διατάραξης της αγοράς και την ανακατανομή των αχρησιμοποίητων δημοσιονομικών κονδυλίων σύμφωνα με το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας, εγκρίθηκαν 58 προτάσεις για απλά προγράμματα.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις, δεδομένου ότι δεν έχουν υπογραφεί ακόμη οι συμφωνίες επιχορήγησης, οι ιταλικές οργανώσεις αναμένεται να λάβουν 18 επιχορηγήσεις από τις συνολικά 58 επιχορηγήσεις (και από τις 31 προτάσεις που υποβλήθηκαν από ιταλικές

---

εφεδρικό κατάλογο προτάσεων του παραρτήματος II της εκτελεστικής απόφασης C(2017) 6934 της Επιτροπής.

<sup>11</sup> Τα πρόσθετα δημοσιονομικά κονδύλια που διατέθηκαν έδωσαν τη δυνατότητα να χρηματοδοτηθεί μία ακόμη πρόταση από τον εφεδρικό κατάλογο.

<sup>12</sup> ΕΕ C 9 της 12.1.2018, σ. 15–31 και σ. 32–49.

οργανώσεις), οι οποίες αντιπροσωπεύουν το 35% του προϋπολογισμού. Αιτούντες από τη Γαλλία αναμένεται να λάβουν 11 επιχορηγήσεις (20 αιτήσεις), οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου το 14% του προϋπολογισμού. Στην τρίτη θέση ως προς τον αριθμό επιλεγμένων προγραμμάτων και την ποσοστιαία συνεισφορά της ΕΕ αναμένεται να είναι αιτούντες από την Ελλάδα, ενώ στην τέταρτη θέση αιτούντες από την Ισπανία. Καμία επιχορήγηση δεν εγκρίθηκε στους αιτούντες από τη Γερμανία, τη Φινλανδία, τη Λετονία και τη Σλοβενία.

Ο τομέας των οπωροκηπευτικών με 17 αιτήσεις προβλέπεται να λάβει το 31,2% του προϋπολογισμού, ο τομέας του κρέατος και των παρασκευασμάτων κρέατος το 22,7% (12 επιχορηγήσεις), ο τομέας των τυροκομικών και γαλακτοκομικών προϊόντων το 19,5% (13 επιχορηγήσεις) και το καλάθι προϊόντων το 19,2% του διαθέσιμου προϋπολογισμού (10 επιχορηγήσεις). Η πλειονότητα των προγραμμάτων που αξιολογήθηκαν θετικά προκειμένου να λάβουν επιχορήγηση αφορούν τους τέσσερις αυτούς τομείς, οι οποίοι απορροφούν τη μερίδα του λέοντος του διαθέσιμου προϋπολογισμού.

Επιχορήγηση προβλέπεται να χορηγηθεί σε 21 προτάσεις για πολυπρογράμματα, 15 εκ των οποίων αφορούν συγκεκριμένα την εσωτερική αγορά. Όσον αφορά τους συντονιστές, δικαιούχοι από τη Γαλλία και την Ιταλία συντονίζουν ο καθένας τέσσερα προγράμματα· οργανώσεις από το Βέλγιο και την Ελλάδα θα συντονίσουν η καθεμία 3 από τα επιλεγμένα πολυπρογράμματα.

Τα προγράμματα για το κρασί, τον μηλίτη και το ξύδι προβλέπεται ότι θα λάβουν το 26% του προϋπολογισμού, τα προγράμματα για τα τυροκομικά και γαλακτοκομικά προϊόντα το 21%, ενώ το καλάθι προϊόντων και τα οπωροκηπευτικά θα λάβουν το καθένα το 18% του διαθέσιμου προϋπολογισμού.

### **3.2.3 Επισκόπηση των προσκλήσεων υποβολής προτάσεων**

Ο μεγάλος αριθμός προτάσεων που ελήφθησαν μετά τη δημοσίευση των προσκλήσεων υποβολής προτάσεων το 2016, το 2017 και το 2018 καταδεικνύει ότι υπάρχει πραγματικό ενδιαφέρον για το σύστημα. Επιπροσθέτως, οι συμμετέχοντες επικρότησαν σε μεγάλο βαθμό την απλούστευση της διαδικασίας υποβολής και τα εργαλεία που έχουν τεθεί στη διάθεση των αιτούντων προκειμένου να τους βοηθήσουν να υποβάλουν τις προτάσεις τους.

Οι προτάσεις αξιολογούνται από 3 ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες βάσει των διαφόρων κριτηρίων που προβλέπονται στις προσκλήσεις. Όλες οι επιλέξιμες προτάσεις κατατάσσονται σύμφωνα με τη συνολική βαθμολογία που λαμβάνουν. Η πρόταση ή οι προτάσεις που βρίσκονται στην κορυφή της κατάταξης λαμβάνουν συγχρηματοδότηση, ανάλογα με τον διαθέσιμο προϋπολογισμό. Ο Εκτελεστικός Οργανισμός για τους Καταναλωτές, την Υγεία, τη Γεωργία και τα Τρόφιμα δεν παρεκκλίνει από τους πίνακες κατάταξης της επιτροπής αξιολόγησης· το ίδιο ισχύει και για την Επιτροπή όσον αφορά την επιλογή απλών προγραμμάτων. Ούτε τα ετήσια προγράμματα εργασίας ούτε οι προσκλήσεις υποβολής προτάσεων περιλαμβάνουν στα κριτήρια παροχής επιχορηγήσεων την κατανομή των δημοσιονομικών κονδυλίων μεταξύ των κρατών μελών.

Η επιλογή των προτάσεων εξαρτάται από την ποιότητά τους, ήτοι από το πόσο καλά πληρούνται τα κριτήρια των προσκλήσεων. Άλλος σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιτυχία των προτάσεων είναι το επίπεδο ανταγωνισμού εντός του θεματικού τομέα για τον οποίο υποβλήθηκαν.

Από τα στατιστικά στοιχεία για τον τύπο των συμμετεχόντων προκύπτει ότι δεν συμμετέχουν μόνο οι γνωστές διεπαγγελματικές οργανώσεις, αλλά και μεγάλος αριθμός οργανώσεων παραγωγών ή ενώσεων οργανώσεων παραγωγών, ομάδων παραγωγών και μεταποιητών που δραστηριοποιούνται στον τομέα των γεωργικών ενδείξεων, κ.λπ.

Τα πρώτα υλικά προώθησης που ελήφθησαν από υλοποιούμενα προγράμματα καταδεικνύουν ότι το πραγματικό κύριο μήνυμα των εκστρατειών επικεντρώνεται στην Ένωση και, επομένως, συμβάλλουν στη μεγαλύτερη προβολή της ΕΕ. Τα μηνύματα παρέχουν πληροφορίες για τα ευρωπαϊκά πρότυπα παραγωγής, την ποιότητα και την ασφάλεια των ευρωπαϊκών προϊόντων, καθώς και τα συστήματα ποιότητας της ΕΕ, προσδίδοντας έτσι προστιθέμενη αξία στην πολιτική προώθησης της ΕΕ.

Αναλυτικές πληροφορίες για τα επιλεγμένα προγράμματα (ονόματα δικαιούχων, προϋπολογισμός, τομέας προϊόντων, στοχευόμενες χώρες, μηνύματα, στατιστικά στοιχεία) διατίθενται στον ιστότοπο του CHAFEA<sup>13</sup>, όπου παρουσιάζονται επίσης παραδείγματα<sup>14</sup> εκστρατειών, με εικόνες, φωτογραφίες των δράσεων που υλοποιήθηκαν, πρώτα αποτελέσματα, κ.λπ.

### **3.3 Ενέργειες με πρωτοβουλία της Επιτροπής**

Στις ενέργειες με πρωτοβουλία της Επιτροπής περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, αποστολές υψηλού επιπέδου, συμμετοχή σε εμπορικές και άλλες εκθέσεις διεθνούς σημασίας, με εκθεσιακά περίπτερα ή δραστηριότητες που αποσκοπούν να αναδείξουν την εικόνα των προϊόντων της Ένωσης, συμπεριλαμβανομένων των εκστρατειών επικοινωνίας. Περιλαμβάνεται επίσης η ανάπτυξη υπηρεσιών τεχνικής υποστήριξης.

#### **3.3.1 Αποστολές υψηλού επιπέδου**

Στόχος των αποστολών υψηλού επιπέδου είναι να διευκολύνουν την πρόσβαση των ευρωπαϊκών γεωργικών προϊόντων διατροφής στις αγορές. Οι εν λόγω αποστολές περιλαμβάνουν συνήθως υψηλού επιπέδου πολιτικές συναντήσεις στις οποίες συμμετέχουν μέλη της Επιτροπής και εντατικό πρόγραμμα που αφορά τις επιχειρήσεις για τους επικεφαλής εκπροσώπους των εξαγωγέων της ΕΕ και του αγροδιατροφικού τομέα. Η πολιτική ατζέντα περιλαμβάνει γενικά συζητήσεις για εμπορικές συμφωνίες, για θέματα σχετικά με το εμπόριο και την πρόσβαση στην αγορά, τους υγειονομικούς, φυτοϋγειονομικούς (εφεξής «SPS») και τεχνικούς φραγμούς στο εμπόριο (εφεξής «TBT»), συζητήσεις για τη βιολογική παραγωγή, τις γεωγραφικές ενδείξεις, κ.λπ. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες επικεντρώνονται συνήθως στη βελτίωση της πληροφόρησης για την εκάστοτε αγορά μέσω στοχευμένων σεμιναρίων και εργαστηρίων, επισκέψεων σε σημεία λιανικής πώλησης και επιτόπιων επισκέψεων, οι οποίες συμπληρώνονται συνήθως με συσκέψεις μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) ή επιχειρηματικά φόρα.

Οι συμμετέχοντες στις εν λόγω αποστολές επιλέγονται μέσω προσκλήσεων υποβολής υποψηφιοτήτων, με βάση διάφορα κριτήρια, ιδίως τη γεωγραφική και τομεακή ισορροπία, καθώς και την ισορροπία μεταξύ ΜΜΕ και μεγαλύτερων εταιρειών, αλλά και μεταξύ εθνικών και ευρωπαϊκών κεντρικών οργανώσεων.

<sup>13</sup> <https://ec.europa.eu/CHAFEA/agri/campaigns/map-and-statistics-target-countries>

<sup>14</sup> <https://ec.europa.eu/CHAFEA/agri/content/info-day-calls-proposals-2018>

Από την έναρξη ισχύος του κανονισμού, η Επιτροπή έχει υλοποιήσει τις ακόλουθες δράσεις προώθησης με δική της πρωτοβουλία:

- Αποστολή υψηλού επιπέδου στην Κολομβία και το Μεξικό (42 εκπρόσωποι επιχειρήσεων από 14 κράτη μέλη), 7-12 Φεβρουαρίου 2016·
- Αποστολή υψηλού επιπέδου στην Κίνα και την Ιαπωνία (45 εκπρόσωποι επιχειρήσεων από 15 κράτη μέλη), 16-22 Απριλίου 2016·
- Αποστολή υψηλού επιπέδου στο Βιετνάμ (42 συμμετέχοντες), τη Σιγκαπούρη (36 συμμετέχοντες) και την Ινδονησία (38 συμμετέχοντες), 2-9 Νοεμβρίου 2016·
- Αποστολή υψηλού επιπέδου στον Καναδά (60 συμμετέχοντες), 30 Απριλίου – 3 Μαΐου 2017·
- Αποστολή υψηλού επιπέδου στο Ιράν (42 συμμετέχοντες) και τη Σαουδική Αραβία (44 συμμετέχοντες), 7-13 Νοεμβρίου 2017·
- Αποστολή υψηλού επιπέδου στην Κίνα (65 εκπρόσωποι επιχειρήσεων), 14-19 Μαΐου 2018.

Ύστερα από κάθε αποστολή, οι υπηρεσίες της Επιτροπής διενεργούσαν έρευνα μεταξύ των συμμετεχόντων προκειμένου να αξιολογήσουν τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο. Το μέσο ποσοστό ικανοποίησης μεταξύ των εκπροσώπων επιχειρήσεων κυμαίνεται γενικά άνω του 90%. Οι περισσότεροι εκπρόσωποι επιχειρήσεων επιβεβαίωσαν ότι οι επαφές που πραγματοποίησαν κατά τη διάρκεια της αποστολής διευκόλυναν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και συνέβαλαν στην προώθηση των επιχειρηματικών στόχων τους.

### **3.3.2 Περίπτερα της ΕΕ σε μεγάλες διεθνείς εκθέσεις γεωργίας, τροφίμων, ποτών και φιλοξενίας**

Η Επιτροπή οργανώνει περίπτερα της ΕΕ σε επιλεγμένες μεγάλες διεθνείς εκθέσεις γεωργίας, τροφίμων, ποτών και φιλοξενίας με στόχο να αναδείξει την αριστεία των ευρωπαϊκών γεωργικών προϊόντων διατροφής.

- Περίπτερο της ΕΕ στην έκθεση SIAL του Καναδά στο Τορόντο, 2-4 Μαΐου 2017·
- Περίπτερο της ΕΕ στην έκθεση SIAL της Μέσης Ανατολής, 12-14 Δεκεμβρίου 2017·
- Περίπτερο της ΕΕ στην έκθεση SIAL της Κίνας, 16-18 Μαΐου 2018.

### **3.3.3 Πληροφοριακά σεμινάρια SPS**

Τα πληροφοριακά σεμινάρια SPS πραγματοποιούνται συνήθως με τη συμμετοχή ομάδων-στόχων που αποτελούνται από δημόσιους υπαλλήλους, μεγάλους εισαγωγείς, εμπόρους λιανικής και διανομείς, καθώς και εξειδικευμένους δημοσιογράφους κυρίως σε τρίτες χώρες. Οι εκδηλώσεις αυτές σχεδιάζονται στο πλαίσιο της πολιτικής προώθησης με σκοπό την παροχή διευκρινίσεων και τη διάδοση πληροφοριών για τα υγειονομικά και φυτοϋγειονομικά (SPS) πρότυπα ασφάλειας τροφίμων που εφαρμόζει η ΕΕ, έχοντας ως απώτερο στόχο την ενίσχυση των εξαγωγών γεωργικών προϊόντων διατροφής. Τα εν λόγω σεμινάρια SPS που σχετίζονται με την προώθηση συνοδεύονται ενίοτε από εκθέσεις προϊόντων και γαστρονομικές επιδείξεις με στόχο την ανάδειξη των υψηλών προτύπων παραγωγής της ΕΕ, καθώς και της πλούσιας γαστρονομικής κληρονομιάς της. Μέχρι στιγμής, η Επιτροπή έχει

διοργανώσει ένα σεμινάριο στην Κορέα, το οποίο πραγματοποιήθηκε στις 20-21 Μαρτίου 2018.

### **3.3.4 Εκστρατείες επικοινωνίας**

Πρωταρχικός στόχος των εκστρατειών επικοινωνίας είναι η παρακολούθηση των διαφόρων δραστηριοτήτων προώθησης που έχουν ήδη αναληφθεί σε δεδομένη χώρα-στόχο (ιδίως αποστολές υψηλού επιπέδου) ή η πραγματοποίηση επαφών με ομάδες-στόχους σε χώρες τις οποίες δεν έχει επισκεφτεί ακόμη αντιπροσωπεία επιχειρηματιών υπό την καθοδήγηση της ΕΕ. Οι εν λόγω εκστρατείες σχεδιάζονται με στόχο την προώθηση των γεωργικών προϊόντων διατροφής της ΕΕ.

### **3.3.5 Οι υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης**

Η τεχνική υποστήριξη συνίσταται στην παροχή σχετικών πληροφοριών στην ειδική διαδικτυακή πύλη και στη διοργάνωση εκδηλώσεων και άλλων δραστηριοτήτων επικοινωνίας.

Έχει δημιουργηθεί διαδικτυακή πύλη με στόχο να βοηθήσει τους δυνητικούς αιτούντες να κατανοήσουν την πολιτική προώθησης και τις διάφορες πτυχές της υποβολής προτάσεων. Παρέχει επίσης παραδείγματα ορθής πρακτικής, καθώς και πληροφορίες σχετικά με όλα τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα από το 2014. Επιπροσθέτως, η διαδικτυακή πύλη περιέχει μια πλατφόρμα η οποία βοηθά δυνητικούς αιτούντες να αναζητήσουν εταιρείες για από κοινού υποβολή προτάσεων. Ο δεύτερος στόχος της διαδικτυακής πύλης είναι η προαγωγή της γνώσης των διαφόρων αγορών μέσω της διάθεσης εκθέσεων με κατάλληλα προσαρμοσμένη πληροφόρηση για τις αγορές και άλλων συναφών πληροφοριών οι οποίες αφορούν βασικές χώρες-στόχους που περιλαμβάνονται στα ετήσια προγράμματα εργασίας, όπως πληροφορίες για την πρόσβαση στην αγορά, κανονισμούς SPS, προστασία δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας (ΔΔΙ), κ.λπ.

Μέχρι στιγμής, έχουν εγγραφεί ως χρήστες της διαδικτυακής πύλης πάνω από 1.200 ενδιαφερόμενοι φορείς του αγροδιατροφικού τομέα της ΕΕ, οι οποίοι στην πλειονότητά τους (κοντά στους 1.000) έχουν επίσης επιλέξει να λαμβάνουν μηνιαία ενημερωτικά δελτία. Ο αριθμός των επισκέψεων στη διαδικτυακή πύλη κυμαίνεται σε σχετικά σταθερά επίπεδα (μεταξύ 2.000 και 4.000), ενώ φτάνει τις 8.000 κατά την περίοδο υποβολής προτάσεων στις εκάστοτε προσκλήσεις. Στη διαδικτυακή πύλη διατίθενται επί του παρόντος οκτώ εγχειρίδια εισόδου στην αγορά, που αφορούν τον Καναδά, το Βιετνάμ, την Ινδονησία, το Ιράν, την Κίνα, τη Σαουδική Αραβία, την Ιαπωνία και τη Σιγκαπούρη, τα οποία καταφορτώνονται από 40 έως 200 φορές ετησίως.

Στη διαδικτυακή πύλη διατίθενται επίσης επί του παρόντος έξι διαδικτυακά σεμινάρια, τα οποία καλύπτουν θέματα που σχετίζονται με την υποβολή προτάσεων ή τις εξαγωγές γεωργικών προϊόντων διατροφής. Στα διαδικτυακά σεμινάρια συμμετέχουν κατά μέσο όρο περίπου 60 συμμετέχοντες, ενώ στη συνέχεια προβάλλονται 50-100 φορές μηνιαίως.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου υποβολής προτάσεων στις προσκλήσεις, που διαρκεί από τον Ιανουάριο έως τον Απρίλιο έκαστου έτους, το γραφείο υποστήριξης του CHAFEA απαντά σε ερωτήσεις που υποβάλλονται μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σχετικά με τους όρους της εκάστοτε πρόσκλησης. Το 2018, ο CHAFEA έλαβε 200 μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με 272 ερωτήσεις. Ο μέσος χρόνος αποστολής απάντησης είναι 1,8 εργάσιμες ημέρες. Στη διαδικτυακή πύλη υπάρχει επίσης ενότητα με συχνές ερωτήσεις, οι οποίες

επικαιροποιούνται σε εβδομαδιαία βάση κατά τη διάρκεια της περιόδου υποβολής προτάσεων.

Κάθε χρόνο, μετά τη λήξη της εκάστοτε πρόσκλησης, αποστέλλονται στους αιτούντες ερωτηματολόγια αξιολόγησης με τα οποία ζητούνται συμβουλές για τομείς που ενδεχομένως χρήζουν βελτίωσης. Το 2018 ελήφθησαν απαντήσεις από το 22% των αιτούντων. Το 79% όσων απάντησαν έμεινε ικανοποιημένο από την ηλεκτρονική υποβολή, ενώ το 76% έκρινε ότι οι διευκρινίσεις που παρέχονταν για τα κριτήρια αξιολόγησης ήταν σαφείς. Η συντριπτική πλειονότητα (86%) της παρεχόμενης τεκμηρίωσης σχετικά με τις προσκλήσεις αξιολογήθηκε ως χρήσιμη ή πολύ χρήσιμη.

Ο CHAFEA συνέβαλε ενεργά στην προβολή της πολιτικής προώθησης διοργανώνοντας κάθε χρόνο στις Βρυξέλλες ενημερωτική ημερίδα<sup>15</sup> (176 συμμετέχοντες το 2016, 230 το 2017, 230 το 2018). Πάνω από 30 ενημερωτικές ημερίδες διοργανώθηκαν επίσης σε διάφορα κράτη μέλη, σε κάθε μία εκ των οποίων έλαβαν μέρος 15-70 συμμετέχοντες<sup>16</sup>.

#### **4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Με βάση τα στατιστικά στοιχεία για τις αιτήσεις που αφορούν προγράμματα προώθησης, τη συμμετοχή σε αποστολές υψηλού επιπέδου από το 2016 και μετά, και τις απαντήσεις στα ερωτηματολόγια αξιολόγησης, φαίνεται ότι υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον για τη μεταρρυθμισμένη πολιτική προώθησης.

Επιπλέον, οι διαδικασίες αξιολόγησης που αφορούν τα προγράμματα προώθησης έχουν αποδειχθεί αποτελεσματικές, όσον αφορά την υποβολή, την αξιολόγηση και την εφαρμογή των μέτρων. Ακόμη, πολλοί ενδιαφερόμενοι έχουν εκφράσει τη γενικότερη ικανοποίησή τους για τη μεταρρυθμισμένη πολιτική.

Δεδομένου ότι η αξιολόγηση της μεταρρυθμισμένης πολιτικής προώθησης είναι δυνατή μόνο από το 2016 και μετά, θεωρείται πρόωρο στο στάδιο αυτό να προταθούν τροποποιήσεις. Όσον αφορά την έκθεση που απαιτείται δυνάμει του άρθρου 26 παράγραφος 2 του κανονισμού, για την οποία έχει δρομολογηθεί εξωτερική μελέτη αξιολόγησης<sup>17</sup>, θα εξεταστεί σε εύθετο χρόνο εάν η παρούσα έκθεση θα συνοδευτεί, ενδεχομένως, από κατάλληλες προτάσεις.

---

<sup>15</sup> <https://ec.europa.eu/CHAFEA/agri/newsroom-and-events/events>

<sup>16</sup> <https://ec.europa.eu/CHAFEA/agri/newsroom-and-events/events/info-days-member-states-calls-proposals-2018>

<sup>17</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2018-2665311\\_en](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2018-2665311_en)