

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee arvamus teemal „Roheline raamat põllumajandustoodete edendamise ja neist teavitamise kohta: Euroopa suure lisandväärtusega strateegia Euroopa maitsete edendamiseks” KOM(2011) 436 lõplik ja „Ettepanek: Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 3/2008 põllumajandussaaduste ja toodete teavitamis- ja müügieendusmeetmete kohta siseturul ja kolmandates riikides”

KOM(2011) 663 lõplik

(2012/C 43/13)

Raportöör: **Dilyana SLAVOVA**

14. juulil 2011 otsustas komisjon ja 27. oktoobril 2011 otsustas Euroopa Parlament ja 29. novembril 2011 otsustas nõukogu vastavalt Euroopa Liidu toimimise lepingu artikli 43 lõikele 2 ja artiklile 304 konsulteerida Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteega järgmises küsimuses:

„Roheline raamat põllumajandustoodete edendamise ja neist teavitamise kohta: Euroopa suure lisandväärtusega strateegia Euroopa maitsete edendamiseks”

KOM(2011) 436 lõplik

ja

„Ettepanek: Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 3/2008 põllumajandussaaduste ja toodete teavitamis- ja müügieendusmeetmete kohta siseturul ja kolmandates riikides”

KOM(2011) 663 lõplik.

Asjaomase töö ettevalmistamise eest vastutav põllumajanduse, maaelu arengu ja keskkonna sektsioon võttis arvamuse vastu 21. novembril 2011.

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee võttis täiskogu 476. istungjärgul 7.–8. detsembril 2011. aastal (7. detsembri istungil) vastu järgmise arvamuse. Poolt hääletas 188, vastu hääletas 2, erapooletuks jäi 5.

1. Järeldused ja soovitused

1.1 Euroopa Liidu toiduainetööstuse tooted on ainulaadsed oma kvaliteedi ja mitmekesisuse poolest. Ent avatud maailmaturul ei piisa hea turupositsiooni tagamiseks vaid suurepärase toiduainete ja jookide tootmisest. Kui selgitada tarbijatele ELi põllumajandustoodete kõrgeid kvaliteedistandardeid, soodustada eksporti ning teavitamis- ja müügieendusprogramme, võib see aidata Euroopa tootjatel toime tulla väljakutsetega, mis tekivad üha tihedama konkurentsiiga maailmas.

1.2 Praeguse põllumajandustoodete edendamise ja neist teavitamise poliitikaga on saavutatud häid tulemusi, ent Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee on veendunud, et seda tuleks veelgi lihtsustada ja parandada, et vastata paremini Euroopa ja maailma turgude nõudlusele ning rahuldada Euroopa tootjate vajadusi.

1.3 Komiteel on heameel dokumendi „Roheline raamat põllumajandustoodete edendamise ja neist teavitamise kohta: Euroopa suure lisandväärtusega strateegia Euroopa maitsete edendamiseks” üle. Komitee soovib komisjonil muuta toiduainetööstuse toodete edendamise poliitika tulevastel aastatel üheks komisjoni poliitiliseks prioriteediks nii sise- kui ka välis- turul.

1.4 Komitee toetab uue, sihtturule suunatud edendamispoliitika kahte põhimõtet eesmärki: ühelt poolt tarbijate

teavitamine ja nende teadlikkuse suurendamine ELi turul nii, et hinnatakse kõrgemaid tagatisi märgistamise, jälgitavuse ja toiduohutuse alal ning keskkonnakaitse, loomade heaolu ja töötajate õigustest kinnipidamise rangemaid nõudeid ning teiselt poolt ekspordi edendamine välis- turul.

1.5 Komitee tunnustab praegusest finantskriisist tulenevaid piiranguid, ent leiab, et väga oluline on suurendada eelarvet põllumajandustoodetest teavitamise ja nende edendamise meetmetele sise- ja välis- turul. Näiteks eelarveaastani 2012 eraldatakse USAs aasta jooksul 200 miljonit dollarit turulepääsu programmi (*Market Access Program*) jaoks.

1.6 Komitee soovib lihtsustada haldusmenetlusi müügieendusprogrammide koostamisel ja järelevalvel, seejuures tuleks eelkõige vähendada komisjoni nõutavate aruannete arvu. Eriti tähtis on halduskoormuse vähendamine.

1.7 Komitee arvates on äärmiselt oluline tagada suurem läbi- paistvus programmide valimisel liikmesriikide tasandil ning komisjon peaks liikmesriikidele koostama selleks selged suunised. Programmide hindamist tuleks parandada range hindamissüsteemi abil, kus on konkreetset näitajad, näiteks turu kasvu kohta. Valikumenetluse kestust tuleks lühendada.

Lisaks on oluline, et programmidel oleks Euroopa ja lisandväärtusepõhine visioon, mis hõlmaks töökohtade loomist, ning et soodsama rahastamissüsteemiga (50 % asemele 60 %) peetaks prioriteetseks mitut riiki ja mitut toodet hõlmavaid programme.

1.8 Vaja on suuremat paindlikkust, et programme saaks rakendusetapis kohandada muutuvatele turutingimustele. Selleks tuleks vähendada programmide ettepanekute detailsuse taset.

1.9 Komitee soovib komisjonil võtta arvesse erinevusi vanade ja uute liikmesriikide kutseorganisatsioonide suutlikkuses. Ebapiisav kogemus ja väike suutlikkus piiravad uute liikmesriikide kutseliitide võimalusi osaleda edendamismeesmetes täiel määral. Komitee soovib komisjonil kaaluda sellistele organisatsioonidele suuremate ettemaksete maksmist (nt 30 % aastakuldest).

1.10 Komitee arvates tuleks müügievendamist käsitlevates õigusaktides selgitada kaubamärkide rolli ning tasakaalu üldise müügievendamise ja kaubamärgi edendamise vahel eelkõige ELi mittekuuluvates riikides. Täieliku ja läbipaistva teabe huvides peaks toote päritolust teavitamine olema lubatud, sh nende toodete puhul, mis ei ole kaitstud päritolunimetused ega kaitstud geograafilised tähised.

1.11 Liikmesriikide ja komisjoni vahel ning samuti liikmesriikide endi vahel tuleb parandada teabevahetust ja kooskõlastamist. Konverentsidel ja seminaridel tuleks üksteisele tutvustada häid tavasid ja oskusteavet.

1.12 Komiteel on hea meel idee üle luua Euroopa platvorm heade kogemuste vahetamiseks professionaalide vahel. See võib olla väärtuslik vahend, millega toetada edenduskampaaniate väljatöötamist. ELi tasandil toimuv kogemuste vahetamise teenus (õpitoad, veebisait jne), mis oleks kättesaadav kõigile toiduainetööstuse teavitamis- ja edendamispoliitikas osalejatele, aitaks eelkõige luua mitut riiki hõlmavaid programme, mis oleksid hästi üles ehitatud ja kooskõlastatud.

1.13 Erinevate käimasolevate müügievendusprogrammide vahel tuleb luua koostoime. Programmide soovitud mõju saavutamiseks on järjepidevus äärmiselt oluline. Edukat edendusprogrammi peaks olema võimalik uuesti läbi viia. Luua tuleks tõeline aktiivne müügievendusvõrgustik.

1.14 Komitee soovib komisjonil koostada kõikehõlmava ja lihtsa käsiraamatu, mis aitaks abisaajatel järgida müügievendusvaldkonna eeskirju ja menetlusi.

1.15 Edenduspoliitika peab toetama ELi ettevõtjate, eelkõige väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete eksporditegevust, et

kasu saada tärkava turumajandusega riikide tarbimise kasvust. Eksporditegevus ei hõlma ainult uusi turge, vaid on väga oluline ka ettevõtete tulemuste parandamise seisukohast. Seetõttu soovib komitee komisjonil toetada katseprojekte, mis on suunatud ekspordistrateegiate väljatöötamisele, mis võiksid pakkuda ettevõtete konkreetsetele ekspordistrateegiatele ja vajadustele kohandatud raamistiku või võrgustiku, lihtsustades sel viisil ELi toiduainetööstuse toodete sisenemist välisriikidele.

1.16 Õigusaktides käsitletavate toodete nimekirja tuleks laiendada, et võimaldada edendada kõiki tooteid, mis edastavad Euroopa tootmiskvaliteedi sõnumit või saavad seda tugevdada. Samuti tuleb lahendus leida muude toodete, näiteks nagu starterkultuuride jaoks.

1.17 Komitee soovib, et ELi toiduainetööstuse toodete toitumis- ja tervise mõõtmise kasutuselevõtu kaudu pandaks suurt rõhku toodete toitumisele kasule ja tervislikule toitumisele. Käivitada tuleks algatused, millega edendada rohkem tasakaalustatud toitumist. Selles suhtes võiks keskenduda põhiliste tervisealaste sõnumite edendamisele, toonitades seejuures tootekvaliteeti.

1.18 Komitee usub, et volitused võtta vastu delegeritud ja rakendusakte, nagu see on sätestatud komisjoni ettepanekus Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse kohta, millega muudetakse nõukogu määrust (EÜ) nr 3/2008 (KOM(2011) 663 lõplik), parandavad põllumajandustoodete teavitamis- ja müügievendusmeetmete sidusust ning aitavad kaasa nende ühtsele rakendamisele. Komitee soovib komisjonil säilitada korrapärased kontaktid sidusrühmadega ning ettepaneku teinud organisatsioonidega ning reageerida asjakohaselt nende ettepanekutele.

2. Sissejuhatus

2.1 Euroopa Liidu toiduainetööstuse toodete edendamissüsteem on horisontaalne poliitika, mis hõlmab kõiki toiduainetööstuse sektoreid ja milles rõhutatakse ühise põllumajanduspoliitika üldisi omadusi ja lisaväärtust. See täiendab era- ja avaliku sektori edendamisjõupingutusi liikmesriigi tasandil.

2.2 Euroopa Komisjon eraldab ligikaudu 50 miljonit eurot aastas, et toetada Euroopa Liidu toiduainetööstuse toodete ja tootmismeetodite edendamiskampaaniaid. Tavaliselt antakse kõnealust toetust elukutselistele tootjaorganisatsioonidele või liitudele, kes edendavad kvaliteetset Euroopa toiduainetööstust.

2.3 Edendamiskampaaniatega rõhutatakse ELi põllumajandustoodete kvaliteeti, toiteväärtust ja ohutust ning juhitakse tähelepanu lisaväärtusele, mis tuleneb muu hulgas tootmismetoditest, märgistusest, loomade heaolust ja keskkonnakaitsest.

2.4 Kampaaniaid võib rakendada Euroopa Liidu sees või väljaspool selle piire, kui eesmärk on avada uusi turge. Ajavahemikul 2000–2008 korraldati Euroopa Liidu kaasrahastamisel 458 edendamisprogrammi ning kõik liikmesriigid said neist meetmetest kasu. Edendamistegevus võib hõlmata reklaamikampaaniaid meedias, pakkumisi müügipunktis, osalemist näitustel ja messidel ning tervet rida muid tegevusi.

2.5 ELi rahastamisega kaetakse kuni pool kampaania kogukulust. Vähemalt 20 % kuludest peab eraldama ettepaneku teinud organisatsioon ning ülejäänud võib tulla riiklikelt ametiasutustelt või teistest allikatest.

2.6 Programmid peaksid eelistatavalt olema mitmeaastased ning nende rakendusala peaks olema piisav, et avaldada märkimisväärset mõju sihtturgudele. Eelistatakse mitme liikmesriigi organisatsioonide väljapakutud programme või neid, millega nähakse ette meetmed mitmes liikmesriigis või kolmandates riikides.

2.7 Enam kui kaks kolmandikku kõigist viimase viie aasta jooksul heaks kiidetud Euroopa Liidu toiduainetööstuse teavitamis- ja edendamiskampaaniatest on olnud suunatud siseturule. Vaid 8 % heakskiidetud programmidest hõlmavad mitut riiki ning enam kui pooled kõigist ajavahemikul 2006–2010 laekunud taotlustest lükati tagasi.

2.8 Alates edendamissüsteemi loomisest on seda korrapäraselt jälgitud komisjoni aruannetes nõukogule ja Euroopa Parlamendile. Euroopa Kontrollikoda esitas samuti soovitusi selle parandamiseks oma eriaruandes 2009. aastal.

3. Teatise põhisisu

3.1 Vaatamata saavutatud edule seisab Euroopa põllumajandus- ja toiduainesektor silmitsi märkimisväärsete probleemidega. ELi tootjate jõupingutused tervishoiu, keskkonna ja loomade heaolu valdkonnas ei ole alati leidnud tunnustust. Turule on tulnud uued konkurendid nii ELi traditsioonilistel turgudel kui ka tähtsava majandusega riikides. Lisaks vajaks täielikku väärtustamist Euroopa väga mitmekesine kulinaarne kultuuripärand.

3.2 2013. aasta järgse ühise põllumajanduspoliitika (ÜPP) käimasoleva reformi eesmärk on tagada, et ÜPP aitaks täielikult kaasa Euroopa 2020. aasta strateegiale, edendades põllumajandussektorit kui toiduga kindlustatuse, loodusvarade jätkusuutliku kasutamise ja maapiirkondade dünaamilisuse tagatist. Samaaegselt ÜPP reformiga algatas komisjon laiaulatusliku sidusrühmadega konsulteerimise protsessi, et määratleda Euroopa põllumajandus- ja toiduainesektori sihipärasema ja ambitsioonikama edendamise strateegia põhijooned.

3.3 Konkreetsed eesmärgid määratakse kohaliku, Euroopa ja maailmaturu puhul kindlaks hiljem, et suunata paremini igal turul rakendatavaid meetmeid. Reformitud teavitamis- ja edendamispoliitika üldeesmärgid hõlmavad järgmisi aspekte:

— Euroopa põllumajandustoodete suurem väärtustamine ja nende positsiooni kindlustamine turgudel;

— tähelepanu juhtimine ELi kõrgetele nõudmistele tervishoiu, keskkonna ja loomade heaolu valdkonnas ning tarbijatele põhjalikuma teabe edastamine Euroopa tootmisviiside kohta;

— tarbijatele uute toodete tutvustamine ja Euroopa pakkumise mitmekesisuse väärtustamine;

— parema selgituse andmine kvaliteedisüsteemide ja suure lisaväärtusega toodete kohta.

3.4 Roheline raamat on jaotatud nelja ossa, milles käsitletakse ja tõstatatakse küsimusi teavitamis- ja edendamispoliitika eri aspektide kohta: selle lisaväärtus Euroopale, eesmärgid ja meetmed siseturul (k.a piirkondlik ja kohalik turg) ja välis-turgudel ning samuti sisu ja halduslaseid lähenemisi puudutavad üldised aspektid.

3.5 Rohelises raamatus rõhutatakse piirkondlike ja kohalike turgude potentsiaali liiga vähest kasutamist. Tuleks näha ette meetmed, mille kaudu rahastada baasteenuseid, näiteks kaubanduskeskuste, kaupluste või turgude väljaarendamist. Kui pärast 2013. aastat oleks meede LEADER ühisesse põllumajanduspoliitikasse paremini integreeritud, siis võiks see mängida olulist rolli lühikeste tarneahelate edendamisel.

3.6 Liikmesriikidevahelist koostööd tuleks ergutada, et soodustada koostoime tekkimist, hoolitsedes selle eest, et liikmesriikide ja/või erasektori korraldatud teavitamis- ja edendamiskampaaniad täiendaksid teineteist.

3.7 Praegu saavad ettepanekuid esitada kutseorganisatsioonid või tootmisharudevahelised organisatsioonid, mis esindavad asjaomaseid sektoreid ühes või mitmes liikmesriigis või Euroopa tasandil. Rohelises raamatus tehakse ettepanek laiendada juurdepääsu rahastamisele lisaks kutseorganisatsioonidele ka muudele struktuuridele, näiteks ettevõtetele või kaubanduskodadele, selleks et hõlmata ka neid sektoreid, millel ei ole kõigis riikides struktureeritud kutseorganisatsiooni.

3.8 Praegu rakendatakse ühte kindlat toodet või kvaliteedisüsteeme hõlmavaid programme (nt teavitamine piima ja selle toiteväärtuslike omaduste kohta). Rohelises raamatus tehakse ettepanek uuele, paindlikumale ja võib-olla ka veenvemale lähenemisele, mis keskenduks esmalt olulistele Euroopa tasandil väljatöötatud sõnumitele ning seejärel täiendaks neid toodetega illustreeritult, et näidata Euroopa pakkumise mitmekesisust, rikkust ja omavahelist täiendavust.

3.9 Rohelises raamatus rõhutatakse, et rakendamine peaks toimuma lihtsa menetluse läbi. Valikuprotsess on kahejärguline (liikmesriigid ja Euroopa Komisjon) ja pikaajaline (seitse kuud liikmesriigile esitamise tähtjast komisjoni otsuse tähtjani), mis piirab pragmaatiliste ja mõjuvate kampaaniate väljatöötamise võimalusi.

3.10 Samuti esitas komisjon Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse ettepaneku, millega muudetakse määrust (EÜ) nr 3/2008, et viia see kooskõlla Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklitega 290 ja 291. Ettepanekus määratakse kindlaks komisjoni volitused võtta vastu delegeeritud ja rakendusakte nõukogu määruse (EÜ) nr 3/2008 puhul ning kehtestatakse delegeeritud aktide ja rakendusaktide vastuvõtmise menetlus. Ettepanekuga lisatakse määrusesse (EÜ) nr 3/2008 ka teatud volitused, mida komisjon on seni täitnud.

4. Üldised märkused

4.1 Euroopa põllumajanduspoliitika ees seisvad peamised väljakutsed on seotud kliimamuutuste ning finants- ja majanduskriisiga, ebavõrdsusega ELi vanade ja uute liikmesriikide vahel ning nende vahelisest ebaausast konkurentsist tulenevate pingetega, ühise põllumajanduspoliitika rakendamisest tulenevate dumpinguhindadega, samuti töökohaga seotud ebakindluse ning turgude ebastabiilsuse ja suure kõikumisega. Kõnealuseid väljakutseid silmas pidades on üha olulisem edendada Euroopa Liidu toiduainetööstuse tooteid, et aidata neil end kehtestada kui suure lisaväärtusega tooteid ning säilitada ELi juhtpositsioon toiduainetarnijana.

4.2 ELi edendamispoliitikas rõhutatakse Euroopa toodangu eelseid eelkõige kvaliteedi, hügieeni, ja toiduohutuse osas tänu arenenud märgistamise ja jälgitavuse süsteemile ning töötajate õiguste, loomade heaolu ning keskkonna austamisele. Selline tegevus eeldab ka vastavat rahalist toetust.

4.3 Toiduainetööstuse tarneahel vastab toiduohutuse, taimeloomatervise, loomade heaolu ja keskkonnakaitse rangetele nõudmistele. Teabevahetus- ja edendamiskampaaniad on tõhus viis tunnustada põllumajandustootjate, töötajate ja kauplejate jõupingutusi. Seetõttu peaks edendamispoliitikal olema antud kontekstis kaks põhieesmärki:

— Euroopa toiduainesektori toodete edendamine ja müük välis- turgul (eelkõige VKEde ekspordi edendamine, kuna nemad on selle sektori majanduse elavdamise liikumapanev jõud);

— ELi turgude tarbijate teavitamine eelkõige erikorrast, mis puudutab kvaliteeti, ohutust ja jälgitavust, toiteväärtust, keskkonnakaitset, loomade heaolu, töötingimusi jne. Eelkõige peaks poliitika eesmärk olema suurendada juba koolides tarbijate teadlikkust vastutustundliku tarbimise

põhimõtetest ning edendada toiduainesektori tootjate – põllumajandustootjate ja tööstuse – tunnustamist nende jõupingutustes ELi kõrgetele nõudmistele vastamisel ⁽¹⁾.

4.4 Edendamispoliitikas tuleks kasutada ka uusi kommunikatsioonivahendeid (nt veebilehti), et teavitada tarbijaid kohalike tootjate algatustest ja juurdepääsust otsemüügis olevatele toodetele. Lühikeste turustamisahelate arendamine vastab ühiskonna uutele ootustele.

4.5 Euroopa Kontrollikoda on soovitanud anda sihipäraselt tehnilist tuge tootjatele,

— luues tingimused tootjate ja programmide koostoime tekkeks. Euroopa Liidu meetmed peaksid tekitama väikeste ja keskmise suurusega ettevõtjates soovi ühineda, sest nii suudaksid nad saavutada kriitilise massi, et välisurul välja tulla. Võrgustike arendamine võiks olla abiks selle eesmärgi saavutamisel ning toetada tootjatevahelise sünergia loomist Euroopa tasandil;

— abistades uusi liikmesriike, laiendades uurimistöodega seotud abikõlblikku tegevust (nt üheaastased testkampaaniad või turu-uuringud).

4.6 Mis puudutab komisjoni ettepanekut laiendada edendamisprogrammide kasu saajate hulka, siis leiab komitee, et keskele kohale tuleb seada kutseorganisatsioonid, kuna nemad koondavad ettevõtjaid ning kaasrahastavad tegevusi.

4.7 Komitee leiab, et teatud traditsioonilised tooted, kaubamärgid või päritolunimetused võivad avada turud teistele Euroopa toodetele ja seda eelkõige välisurudel. Tootmisharusiseste ja/või tootmisharudevaheliste organisatsioonide esitatud edendamisprogrammide raames võiks väärtustada toodete Euroopa iseloomu, mis ei tähenda, et päritolutähis või kaubamärk tuleks kõrvale jätta, tagades samas, et Euroopa sõnum oleks kaubamärgi suhtes selgelt esirinnas. Täieliku ja läbipaistva teabe huvides peaks toote päritolust teavitamine olema lubatud, sh nende toodete puhul, mis ei ole kaitstud päritolunimetused ega kaitstud geograafilised tähised.

4.8 Vastavalt Euroopa Liidu toimimise lepingu artiklitele 290 ja 291 komisjoni vastutus suureneb. Komitee usub, et volitused võtta vastu delegeeritud ja rakendusakte, nagu see on sätestatud komisjoni ettepanekus Euroopa Parlamendi ja nõukogu määruse kohta, millega muudetakse nõukogu määrust (EÜ) nr 3/2008 (KOM(2011) 663 lõplik), parandavad põllumajandustoodete teavitamis- ja müügiesitamismeetmete sidusust ning aitavad kaasa nende ühtsele rakendamisele. Komitee soovib komisjonil säilitada korrapärased kontaktid sidusrühmadega ning ettepaneku teinud organisatsioonidega ning reageerida asjakohaselt

⁽¹⁾ ELT C 218, 23.7.2011, lk 114 ja ELT C 218, 23.7.2011, lk 118.

nende ettepanekutele, mis puudutavad lihtsustatud ja sujuvat teavitamisprotsessi ja müügiehendusmeetmeid siseturul ja kolmandates riikides.

5. Konkreetsed märkused

5.1 Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee teeb komisjonile ettepaneku muuta ELi sektori organisatsioonid ettepaneku esitavateks organisatsioonideks.

5.2 ELi põllumajandustoodete edendamine kolmandates riikides aitaks ELi põllumajandustootjatel ja töötlejatel siseneda muu hulgas Brasiilia, Venemaa, Hiina, India, Põhja-Ameerika, Austraalia ja Lähis-Ida turgudele. Sihipärane ELi edendamispoliitika kolmandates riikides võiks kaasa tuua Euroopa Liidu toiduainetööstuse toodete müügi märkimisväärse kasvu väljaspool Euroopa Liitu.

5.3 2010. aasta ülemereturitude õitseng on põhitegur ELi ettevõtjate võimaluste määratlemisel.

5.4 ELi konkurentsipositsiooni tugevdamiseks teeb komitee komisjonile ettepaneku:

— toetada turgude avamist ja arengut – eelkõige seoses rahvusvaheliste lepingute üle peetavate läbirääkimistega –, nii et Euroopa tootjatel oleks rohkem võimalusi oma tooteid ekspordida;

— lihtsustada ekspordiprobleemide lahendamist ning toetada eksportijaid teavitamise ning võimaliku katusorganisatsiooniga või ELi üldise temaatilise tegevusega.

5.5 Euroopa Liidu tegevuse optimeerimiseks välisturgudel soovib komitee:

— anda jae- ja hulgimüüjatele asjakohaseid ekspordiantmeid, teavet riikide ja kontaktide kohta, ekspordijuhiseid jne;

— julgustada esitlustoodete ekspordiedendamist ning sektoriülest koostööd kaalu ja tõhususe suurendamiseks;

— julgustada väikeseid ja keskmise suurusega ettevõtjaid ühinema, sest nii suudaksid nad saavutada kriitilise massi, et välisturul välja tulla;

— toetada kolmandates riikides katseprojekte uutele turgudele sisenemiseks.

5.6 Komitee kutsub komisjoni üles toetama tervishoiukriiside ajal ja selle järel raskustes olevaid sektoreid, et taastada usaldus või edendada toodete tarbimist. Dünaamilised ja kohesed ühekordsed teavitamis- ja teabevahetuskampaaniad võivad olla väga kasulikud tarbijate usalduse taastamisel.

5.7 Komitee leiab, et haruorganisatsioonidele, kes on edendamisprogrammid edukalt ellu viinud, tuleks anda võimalus pürgida toetust saavaks organisatsiooniks ning täitevasutuseks vastavalt lihtsustatud menetlusele.

5.8 Komitee kustub komisjoni üles korraldama üritusi/kampaaniad, et julgustada ELi liikmesriikide haruorganisatioone osalema veelgi aktiivsemalt väljapoole Euroopa Liitu suunatud edendamisprogrammides, et tutvustada ELi toiduainetööstuse toodete maitse, traditsioonide ja kvaliteedi parimat poolt. Seoses sellega tuleb soodsama rahastamissüsteemiga (50 % asemele 60 %) prioriteediks seada mitut riiki ja mitmeid tooteid hõlmavad programmid, kuna need tooted annavad programmile tõelise Euroopa mõõtme ja nõuavad ka ELi toetust. Lisaks sellele peaksid tähelepanu keskpunktis olema riigid vastavalt nende turupotentsiaalile. Komitee teeb ettepaneku, et komisjon peaks suurendama oma panust programmide puhul, mida viiakse ellu tähtsate majandusega riikides.

5.9 Komitee soovib komisjonil täita lihtsustaja ja toetaja rolli ELi väiketootjate ja -töötajate jaoks nende juurdepääsul kolmandate riikide turgudele.

5.10 Siseturuprogrammidel peab olema Euroopa ja lisaväärtusele tuginev kuvand, mis ulatub kaugemale puhtalt riiklikust lähenemisviisist: mida suurem on tegevusulatus toodete ja turgude näol, seda parem on programm. Lisaks sellele peavad programmid üksteist täiendama või looma koostoimet teiste riiklike või piirkondlike programmidega, et vältida tegevuse dubleerimist või vastukäivaid sõnumeid. Haridus- ja tervishoiuvaldkonna potentsiaali võib ja tuleb ära kasutada, et suurendada teavitamisemeetmete tõhusust. Lõpetuseks tuleks toiduainetööstuse toodete tulevaste teavitamis- ja edendamiskampaaniate väljatöötamisel ja elluviimisel arvesse võtta mõju tööhõivele.

Brüssel, 7. detsember 2011

Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomitee
president
Staffan NILSSON