



AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BIZOTTSÁGA

Brüsszel, 22.12.2006
COM(2006) 855 végleges

A BIZOTTSÁG JELENTÉSE A TANÁCSNAK ÉS AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK

a mezőgazdasági termékek harmadik országokban történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2702/1999/EK tanácsi rendelet és a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2826/2000/EK tanácsi rendelet alkalmazásáról

{SEC(2006) 1785}

TARTALOMJEGYZÉK

1.	Bevezetés	3
2.	A promociós politika végrehajtása 2004-2006 között	3
2.1.	Költségvetési előirányzatok és kiadások.....	4
2.2.	Társfinanszírozás alá eső programok 2004-2006 között.....	5
2.2.1.	Elfogadott és elutasított programok	5
2.2.2.	A harmadik országok piacára vonatkozó programok.....	6
2.2.3.	A belső piacra vonatkozó programok	7
2.2.4.	A több országot magukban foglaló programok.....	8
2.3.	A Mezőgazdasági Főigazgatóság által közvetlenül irányított programok	9
2.3.1.	A Bizottság által a 2702/1999 EK rendelet értelmében közvetlenül irányított intézkedések	9
2.3.2.	Promóciós kampány a biogazdálkodás érdekében.....	10
2.3.3.	a promóciós és tájékoztató intézkedések eredményeit fölmérő tanulmányok	10
3.	Máshol végrehajtott promóciós intézkedések	11
4.	A szakmai szervezetek helyzete.....	11
5.	Következtetések és foganatosítandó intézkedések.....	11
5.1.	Összefoglaló következtetések	11
5.2.	Foganatosítandó intézkedés	12
5.2.1.	A szabályozások egységesítése	12
5.2.2.	A javaslattevő szervezetek költségvetési programozása.....	12
5.2.3.	A tagállamok kiadásigazoló nyilatkozata.....	12
5.2.4.	A végrehajtó szerv választása	13
5.2.5.	Iránymutatások kidolgozása.....	13

1. BEVEZETÉS

A Bizottság 2004-ben benyújtotta a Parlamentnek és a Tanácsnak a mezőgazdasági termékek harmadik országokban és a belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló jelentését¹. A szabályozás előírja a Bizottság számára azt a kötelezettséget, hogy két évvel később egy második jelentést nyújtson be².

Ez a jelentés eleget tesz ennek a kötelezettségnek. A jelentés kiterjed a 2003-ban kiadott (2004-ben bevezetett) előző jelentés és a 2006 júliusában (hivatkozási időszak) kiadott jelentés közötti időszak két rendeletének alkalmazására. Számításba veszi a Bizottság által ebben az időszakban elfogadott határozatok összességét, amelyet többek között az Unió legutóbbi, 15 tagállamról 25 tagállamra történt bővítése jellemez. A jelentés javasolja a mezőgazdasági termékek promóciójára vonatkozó adatainak analitikus vizsgálatát ebben az időszakban. Ezekben a következtetésekből, olyan javaslatokat tesz, amelyek egyszerűsíthetők és javíthatják a promóció jelenlegi rendszerének működését.

2. A PROMÓCIÓS POLITIKA VÉGREHAJTÁSA 2004-2006 KÖZÖTT

A promócióra vonatkozó közösségi politika horizontális megközelítésű abban az értelemben, hogy a termékek több ágazatát fedi le és hangsúlyozza azok jellemzőit és az azokat illető közös témákat: minőség, biztonság, címkézés, különleges termelési módszerek, az állatok jólétének tiszteletben tartása, valamint a termelés szakaszának környezete stb. Ez a politika valóban hozzáadott értéket hoz a nemzeti és magán kezdeményezésekhez abban a mértékben, hogy erősíti vagy ösztönzi az erőfeszítéseket, amelyeket a tagállamoknak és a magánvállalatoknak tesznek a promóció területén. Ezen felül meg kellene engednie az összes tagállam számára, hogy a szakmai és szakmaközi szervezeteikkel közösen promóciós és információs kampányokat indítsanak termékeik számára.

Az aktív promóciós politika szükségét elismerik kereskedelmi partnereink (mint az Amerikai Egyesült Államok, Japán és Ausztrália), amelyek maguk is végrehajtották hatékony promóciós politikájukat jelentős pénzügyi eszközökkel megtámogatva, hogy fenntartsák vagy növeljék világgpiaci részesedésüket. Például az amerikai export-promóciós programok címén végrehajtott intézkedések a szövetségi kormánytól évente 145 millió USD támogatást kapnak. Ez azt jelenti, hogy mennyire fontos, hogy az Európai Unió is látható és tényleges szerepet játsszon az export-promóció területén.

¹ Jelentés az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a mezőgazdasági termékek harmadik országokban történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2702/1999 EK tanácsi rendelet, valamint a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2826/2000 EK tanácsi rendelet alkalmazásáról, COM(2004) 233.

² A 2060/2004 EK rendelettel módosított, a (harmadik országról szóló) 2702/1999 EK tanácsi rendelet 13. cikke és a (belső piacról szóló) 2826/2006 EK tanácsi rendelet 14. cikke.

2.1. Költségvetési előirányzatok és kiadások

1. ábra – Az EU költségvetési előirányzatai a promóciós intézkedésekre

millió €

Költségvetési tétel		Költségvetési tétel	2007*	2006	2005	2004
A promócióval kapcsolatos intézkedések (ex B1-3800 és B1-3801)	Belső piac (BP)	05 08 04) >=2004)				
	Harmadik ország (HO)	05 02 10 01) >=2006)	38 000	42 000	48 500	48 500
A promócióval kapcsolatos intézkedések (ex B1-3810 és B1-3811)	Belső piac (BP)	05 08 05) >=2004)				
	Harmadik ország (HO)	05 02 10 02) >=2006)	7 840	10 000	11 000	11 000
Összes promóció			45 840	52 000	59 500	59 500

* Előrejelzések a pénzügyi év végére a 2006.9.30-i végrehajtás alapján.

A fenti ábra jelzi a költségvetési hatóságok által a mezőgazdasági termékekkel kapcsolatos információs és promóciós intézkedésekre kiutalt előirányzatokat. A kiutalt előirányzatok fokozatos csökkenését állapíthatjuk meg, amelyek a 2004. évi 60 millió euróról 2006-ban 52 millió euróra csökkennek, amely közel 15%-os csökkenés további tervezett csökkenéssel 2007-ben. Ezeket a csökkenéseket az ágazat folyamatos gyengeségével magyarázhatóak, hogy felszívják a rendelkezésre álló előirányzatokat, amely egy jelentős alulfogyasztást eredményez, ahogyan azt az alábbi, 2. ábra mutatja. Ez az alulfogyasztás vezetett az év végére a költségvetés eredetileg ezen intézkedésekre tervezett költségvetés egy részének más mezőgazdasági kiadásokra történő átcsoportosítására.

2. ábra – Az EU költségvetési kiadásai a promóciós intézkedésekre

millió €

Költségvetési tétel (kifizetési előirányzatok)		Költségvetési tétel	2007*	2006	2005	2004
A promócióval kapcsolatos intézkedések A tagállamok által végzett kifizetések (ex B1-3800 és B1-3801)	BP	05 08 04) >=2004)		26 000	26 145	22 118
	HO	05 02 10 01) >=2006)		6 000	4 085	5 119
				32 000	30 230 ³	27 237
A promócióval kapcsolatos intézkedések Közvetlen kifizetések a Bizottság részéről (ex B1-3810 és B1-3811)	BP	05 08 05) >=2004)				
	HO	05 02 10 02) >=2006)		5 000	2 349	2 568
Összes promóció				37 000	32 579	29 805
Végrehajtási ráta %-ban				71,1%	54,8%	50,0%

* Előrejelzések a pénzügyi év végére a 2006.9.30-i végrehajtás alapján.

³ Ez az összeg magában foglalja a régebbi promóciós intézkedésekre vonatkozó 773 millió eurót.

A fő okai ennek az alulfogyasztásnak:

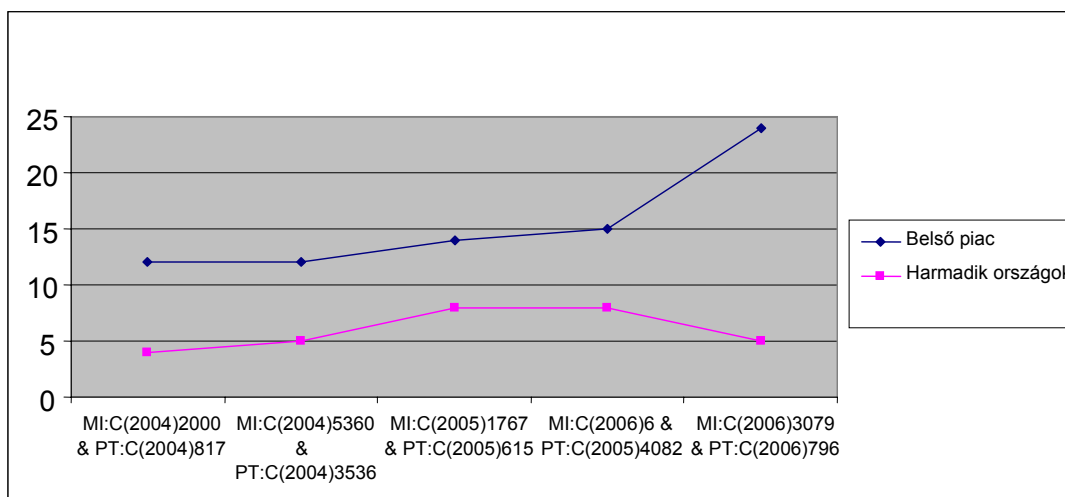
1. bizonyos tagállamok projektjeinek elhalasztása: Amennyiben, például a javaslattevő szervezet és a végrehajtó szervek közötti szerződés aláírását elhalasztják, a kiadásokat a későbbi pénzügyi évek során hajtják végre;
2. a tagállamok elhalasztják a kiadások visszatérítésére vonatkozó kérelmeket;
3. az elfogadott programok bizonyos alulteljesítése;
4. a közvetlen irányítású intézkedések esetében, a Nemzetközi Olívaolaj Tanácsnak (IOOC) adandó önkéntes hozzájárulás hiánya.

Az alulfogyasztás csökkentésére irányuló néhány javaslatot pontosítják a „Következtetések és foganatosítandó intézkedések” című 5. részben

2.2. Társfinanszírozás alá eső programok 2004-2006 között

A referenciaidőszak folyamán, a tagállamok nagyobb érdeklődést tanúsítottak a promóciós programok iránt. Valójában idővel majdnem az összes tagállam benyújtott programokat – az új tagállamok csatlakozásuktól kezdve aktívan részt vettek ebben a rendszerben.

3. ábra - A határozat alapján javaslattevő tagállamok száma



Meg kellene azonban jegyezni, hogy az új tagállamok kiváltságban részesítették mezőgazdasági termékeiket az Unió belső piacán – az új nagy piacon, amelyhez most hozzáférésük van.

2.2.1. Elfogadott és elutasított programok

2004 óta 174 promóciós programot fogadtak el, amelyből az összes terméket egybevéve 128 vonatkozik a belső piacra és 46 a harmadik országokra (lásd a munkadokumentumot⁴). Abszolút számokban, ez csekély emelkedést jelent a kezdeti szakaszhoz képest, amelyben ezek az adatok 94 programot mutattak a belső piacra és

⁴ A hivatkozások a Bizottság szolgálatainak arra a munkadokumentumára utalnak, amelyet a Bizottság ezzel a jelentéssel együtt nyújt be.

31-programot a harmadik országokra vonatkozóan (lásd a munkadokumentumot). Ez az eredmény annyira jelentős, hogy az utóbbi évek folyamán, a kiválasztás kritériumai növekvő szigorúsággal kerültek alkalmazásra. Ezen felül, ezek az adatok megmutatják, hogy a tagállamok érdeklődése a belső piacra vonatkozó programok javára továbbra sem csökken. Az elutasítás fő okai a referenciaidőszak folyamán: a javaslattevő szervezetek programja, az intézkedéseket is beleértve, valamint a hozzátartozó költségvetés kellően részletes leírásának hiánya, egy kereskedelmi márka promóciója vagy az ágazat reprezentativitásának hiánya.

4. ábra – 2006 júliusig elfogadott vagy elutasított programok

Határozat		Beérkezett ajánlatok	Elfogadott programok		Elutasított programok	
Belső piac			Sorszám	Társfinanszírozás	Sorszám	Társfinanszírozás
C(2004) 2000	11/06/2004	30	26	10 721 161 €	4	832 985 €
C(2004) 5360	28/12/2004	34	20	24 068 756 €	14	11 075 424 €
C(2005) 1767	15/06/2005	32	26	26 130 535 €	6	7 357 163 €
C(2006) 6	12/01/2006	40	25	25 459 807 €	15	16 227 822 €
C(2006) 3079	7/07/2006	79	31	27 660 899 €	48	49 942 266 €
Összesen		215	128	114 041 158 €	87	85 435 660 €

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

Ennek az ábrának, valamint a jelentésben bemutatott statisztikák jobb megértése érdekében, meg kell jegyeznünk, hogy 2005-ig a Bizottság minden évben két határozatot fogadott el a belső piacra vonatkozóan és két határozatot a harmadik országokra vonatkozóan. 2006-tól változás történt a szabályozásban, évente 4-ről 2-re csökkentve a határozatok számát.

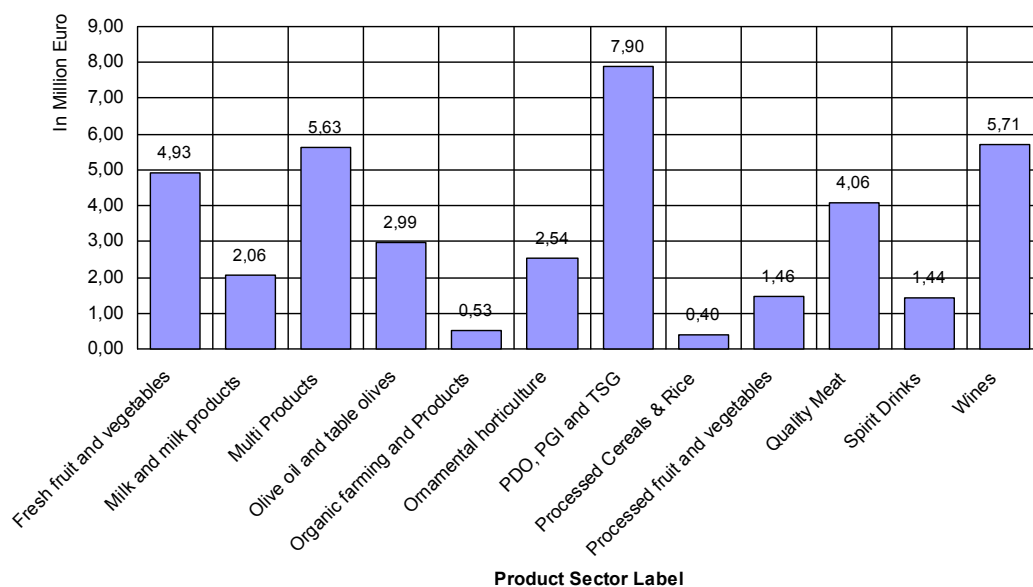
2.2.2. A harmadik országok piacára vonatkozó programok

Ezek a programok a referenciaidőszak folyamán a javasolt programoknak csak kb. 25%-át képviselték. Hasonlóképpen, a társfinanszírozás területén, ezek a programok egy negyedét kapták az elfogadott promóciós programokra megítélt közösségi pénzeszközöknek.

A célországok között az Amerikai Egyesült Államok az élen szerepel, amelyet Oroszország és Japán követ.

A harmadik országok piacain bevezetett termékek tárgyában, az első hely világosan azoknak a termékeknek jut, amelyek minőséget igazoló címkével rendelkeznek (bejegyzett eredetmegjelölés oltalom alatt álló eredetmegjelölés, valamint hagyományos különleges termék) ezt követik a borok és szeszipari termékek, friss és feldolgozott gyümölcsök és zöldségek, valamint a minőségi húsok. Az alábbi ábra megmagyarázza ezt:

5. ábra – EK részvétele termékek szerint - harmadik országok



Fresh fruit and vegetables
Milk and milk products
Multi Products
Olive oil and table olives
Organic farming and Products
Ornamental horticulture
PDO, PGI and TSG
Processed Cereals & Rice
Processed fruit and vegetables
Quality Meat
Spirit Drinks
Wines
In million Euro

Friss gyümölcs és zöldség
Tej és tejtermékek
Különböző termékek
Olívaolaj és étkezési olajbogyó
Biogazdálkodás és biotermékek
Dísznövénykertészet
OEM, OFJ és HKT
Feldolgozott gabonafélék és rizs
Feldolgozott gyümölcs és zöldség
Minőségi húsok
Szeszes italok
Borok
millió euróban

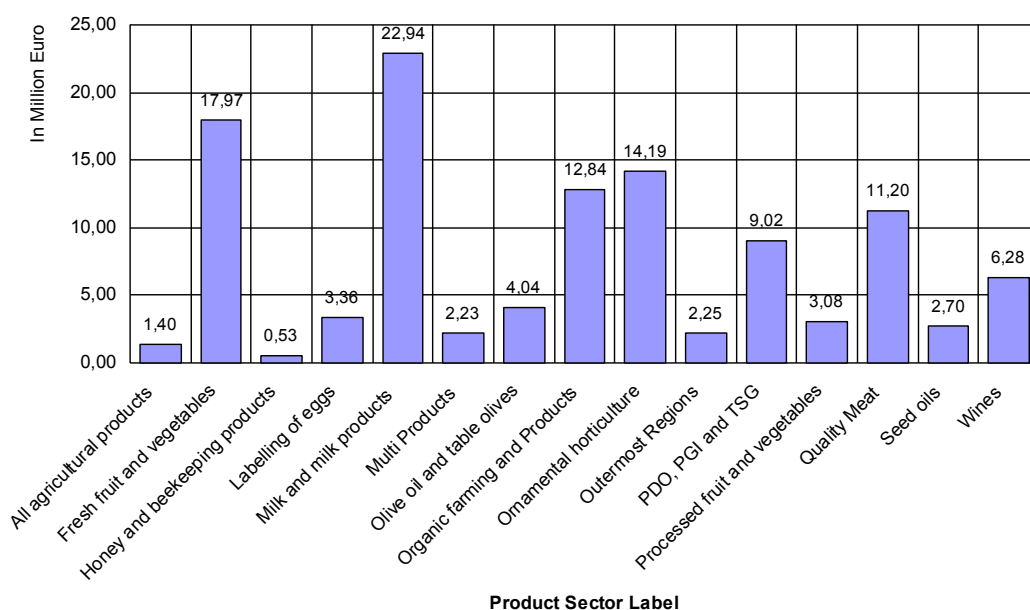
2.2.3. A belső piacra vonatkozó programok

A benyújtott programok száma a 2004-es 64-ről 72-re változott 2005-ben és 79-re 2006-ban, amely 23,4%-os emelkedést mutat. Az elfogadott programok száma a 2004-es 46-ről 51-re változott 2005-ben és 31-re 2006-ban. A szigorú kritériumok alkalmazása e programok vizsgálatánál kétségkívül hozzájárult ehhez a csökkenéshez.

Ahogy az a következő grafikonból látni lehet (lásd a munkadokumentumot is) az összes támogatásra jogosult termék, a rostlen kivételével részesült a promóciós programok támogatásából a jelentés által lefedett időszakban. Ezek a tejtermékek, friss és feldolgozott gyümölcsök és zöldségek, valamint dísznövények és díszcserjék ágazatai, de a biogazdálkodás és a minőségi húsok ágazatai is, amelyek a legnagyobb kedvezményezettek voltak költségvetési értelemben.

A belső piacra vonatkozó programok keretében a célországokat meg lehet tekinteni a mellékletben található ábrákon. Érdekes megjegyezni, hogy a promóciós rendszer kezdete óta, az esetek felében a célország egyben azon ország, amely javaslatot tett a programra (lásd a munkadokumentumot), ez az irányzat jelentősen csökken a 2004-2006 közötti időszakban.

6. ábra – EK részvétele termékek szerint - belső piac



All agricultural products	Összes mezőgazdasági termék
Fresh fruit and vegetables	Friss gyümölcs és zöldség
Honey and beekeeping products	Méz és méhészeti termékek
Labelling of eggs	Tojás címkézése
Milk and milk products	Tej és tejtermékek
Multi Products	Különböző termékek
Olive oil and table olives	Olívaolaj és étkezési olajbogyó
Organic farming and Products	Biogazdálkodás és biotermékek
Ornamental horticulture	Dísznövénykertészet
Outermost Regions	Legkülső régiók
PDO, PGI and TSG	OEM, OFJ és HKT
Processed fruit and vegetables	Feldolgozott gyümölcs és zöldség
Quality Meat	Minőségi húsok
Seed oils	Magokból készült olajak
Wines	Borok
In million Euro	millió euróban

2.2.4. A több országot magukban foglaló programok

Érdekes megjegyezni, hogy a javasolt programok összességében viszonylag csekély a több országot magukban foglaló programok száma, legyen szó akár belső piacról, akár harmadik országokról.

7. ábra – A több tagállamot magában foglaló programok aránya a javasolt programok egészét tekintve

Határozat		Javasolt programok	Több tagállamot magukban foglaló javasolt programok
Belső piac			
C(2004) 2000	11/06/2004	30	0
C(2004) 5360	28/12/2004	34	2
C(2005) 1767	15/06/2005	32	2
C(2006) 6	12/01/2006	40	2
C(2006) 3079	7/07/2006	79	6
Összesen		215	12

Harmadik ország		Javasolt programok	Több tagállamot magukban foglaló javasolt programok
C(2004) 817	22/03/2004		
C(2004) 3536	27/09/2004	10	1
C(2005) 615	14/03/2005	18	5
C(2005) 4082	21/10/2005	25	1
C(2006) 796	17/03/2006	12	1
Összesen		71	9

2.3. A Mezőgazdasági Főigazgatóság által közvetlenül irányított programok

Azt már jeleztük, hogy bizonyos intézkedéseket 100%-ban az EU költségvetése finanszírozhat. Olyan intézkedésekről van szó, amelyeket közvetlenül a Bizottság indít el és irányít és valósít meg a pályázati felhívás útján kiválasztott szerződő felek segítségével.

2.3.1. A Bizottság által a 2702/1999 EK rendelet értelmében közvetlenül irányított intézkedések

1. Információs kampányok szervezése az Amerikai Egyesült Államokban, Kanadában, Kínában és Japánban az oltalom alatt álló eredetmegjelölésekre, az oltalom alatt álló földrajzi jelzésekre, a hagyományos különleges termékekre és a biogazdálkodásra vonatkozó közösségi rendszerekről.

éves költségvetés: 2 millió euro (1 millió euro Észak-Amerikának és 1 millió euro Ázsiának);

2. magas szintű küldetések:

2004-ben kereskedelmi küldöttség látogatása Kínában, Franz Fischler úr vezetésével, aki akkor a mezőgazdaságért és halászatért felelős európai biztos volt.

elkülönített költségvetés: 800 000 euro;

2007 márciusában magas szintű kereskedelmi misszió megszervezése Indiába, Marianne Fischer Boel biztosasszony vezetésével, vállalatvezetők kíséretében. Ennek a hat napos misszióknak a célja, hogy hidat verjen az EU és India között. A látogatás során felkeresik Újdelhit és Mumbait (Bombay), a látogatás továbbá magában foglalja az Európai Unió standjának jelenlétét Újdelhiben az Aahaar mezőgazdasági és élelmiszeripari vásáron.

elkülönített költségvetés: 1 millió euro.

2.3.2. Promóciós kampány a biogazdálkodás érdekében

A Bizottság megkezdte a tárgyban folytatandó promóciós kampányát a 2826/2000 EK tanácsi rendelet alapján és azzal a céllal, hogy megvalósítsa az élelmiszeripari és biogazdálkodási európai tervet és annak 1. intézkedését. Ez a program három évig tart és 3 millió eurós költségvetéssel rendelkezik a teljes időszakra. Ez a kampány párhuzamosan zajlik az ebben a gyorsan bővülő ágazatban az Európai Unió által társfinanszírozott nemzeti programokkal és az a célja, hogy támogassa ezeket a kezdeményezéseket.

Ebben az összefüggésben, pályázati felhívás után keretszerződést kötöttek egy erre szakosodott vállalattal, hogy fejlesszen ki egy internetes weboldalt és egy különböző eszközöket tartalmazó „szerszámosládát”, amelyet a biogazdálkodás promóciójára és az abból származó termékekről szóló tájékoztatásra lehet használni. Egyéb információs, kommunikációs és promóciós kampányokat bonyolíthatnak le szükség esetén e kampány keretében nem feledve szem előtt a célközönség felé irányuló saját értelemben vett promóciót.

A tagállamok javaslatára a Bizottság által kinevezett, az ágazat különféle személyiségeit tömörítő szakértői csoport ad tanácsot a Bizottságnak e gyakorlata során.

2.3.3. a promóciós és tájékoztató intézkedések eredményeit fölmérő tanulmányok

Az értékelési gyakorlatok megengedik a programok hatékonyságának vizsgálatát, más szóval a célkitűzések tiszteletben tartását és annak ellenőrzését, hogy jól rendelték az eszközöket (pénzügyi, jogszabályi, igazgatási) az elért eredmények megvalósításához. Az értékelési gyakorlatok megvizsgálják a programok összhangját, helytállóságát és hasznosságát, valamint az azokkal kapcsolatban tervezett intézkedések minőségét.

A 2702/1999 és 2826/2000 tanácsi rendeletek 8. cikkei megengedik a Bizottság szolgálatainak, hogy értékeléseket készítsenek a társfinanszírozott programokról.

Az 1358/2001 EK bizottsági rendelet alapján társfinanszírozott kommunikációs programok értékelését, amely előírja az egyedi kommunikációs intézkedéseket a szarvasmarhahús ágazatban, 2004-ben kezdték meg és 2005-ben véglegesítették. Az lehetővé tett, annak megvilágítását, hogy a társfinanszírozott programok koherensek a kialakított célkitűzésekhez és iránymutatásokhoz viszonyítva. A tartalmát tekintve azonban a társfinanszírozott programok közös stratégiájának hiánya nem mindig engedte meg a világos tájékoztatást a fogyasztó megnyugtatására. Hasonlóképpen a kezdeményezések hiányában, amelyek lemérik a programban szereplő intézkedések hatását megvalósításuk pillanatában, rendkívül nehéz volt felmérni a programok hatékonyságát még több évvel megvalósításuk után is.

A következő évekre és pályázati felhívásokat követően a Bizottság két keretszerződést írt alá a belső piacra és a harmadik országokra vonatkozó értékelések elkészítéséről, amelyek mindegyike négy és hat hónap közötti időtartamú és azt vizsgálja meg, hogy miként hajtották végre a programokat.

A két keretszerződés összesen 3 750 000 eurós költségvetéssel rendelkezik.

3. MÁSHOL VÉGREHAJTOTT PROMÓCIÓS INTÉZKEDÉSEK

A fent említett rendelkezések alapján és e jelentés tárgyához tartozó társfinanszírozott intézkedéseken túl még létezik bizonyos számú promóciós és/vagy információs intézkedés a mezőgazdasági termékekre vonatkozóan a közös agrárpolitika egyéb területeinek keretében.

- a gyümölcsökre és zöldségekre vonatkozó ágazati promóciós intézkedések,
- a borokra vonatkozó, jelenleg felülvizsgálat alatt álló közös piacszervezés keretében tervezett ágazati promóciós intézkedések,
- intézkedések az állami támogatásokra vonatkozó politika keretében,
- intézkedések a vidékfejlesztési politika keretében, ahol az 1257/1999 EK rendelet⁵ által előírt kapcsolódó intézkedések skáláját kibővítette az 1783/2003 EK tanácsi rendelet⁶.

4. A SZAKMAI SZERVEZETEK HELYZETE

A termelőket képviselő szakmai szervezeteket tájékoztatták a tanácsadó csoport 2006. szeptember 12-i ülésén ezen jelentés elkészítésének állapotáról. Ebből az alkalomból a szakmai szervezetek tájékoztatták a Bizottság szolgálatait a rendszer működéséről kapcsolatos nézeteikről.

1. azok a szabályozás egyszerűsítését kívánják, különösen a több országra vonatkozó programokat illetően;
2. kérték annak jobb meghatározását, hogy a márkanévet fel lehet-e tüntetni a szokásos promóció keretében;
3. iránymutatásokat kértek programjaik megfogalmazásához.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS FOGANATOSÍTANDÓ INTÉZKEDÉSEK

5.1. Összefoglaló következtetések

A 2004 év végén és 2005-ben végrehajtott módosításokat figyelembe véve, még túl korai végleges ítéletet mondani az előző jelentés által lefedett időszak vége óta elindított promóciós intézkedések eredményéről. Az előbbi jelentés óta azonban a promóciós rendszer alapelvei bebizonyították értéküket és megerősítették hatékonyságukat:

- a Bizottság „közvetett” irányítási rendszere, az a rendszer, amelyben a szakmai szervezetek és a tagállamok kezdeményezéseket tesznek és vállalják az irányítás felelősségét;

⁵ A Tanács 1999. május 17-i 1257/1999/EK rendelete az Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garanciaalapról (EMOGA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról, valamint egyes rendeletek módosításáról, illetve hatályon kívül helyezéséről (HL L 160., 1999.6.26., 80. o.).

⁶ A Tanács 1783/2003/EK rendelete (2003. szeptember 29.) az Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garanciaalapról (EMOGA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról szóló 1257/1999/EK rendelet módosításáról (HL L 270, 2003.10.21., 70. o.).

- az összes jogosult ágazat számára, háromoldalú harmonizált társfinanszírozás (Európai Unió, tagállamok és szakmai szervezetek), azonban az egyenlő részben történő társfinanszírozás lehetőségével bizonyos jól meghatározott esetben;
- ragaszkodás a közösségi promóció általános jellegéhez, a hangsúlyt inkább az ágazatokra és a témákra, mintsem egy bizonyos termékre fektetve.
- szabályozási keret lehetővé téve az intézkedések szabályos időközönként történő programozását, inkább mint válsághelyzetre reagálva beavatkozni.

A további javításokat elérése céljából a következő kérdéseket lehetne megvizsgálni:

- a szakmai szervezetek és a tagállamok nagy érdeklődést tanúsítottak a belső piacra vonatkozó programok elindítása iránt. Meg kell azonban jegyezni, hogy bizonyos javaslataik főleg a nemzeti érdekek körébe tartoznak és alig rendelkeznek európai hozzáadott értékkel. Inkább ragaszkodni kellene az olyan programok kidolgozásához, amelyek közösségi szintű érdekeket fejeznek ki, valamint ahhoz az igényhez, hogy részesítsék előnyben a jobb egyeztetést és a kölcsönös segítségnyújtást a nemzeti hatóságok között;
- a harmadik országokat illetően, a szakmai szervezetek kevésbé tűnnek motiváltnak;
- a promóciós intézkedések iránti növekvő érdeklődés a közös agrárpolitika (KAP) keretében megreformált vagy reform alatt lévő mezőgazdasági ágazatok szakma köreinek részéről.

5.2. Fogantatosítandó intézkedés

A Bizottság szemében, folytatni kell a jelenlegi rendszer alkalmazását a promóciós intézkedések támogatására, amely a 2702/1999 EK és a 2826/2000 EK tanácsi rendeletekben van lefektetve, fenntartva e rendelkezés főbb vonalait. Működésének javítása érdekében néhány különleges ponton, a következő módosításokat lehet javasolni.

5.2.1. A szabályozások egységesítése

Hasznos lenne a szabályozás egyszerűsítése:

- egyrészt a belső piacra és a harmadik országokra vonatkozó két tanácsi alaprendelet egyetlen jogszabállyá való átdolgozása,
- másrészt a belső piacra és a harmadik országokra vonatkozó két bizottsági végrehajtási rendelet egyetlen jogszabállyá való átdolgozása.

5.2.2. A javaslattevő szervezetek költségvetési programozása

Az adott évben a költségvetési kötelezettségvállalások tiszteletben tartásának javítására, javasolni kellene a tervezett kiadások éves programozását különleges éves költségvetési gyakorlatok keretében a „12 hónapos időszak” helyett.

5.2.3. A tagállamok kiadásigazoló nyilatkozata

A költségvetési előirányzatok fogyasztásának rendszeres nyomon követése céljából, a programok keretében végrehajtott kiadásokat olyan határidőn belül kellene kifizetni és

nyilatkozni róluk, amely lehetővé teszi az adott költségvetési évben vállalt kötelezettségek tiszteletben tartását.

5.2.4. *A végrehajtó szerv választása*

Fenn kellene tartani a lehetőséget a végrehajtó szerv választására miután a javaslattevő szervezet megküldte a programot a tagállamnak, ellátva pontosításokkal, amelyek megengedik e lehetőség megfontolt használatát.

5.2.5. *Iránymutatások kidolgozása*

A világos és időben tartós iránymutatások kidolgozása, amelyeket tiszteletben kellene tartani a társfinanszírozású promóciós programok javaslatainak megszövegezésénél, természeténél fogva csökkentené a pontatlanságokat és más „hiányokat” a programok megszövegezésénél. Ezek az iránymutatások, amelyeket most dolgoznak ki, jellegükénél fogva kétségkívül hozzájárulnak a mezőgazdasági termékek optimális promóciójához a jövőben.