



Brüssel, 5.12.2018
COM(2018) 788 final

KOMISJONI ARUANNE EUROOPA PARLAMENDILE JA NÕUKOGULE

**Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2014. aasta määruse (EL) nr 1144/2014
(siseturul ja kolmandates riikides võetavate põllumajandustoodete teavitus- ja
müügiedendusmeetmete kohta, millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EÜ)
nr 3/2008) artikli 26 lõike 1 kohane vahearuanne**

{SWD(2018) 482 final}

KOMISJONI ARUANNE EUROOPA PARLAMENDILE JA NÕUKOGULE

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2014. aasta määruse (EL) nr 1144/2014 (siseturul ja kolmandates riikides võetavate põllumajandustoodete teavitus- ja müügiedendusmeetmete kohta, millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EÜ) nr 3/2008) artikli 26 lõike 1 kohane vahearuanne

1. SISSEJUHATUS

Käesolevas aruandes käsitletakse põllumajandustoodete teavitus- ja müügiedendusmeetmete rakendamist määruse (EL) nr 1144/2014¹ (edaspidi „määrus“) alusel.

Määruse artikli 2 lõikes 1 on sätestatud, et „[t]eavitus- ja müügiedendusmeetmete üldeesmärk on suurendada liidu põllumajandussektori konkurentsivõimet“. Määruse artikli 2 lõikes 2 on sätestatud, et „[t]eavitus- ja müügiedendusmeetmete eesmärgid on:

- a) suurendada tarbijate teadlikkust liidu põllumajandustoodete väärtusest ja liidu tootmismeetodite suhtes kohaldatavatest kõrgetest standarditest;
- b) suurendada liidu põllumajandustoodete ja teatavate toiduainete konkurentsivõimet ja tarbimist ning tõsta esile nende profiili nii liidu sees kui ka sellest väljaspool;
- c) suurendada teadlikkust liidu kvaliteedikavadest ja edendada nende tunnustamist;
- d) suurendada liidu põllumajandustoodete ja teatavate toiduainete turuosa, pöörates erilist tähelepanu suurima kasvupotentsiaaliga turgudele kolmandates riikides;
- e) taastada normaalsed turutingimused tõsiste turuhäirete, tarbijate usalduse kaotamise või muude konkreetsete probleemide korral“.

Teavitus- ja müügiedendusmeetmeid võetakse järgmises vormis:

- a) teavitus- ja müügiedendusprogrammid (edaspidi „programmid“) ning
- b) komisjoni algatusel võetavad meetmed, sealhulgas sektorile tehnilise toe teenuste väljatöötamine.

Määruse artikli 26 lõike 1 kohaselt tuleb Euroopa Parlamendile ja nõukogule esitada 31. detsembriks 2018 vahearuanne määruse kohaldamise kohta. Aruandes tuleks käsitleda määruse rakendamise ulatust eri liikmesriikides ning esitada asjakohased ettepanekud.

2. POLIITIKAREFORM

Määruse (EÜ) nr 3/2008² kohane üldine abikava põllumajanduslike toiduainete müügi edendamiseks kujundati ümber määrusega (EL) nr 1144/2014, mida on kohaldatud alates 1. detsembrist 2015.

EL aitab põllumajanduslike toiduainete sektoril rahastada teavitus- ja müügiedenduskampaaniaid. Kuna ELi müügiedendusprogrammides selgitatakse tarbijatele ja

¹ Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2014. aasta määrus (EL) nr 1144/2014 siseturul ja kolmandates riikides võetavate põllumajandustoodete teavitus- ja müügiedendusmeetmete kohta, millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu määrus (EÜ) nr 3/2008 (ELT L 317, 4.11.2014, lk 56).

² Nõukogu 17. detsembri 2007. aasta määrus (EÜ) nr 3/2008 põllumajandussaaduste ja toodete teavitamis- ja müügiedendusmeetmete kohta siseturul ja kolmandates riikides (ELT L 3, 5.1.2008, lk 1).

importijatele ELi põllumajanduslikele toiduainetele kohaldatavaid kõrgeid standardeid ja kvaliteedinõudeid, võivad programmid olla üha suureneva konkurentsiga maailmas Euroopa tootjatele abiks. Edastades üldist sõnumit „Nautige, see on Euroopast“, püütakse poliitikaga elavdada uute turgude avamist ning suurendada kaubanduspartnerite mitmekesisust ja tarbijate teadlikkust Euroopa põllumajandustootjate tehtavatest jõupingutustest.

Reformi põhiaspektid olid järgmised.

- Uue müügienduspoliitika eelarve on märksa suurem: 2015. aastal oli eelarve 60 miljonit eurot, alates 2019. aastast on selle suurus 200 miljonit eurot.
- Liidu kaasrahastamise määra on suurendatud 70 %ni siseturul rakendatavate lihtprogrammide puhul, 80%ni mitut riiki hõlmavate programmide puhul ja kolmandatele riikidele suunatud lihtprogrammide / mitut riiki hõlmavate programmide puhul ning 85 %ni programmide puhul, mida rakendatakse tavapärase turutingimuste taastamiseks tõsiste turuhäirete, tarbijate usalduse kaotamise või muude konkreetsete probleemide korral. Finantsabi saavast liikmesriigist pärit toetusesaaja puhul on lisaks võimalik viie protsendi ulatuses lisarahastamine.
- Uus poliitika põhineb ELi tasandil kehtestatud tõelisel strateegial, mille elluviimiseks võetakse vastu iga-aastane tööprogramm. Tööprogrammis määratakse kindlaks müügienduspoliitika strateegilised prioriteedid ja nende vastav eelarve seoses sellega, millistele elanikerühmadele, toodetele, kavadele või turgudele meetmed on suunatud, ja müügiendussõnumite laadiga³. Peale selle nähakse selles ette konkreetne ajutine kord reageerimiseks tõsise turuhäire või tarbijate usalduse kaotamise korral. Samuti määratakse selles kindlaks ettepanekute hindamise kriteeriumid. Iga-aastase tööprogrammi elluviimiseks avaldatakse konkursikutse.
- Rahastamiskõlblike toetusesaajate ja toodete ringi on suurendatud. Parema investeeringutasuvuse võimaldamiseks on nüüd lubatud mainida päritolu ja esitleda kaubamärke piiratult, kahjustamata müügiendusprogrammide üldist laadi.
- Müügiendusprogrammis tuleks välja tuua programmi mõju ja sisu Euroopa mõõde koos liidu peamise sõnumiga, millega täiendatakse liikmesriikide ja erasektori võetavaid meetmeid.
- Kindlaks on määratud väljund-, tulemus- ja mõjunäitajad, et paremini hinnata müügiendusmeetmete tõhusust.
- Veel üks oluline reformi aspekt on menetluste lihtsustamine:
 - mõned komisjoni rakendamisesanded on läinud kulutõhususest lähtuvalt üle Tarbija-, Tervise-, Põllumajandus- ja Toiduküsimuste Rakendusametile (CHAFEA)⁴;

³ Müügienduspoliitika strateegiliste prioriteetide kehtestamine oli Euroopa Kontrollikoja soovitus, et hoida ära vahendite hajumine ning suurendada teavitus- ja müügiendusmeetmete kaudu Euroopa nähtavust.

⁴ Komisjoni 17. detsembri 2014. aasta rakendusotsus 2014/927/EL, millega muudetakse rakendusotsust 2013/770/EL, et muuta nimi Tarbija-, Tervise- ja Toiduküsimuste Rakendusamet nimeks Tarbija-, Tervise-, Põllumajandus- ja Toiduküsimuste Rakendusamet (2014/927/EL) (ELT L 363, 18.12.2014, lk 183).

- lihtsustatud on haldusmenetlusi, kaotades kaheetapilise valikumenetluse, mis varem hõlmas ka eelvaliku tegemist liikmesriikides;
- menetlusi on ka ühtlustatud ja nende läbiviimine on muudetud professionaalsemaks. Programmiettepanekud esitatakse konkursikutse peale elektrooniliselt ning CHAFEA võtab nende hindamisel abiks toiduainetele ja turustamisele spetsialiseerunud välisekspertidest hindajad;
- komisjon lähtub ettepanekute väljavalimisel välishindajate hinnangust ja peab rangelt kinni hindajate kindlaks määratud ettepanekute pingereast;
- mitut riiki hõlmavaid programme haldab lihtsuse huvides CHAFEA, lihtsamaid programme haldavad jätkuvalt riikide ametiasutused jagatud eelarve täitmise raames. CHAFEA-le on antud ka volitus koordineerida komisjoni algatusel võetavaid meetmeid, näiteks teavituskampaaniaid, osalemist messidel ja kõrgetasemelisi visiite.

3. TEAVITUS- JA MÜÜGIEDENDUSMEETMETE ELLUVIIMINE

3.1 Iga-aastane tööprogramm

Iga-aastane tööprogramm on rakendusotsus,⁵ mille vastuvõtmisel abistab komisjoni põllumajandusturgude ühise korralduse komitee.

Iga-aastane tööprogramm on osutunud tõhusaks vahendiks dünaamilise ja sihtotstarbelise müügiedenduspoliitika väljatöötamisel. Programm viiakse igal aastal kooskõlla sektori muutuvate vajaduste ja võimalustega, määrates kindlaks prioriteedid ja iga prioriteedi soovitusliku eelarve.

Komisjoni talitused on seadnud sisse avatud konsulteerimisprotsessi, et määrata kindlaks strateegilised prioriteedid ehk esmatähtsad geograafilised turud, edastatavad sõnumid ja edendatavad sektorid. Turuprioriteedid põhinevad määruse eesmärkidel, milleks on suurendada suurima kasvupotentsiaaliga kolmandatele riikidele suunatud meetmete arvu. Siseturul on peamine eesmärk teavitada tarbijaid ELi toodete suhtes kohaldatavatest kõrgetest standarditest ning ELi kvaliteedisüsteemidest ja nendega seotud sümbolitest, nimelt mahepõllumajanduslikust tootmisest, kaitstud geograafilistest tähistest, kaitstud päritolunimetustest, garanteeritud traditsioonilistest toodetest, nimetusest „mägi piirkonna toode“ ja äärepoolseimatest piirkondadest pärit toodete puhul kasutatavast logost. Kolmandate riikide puhul teevad komisjoni talitused makromajandusliku analüüsi, milles vaadeldakse impordi prognoositavat kasvu, ning hindavad vabakaubanduslepingutega ning sanitaar- ja fütosanitaartõkete eeldatava kõrvaldamisega seotud poliitikat. Müügiedendusprogrammid võivad tõepoolest aidata juba enne vabakaubanduslepingu sõlmimist või jõustumist teha ettevalmistusi võimalikuks ekspordiks kolmandate riikide turgudele. Samuti konsulteerivad komisjoni talitused põllumajandusturgude ühise korralduse komitee kaudu müügiedendusega seotud küsimustes korrakindlalt kirjalikult liikmesriikidega. Nad konsulteerivad kodanikuühiskonnaga dialoogi pidavate rühmade kaudu korrakindlalt ka sidusrühmadega ning

⁵ https://ec.europa.eu/info/promotion-eu-farm-products_en#annualworkprogramme.

saavad arvukaid seisukohavõtte põllumajanduslike toiduainete sektorist ja ühiskondlik-
ametialasest sektorist⁶.

Peale selle on poliitika osutunud sobilikuks, et eraldada sihtotstarbelisi eelarvevahendeid raskustes olevatele sektoritele, näiteks 2016. ja 2017. aastal anti neid piima- ja sealihasektorile ning 2017. aastal lamba- ja kitselihasektorile. Müügi edenduse programmid on osutunud kasulikuks vahendiks põllumajandustootjate ja põllumajanduslike toiduainete sektori toetamisel nende püüdlustes leida uusi turge, omandada turuosa ja suurendada eksporti eesmärgiga taastada keskmise aja jooksul turuolukord.

Tänu iga-aastastele tööprogrammidele on müügi edendusega seotud abikava aidanud saavutada ka laiemaid poliitikaeesmärke. Selles nähti ette eraldi eelarvevahendid säästva põllumajanduse programmide kaasrahastamiseks, millega toetati komisjoni jõupingutusi 2030. aasta kestliku arengu eesmärkide saavutamisel ja Pariisi kliimakokkuleppe täitmisel. Samuti eraldati selles spetsiaalsed vahendid selliste programmide kaasrahastamiseks, millega propageeritakse tervislikke toitumistavasid kooskõlas toitumist, ülekaalulisust, rasvumist ja muid seotud terviseküsimusi käsitleva komisjoni strateegiaga.

3.2 Müügi edenduse programmid

3.2.1 Sissejuhatus

Müügi edenduse programm on ühtne kogum meetmetest, mille eesmärk on anda toote/sektori/kava kohta teavet või tegeleda nende puhul müügi edendusega. Seda rakendatakse vähemalt ühe, kuid mitte rohkem kui kolme aasta jooksul. Programm võib hõlmata reklaamikampaaniaid ajakirjanduses, televisioonis, raadios või internetis; müügi edendustegevust müügikohas; suhtekorralduskampaaniaid; osalemist näitustel ja messidel ning kõikvõimalikku muud tegevust. Kampaania võib olla ettevõtjatevaheline või suunatud ettevõtjatele.

On olemas kaht liiki müügi edenduse programme. Lihtprogramm on müügi edenduse programm, mille on esitanud üks või mitu organisatsiooni samast liikmesriigist. Mitut riiki hõlmav programm on programm, mille on esitanud vähemalt kaks organisatsiooni vähemalt kahest liikmesriigist või üks või mitu ELi tasandi organisatsiooni.

3.2.2 Statistika projektikonkursside kohta

Käesolevale aruandele lisatud komisjoni talituste töödokumentis on esitatud üksikasjalikum teave aruandeperioodil antud toetuste kohta, eelkõige edukate taotluste arv liikmesriigi kohta. Üksikasjalikku statistikat projektikonkursside kohta leiab ka CHAFEA veebisaidilt⁷.

2016. aastal – esimesel reformitud müügi edenduse poliitika rakendamise aastal – sai CHAFEA pärast konkursikutse⁸ avaldamist 226 ettepanekut (199 lihtprogrammide ja 27 mitut riiki hõlmavate programmide kohta).

⁶ Nt Copa Cogeca, Europatat, Interbev, Arelfh, Epha, FoodDrinkEurope, Freshfel, Interfel, Cdl, Ceev, Clitravi Via Campesina, Flowers Auctions, Slow food ja AVEC.

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

Lihtprogrammide projektikonkursi raames esitasid kõige rohke ettepanekuid Itaalia ja Kreeka organisatsioonid. Luksemburgist, Maltalt ja Rootsist ei laekunud ühtki ettepanekut.

Pärast kasutamata eelarvevahendite ja tõsiste turuhäirete jaoks eraldatud eelarvevahendite ümberjaotamist kooskõlas iga-aastase tööprogrammiga valiti välja 60 lihtprogrammi.

Heaks kiideti 16 liikmesriigist saabunud ettepanekud. Kõige rohkem toetusesaajaid oli Itaaliast (10), järgnesid kaheksa toetusesaajaga Prantsusmaa ja Kreeka. Üheksa liikmesriigi taotlejatelt (Bulgaaria, Eesti, Küpros, Rumeenia, Slovakkia, Soome, Tšehhi Vabariik, Ungari ja Ühendkuningriik) ei võetud vastu ühtki ettepanekut. 25 % eelarvest eraldati väljavalitud Itaalia programmidele, 17,4 % Kreeka programmidele ja 9,6 % Prantsusmaa programmidele.

14 programmiga, millele kulus 30,1 % eelarvest, edendati puu- ja köögivilja müüki, peaaegu veerand olemasolevast eelarvest eraldati segatoodetele (13 programmi). 17,1 % eelarvest eraldati liha ja lihavalmististe jaoks (12 programmi), järgnesid piimatooted: 7 ettepanekule eraldati 14,8 % eelarvest. Ühendkuningriigi ja Taani esitatud mitut riiki hõlmavale programmile, millega edendati mahepõllumajanduslikku tootmist, kulus pool olemasolevast eelarvest.

Pärast **2017. aasta** konkursikutsete avaldamist⁹ esitati 189 ettepanekut lihtprogrammide ja 35 ettepanekut mitut riiki hõlmavate programmide kohta.

Lihtprogrammide kohta esitasid kõige rohkem ettepanekuid Itaalia, Kreeka ja Prantsusmaa organisatsioonid. Eestist, Soomest, Luksemburgist, Maltalt ja Slovakkias ei laekunud ühtki ettepanekut.

Tulenevalt iga-aastases tööprogrammis nimetatud konkreetsetest teemadest olid tugevalt esindatud liha- ja piimasektor (42,1 % taotletud koguvahenditest); veini puhul nõutud ostukorvi lähenemisviisi tõttu olid arvukad ka segatooted käsitlevad ettepanekud (umbes 20 % taotletud vahenditest).

Pärast tõsiste turuhäirete jaoks eraldatud eelarvevahendite ja kasutamata eelarvevahendite ümberjaotamist kooskõlas iga-aastase tööprogrammiga valiti välja 53 lihtprogrammi¹⁰ ja 10 mitut riiki hõlmavat programmi¹¹.

Lihtprogrammide puhul anti 53st heakskiidetud ettepanekust 17 puhul toetust (mis moodustas kokku 36 % eelarvest) Prantsusmaa organisatsioonidele (kes olid esitanud 23 taotlust). 10 toetust (16 taotlust) ehk 29 % eelarvevahenditest anti Hispaaniast pärit toetusesaajatele. Ehkki Itaalia ja Kreeka taotlejad esitasid kõige suurema arvu ettepanekuid (vastavalt 36 ja

⁸ Projektikonkursid 2016 – lihtprogrammid – siseturul ja kolmandates riikides vastavalt määrusele (EL) nr 1144/2014 võetavad põllumajandustoodete teavitus- ja müügieendusmeetmed (ELT C 41, 4.2.2016, lk 4–19) ning projektikonkursid 2016 – mitut riiki hõlmavad programmid – toetused siseturul ja kolmandates riikides vastavalt määrusele (EL) nr 1144/2014 võetavatele põllumajandustoodete teavitus- ja müügieendusmeetmetele (ELT C 41, 4.2.2016, lk 20–32).

⁹ Projektikonkursid 2017 – lihtprogrammid ja mitut riiki hõlmavad programmid – siseturul ja kolmandates riikides vastavalt Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrusele (EL) nr 1144/2014 võetavatele põllumajandustoodete teavitus- ja müügieendusmeetmetele eraldatavad toetused (ELT C 9, 12.1.2017, lk 7–22 ning ELT C 9, 12.1.2017, lk 23–37).

¹⁰ Ühe heakskiidetud programmi toetuslepingut ei ole allkirjastatud, mistõttu saab toetada komisjoni rakendusotsuse C(2017) 6934 II lisas esitatud reservnimekirja kaht esimest programmiettepanekut.

¹¹ Täiendavate eelarvevahendite eraldamine võimaldas rahastada veel üht ettepanekut reservnimekirjast.

30), sai kumbki riik 4 toetust. Pooli mitut riiki hõlmavatest programmidest, mis välja valiti, koordineerisid Prantsusmaalt pärit toetusesaajad.

Kõige suurem osa lihtprogrammide jaoks ette nähtud eelarvest (23,1 %) eraldati 10 programmile, millega edendatakse ostukorvi lähenemisviisi. Järgnesid tihedalt piimatooted 9 programmiga ja 22,1 %ga eelarvest. 3 programmi keskendusid oliiviõlile ja neile anti 16,5 % eelarvevahenditest, 13,1 % eelarvest eraldati puu- ja köögivilja müügi edendamiseks (8 programmi). Peaaegu 19 % eelarvest eraldati puu- ja köögivilja müügi edendamiseks mitut riiki hõlmavate programmide raames, samas kui lamba- ja kitseliha müüki edendavatele mitut riiki hõlmavatele programmidele anti 18 % eelarvevahenditest.

2018. aasta müügi edendamisprogrammide toetuslepingud olid käesoleva aruande koostamise ajal veel allkirjastamata. Seepärast esitatakse järgnevalt vaid statistika ettepanekute laekumise kohta ja valikutulemused.

CHAFEA sai pärast konkursikutsete¹² avaldamist 182 ettepanekut (146 lihtprogrammide ja 36 mitut riiki hõlmavate programmide kohta).

Lihtprogrammide kohta esitasid kõige rohkem ettepanekuid Itaalia, Prantsusmaa ja Kreeka organisatsioonid. Austriast, Eestist, Slovakiast, Maltalt, Rootsist, Luksemburgist, Horvaatiast ja Ungarist ei laekunud ühtki taotlust.

Ettepanekutes, mille eesmärk oli edendada puu- ja köögivilja müüki, taotleti 27 %, liha ja lihatooteid käsitlevates ettepanekutes 17 % ja piimatooted käsitlevates ettepanekutes 14 % olemasolevatest eelarvevahenditest – kokku 58 % ELi toetusest. Veini puhul nõutud ostukorvi lähenemisviisi tõttu olid arvukad ka segatooteid käsitlevad ettepanekud (28 % eelarvest).

Pärast tõsiste turuhäirete korral võetavate meetmete jaoks eraldatud eelarvevahendite ja kasutamata eelarvevahendite ümberjaotamist kooskõlas iga-aastase tööprogrammiga kiideti heaks 58 ettepanekut lihtprogrammide kohta.

Toetuslepinguid ei ole veel allkirjastatud, ent kavas on anda 58 toetusest 18, mis moodustavad 35 % eelarvest, Itaalia organisatsioonidele (kes esitasid 31 ettepanekut). Prantsusmaa taotlejad saavad 11 toetust (20 taotlust) ehk peaaegu 14 % eelarvevahenditest. Pidades silmas väljavalitud programmide arvu ja osakaalu ELi rahalises osaluses jäävad kolmandale kohale Kreeka ja neljandale Hispaania taotlejad. Saksamaa, Soome, Läti ja Sloveenia taotlejatele toetuse andmist heaks ei kiidetud.

On kavandatud, et puu- ja köögiviljasektorile (17 taotlust) antakse olemasolevatest eelarvevahenditest 31,2 %, liha ja lihavalmististe jaoks 22,7 % (12 toetust), juustu ja piimatoodete jaoks 19,5 % (13 toetust) ning ostukorvi jaoks 19,2 % (10 toetust). Neisse nelja sektorisse kuulub enamik toetuskõlblikuks hinnatud programme ja neile eraldatakse lõviosa olemasolevast eelarvest.

Kavas on toetada 21 ettepanekut mitut riiki hõlmava programmi kohta, millest 15 keskenduvad siseturule. Prantsusmaa ja Itaalia toetusesaajad koordineerivad igaüks nelja programmi, Belgia ja Kreeka organisatsioonid koordineerivad igaüks väljavalitud mitut riiki hõlmavatest programmidest kolme.

¹² ELT C 9, 12.1.2018, lk 15–31 ja lk 32–49.

On kavandatud, et olemasolevatest eelarvevahenditest 26 % eraldatakse veini, siidri ja äädikaga seotud programmidele, 21 % juustu ja piimatoodete jaoks ning nii ostukorvi kui ka puu- ja köögivilja tarvis eraldatakse 18 %.

3.2.3 Ülevaade projektikonkurssidest

Pärast 2016., 2017. ja 2018. aasta konkursikutsete avaldamist laekunud ettepanekute suur arv osutab sellele, et kava vastu tuntakse tõelist huvi. Lisaks on arvukad osalejad väljendanud heameelt selle üle, et lihtsustatud on ettepanekute esitamise menetlust ja olemasolevaid vahendeid, mis aitavad taotlejatel ettepanekut esitada.

Ettepanekuid hindavad konkursikutsetes kindlaks määratud eri kriteeriumide alusel kolm sõltumatut eksperti. Kõik rahastamiskõlblikud ettepanekud järjestatakse antud punktide koguarvu põhjal. Kõige kõrgemal kohal oleva(te)le ettepaneku(te)le määratakse kaasrahastamine, lähtuvalt olemasolevatest eelarvevahenditest. CHAFEA ei kaldu sellest ekspertide koostatud nimekirjast kõrvale ja seda ei ole teinud lihtprogrammide väljavalimisel ka komisjon. Ei iga-aastastes tööprogrammides ega ka konkursikutsetes ei käsitleta toetuse andmise kriteeriumides eelarve jagunemist liikmesriikide vahel.

Ettepanekute väljavalimisel lähtutakse ettepaneku kvaliteedist, st sellest, kui hästi on täidetud konkursikutses kindlaks määratud kriteeriumid. Teine oluline tegur, mis mõjutab ettepaneku edukust, on konkurentsi tase teema puhul, mille kohta ettepanek esitati.

Osalejate liike käsitlevast statistikast selgub, et tuntud kutsealadevaheliste organisatsioonide kõrval osaleb ka suur arv tootjaorganisatsioone või tootjaorganisatsioonide liite, geograafiliste tühiste valdkonnas tegutsevaid tootjate ja töötajate rühmi jne.

Elluviidud programmide esimestest müügiesendusematerjalidest on näha, et kampaaniatel on tõeline liidu peamine sõnum, mis suurendab ELi nähtavust. Sõnumites esitatakse teavet Euroopa tootmisstandardite, Euroopa toodete kvaliteedi ja ohutuse ning ELi kvaliteedikavade kohta, kajastades niiviisi ELi müügiesendusepoliitika lisaväärtust.

Üksikasjalikku teavet väljavalitud programmide kohta (toetusesaajate nimed, eelarvevahendid, tootesektorid, sihtriigid, sõnumid, statistika) leiab CHAFEA veebisaidilt¹³. Seal on esitatud ka näiteid¹⁴ kampaaniatest koos visuaalsete materjalidega, piltidega rakendatud meetmete kohta, esimeste tulemustega jne.

3.3 Komisjoni algatusel võetavad meetmed

Komisjoni algatusel võetavate meetmete hulka kuuluvad kõrgetasemelised visiividid, osalemine väljapanekuga rahvusvahelistel messidel ja näitustel ning ettevõtmised liidu toodete maine edendamiseks, sealhulgas teavituskampaaniad. Kõnealused meetmed hõlmavad ka tehnilise toe teenuste väljatöötamist.

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

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

3.3.1 Kõrgetasemelised visiidid

Kõrgetasemeliste visiitide eesmärk on hõlbustada Euroopa põllumajanduslike toiduainete turulepääsu. Sellised visiidid hõlmavad tavaliselt kõrgetasemelisi poliitilisi kohtumisi, kuhu on kaasatud komisjoni liikmed, ning ettevõtlusega seotud intensiivprogrammi ELi eksportijate juhtivatele esindajatele ja põllumajanduslike toiduainete sektorile. Poliitiline tegevuskava hõlmab üldjuhul arutelusid kaubanduslepingute, kaubandus- ja turulepääsuküsimuste, sanitaar- ja fütosanitaarküsimuste, tehniliste kaubandustõkete, mahepõllumajandusliku tootmise, geograafiliste tähiste jms teemal. Ettevõtlusega seotud tegevuses keskendutakse kõige sagedamini turuteabe parandamisele sihtotstarbeliste seminaride ja õpikodade kaudu ning külaskäikudele jaemüügiettevõtetesse, mida tavaliselt täiendavad ettevõtjatevahelised kohtumised või ettevõtlusfoorumid.

Visiitidel osalejad valitakse välja taotlusvoorudes, lähtudes mitmest kriteeriumist, eelkõige geograafilisest ja valdkondadevahelisest tasakaalust, VKEde ja suuremate ettevõtjate vahelisest tasakaalust ning riiklike ja Euroopa katusorganisatsioonide vahelisest tasakaalust.

Komisjon on rakendanud määruse jõustumisest saati omal algatusel järgmisi müügiarendusmeetmeid:

- 7.–12. veebruaril 2016 kõrgetasemeline visiit Colombiasse ja Mehhikosse (42 ettevõtjate esindajat 14 liikmesriigist);
- 16.–22. aprillil 2016 kõrgetasemeline visiit Hiinasse ja Jaapanisse (45 ettevõtjate esindajat 15 liikmesriigist);
- 2.–9. novembril 2016 kõrgetasemeline visiit Vietnamis (42 osalejat), Singapuri (36 osalejat) ja Indoneesiasse (38 osalejat);
- 30. aprillil – 3. mail 2017 kõrgetasemeline visiit Kanadasse (60 osalejat);
- 7.–13. novembril 2017 kõrgetasemeline visiit Iraani (42 osalejat) ja Saudi Araabiasse (44 osalejat);
- 14.–19. mail 2018 kõrgetasemeline visiit Hiinasse (65 ettevõtjate esindajat).

Komisjoni talitused korraldasid pärast igat visiiti osalejate seas uuringu, et hinnata tulemusi ja mõju. Keskmine rahulolu määr ettevõtjate esindajate seas on üldjuhul üle 90 %. Enamik ettevõtjate esindajatest kinnitas, et visiidi ajal loodud sidemed hõlbustasid nende äritegevust ja aitasid neil saavutada oma ärilisi eesmärke.

3.3.2 ELi paviljonid suurtel rahvusvahelistel põllumajandus-, toidu-, joogi- ja majutusmessidel

Komisjon on korraldanud ELi paviljonide ülesseadmise mõnel olulistel rahvusvahelistel põllumajandus-, toidu-, joogi- ja majutusmessidel, et tutvustada Euroopa põllumajanduslike toiduainete tiptaset:

- ELi paviljon Kanadas Torontos 2.–4. mail 2017 toimunud messil SIAL;
- ELi paviljon Lähis-Idas 12.–14. detsembril 2017 toimunud messil SIAL;
- ELi paviljon Hiinas 16.–18. mail 2018 toimunud messil SIAL.

3.3.3 Sanitaar- ja fütosanitaarküsimustele keskenduvad teabeseminarid

Sanitaar- ja fütosanitaarküsimustele keskenduvate teabeseminaride sihtrühmaks on tavaliselt valitsusametnikud, peamised importijad, jaemüüjad ja turustajad ning spetsialiseerunud ajakirjanikud, peamiselt kolmandates riikides. Seminarid kavandatakse müügiedenduspoliitika osana, et selgitada ELis toiduainete ohutuse tagamiseks kohaldatavaid sanitaar- ja fütosaanitaarstandardeid eesmärgiga edendada põllumajanduslike toiduainete ekspordi. Nende sanitaar- ja fütosanitaarküsimustele keskenduvate müügiedendusseminaridega võib kaasneda toodete väljapanek ja esitlemine, et tutvustada ELi kõrgeid tootmisstandardeid ja rikkalikku kulinaarset pärandit. Komisjon on seni korraldanud seminari Koreas (20.–21. märtsil 2018).

3.3.4 Teavituskampaaniad

Teavituskampaaniate eesmärk on eelkõige võtta järelmeetmeid seoses konkreetsetes sihtriigis juba ellu viidud müügiedendusmeetmetega (eeskätt kõrgetasemelised visiidid) või suhelda sihtrühmadega riikides, kuhu ELi juhitud äridelegatsioon on alles suundumas. Kampaaniad on mõeldud edendama ELi põllumajanduslike toiduainete müüki.

3.3.5 Tehnilise toe teenused

Tehniline tugi hõlmab asjakohase teabe pakkumist spetsiaalses portaalis ning ürituste ja muu teavitustegevuse korraldamist.

Et aidata potentsiaalsetel taotlejatel mõista müügiedenduspoliitikat ja ettepanekute esitamise eri aspekte, on loodud spetsiaalne portaal. Portaal on esitatud ka näiteid headest tavadest ja teavet kõikide 2014. aastast alates kaasrahastatud programmide kohta. Peale selle sisaldab portaal platvormi, mis on abiks potentsiaalsetele taotlejatele, kes otsivad partnereid mitme taotlejaga ettepanekute jaoks. Portaali teine eesmärk on suurendada teadlikkust eri turgudest. Selleks esitatakse portaalil turuteavet sisaldavaid kohandatud aruandeid ja muud asjakohast teavet iga-aastastes tööprogrammides loetletud peamiste sihtriikide kohta, näiteks teavet turulepääsu, sanitaar- ja fütosaanitaareeskirjade, intellektuaalomandiõiguste kaitse jms kohta.

Praegu on registreerinud end portaali kasutajaks enam kui 1 200 ELi põllumajanduslike toiduainete sektori sidusrühma, kellest enamik (peaaegu 1 000) on soovinud ka saada igakuist uudiskirja. Portaali külastuste arv püsib võrdlemisi stabiilne (2 000–4 000), suurenedes ettepanekute esitamise perioodil 8 000ni. Praegu on portaali kaudu kättesaadavad kaheksa turule sisenemist käsitlevat käsiraamatut, mis hõlmavad Kanadat, Vietnami, Indoneesiat, Iraani, Hiinat, Saudi Araabiat, Jaapani ja Singapuri ning mida laaditakse alla 40–200 korda aastas.

Portaalil on praegu kättesaadavad kuus veebiseminari, kus keskendutakse ettepanekute esitamise või põllumajanduslike toiduainete ekspordiga seotud teemadele. Veebiseminaridel on keskmiselt umbes 60 osalejat ja hiljem vaadatakse neid 50–100 korda kuus.

Ettepanekute esitamise perioodil (iga aasta jaanuarist aprillini) vastab CHAFEA kasutajatugi küsimustele, mis on saanud e-posti teel projektikonkursi tingimuste kohta. 2018. aastal sai CHAFEA 200 e-kirja 272 küsimusega. Vastuse saatmiseks kulub keskmiselt 1,8 tööpäeva. Portaalil on ka korduma kippuvad küsimused, mida ettepanekute esitamise perioodil iga nädal täiendatakse.

Igal aastal saadeti taotlejatele pärast projektikonkursi lõppu hindamisküsimustik, et küsida nõu võimalike täiustuste kohta. 2018. aastal andis tagasisidet 22 % taotlejatest. 79 % vastajatest oli rahul ettepanekute elektroonilise esitamisega, 76 % leidis, et hindamiskriteeriumeid oli arusaadavalt selgitatud. Valdavat enamikku (86 %) projektikonkursside dokumente peeti kasulikeks või väga kasulikeks.

CHAFEA osales aktiivselt müügiedenduspoliitika kohta teabe jagamises, korraldades igal aastal Brüsselis teabepäeva¹⁵ (kus 2016. aastal oli osalejaid 176, 2017. aastal 230 ja 2018. aastal 230). Samuti korraldati üle 30 teabepäeva eri liikmesriikides, neist igal oli 15–70 osalejat¹⁶.

4. KOKKUVÕTE

Võttes arvesse statistikat müügiedendusprogrammidega seotud taotluste kohta, osalemist kõrgetasemelistel visiitidel alates 2016. aastast ning hindamisküsimustikes saadud tagasisidet, on huvi reformitud müügiedenduspoliitika vastu suur.

Lisaks on müügiedendusprogrammide hindamismenetlused osutunud meetmete esitamise, hindamise ja rakendamise osas tõhusaks. Paljud sidusrühmad on väljendanud üldist rahulolu reformitud poliitikaga.

Kuna reformitud müügiedenduspoliitikat saab hinnata üksnes alates 2016. aastast, peetakse muudatusettepanekute esitamist praeguses etapis ennatlikuks. Asjakohaste ettepanekute esitamist kaalutakse õigeaegselt seoses määruse artikli 26 lõike 2 alusel nõutava aruandega, mille jaoks korraldatakse välishindamisuring¹⁷.

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

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

¹⁷ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2018-2665311_en.