

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas atzinums par tematu “Zaļā grāmata par veicināšanas un informācijas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem: pastiprināta Eiropas stratēģija ar pievienoto vērtību Eiropas garšu popularizēšanai” COM(2011) 436 galīgā redakcija un par tematu “Priekšlikums Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 3/2008 par informācijas un veicināšanas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū un trešās valstīs”

COM(2011) 663 galīgā redakcija – 2011/0290 (COD)

(2012/C 43/13)

Ziņotāja: **Dilyana SLAVOVA kdze**

Komisija 2011. gada 14. jūlijā, Eiropas Parlaments 2011. gada 27. oktobrī un Padome 2011. gada 29. novembrī saskaņā ar Līguma par Eiropas Savienības darbību 43. panta 2. punktu un 304. pantu nolēma konsultēties ar Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteju par tematu

“Zaļā grāmata par veicināšanas un informācijas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem: pastiprināta Eiropas stratēģija ar pievienoto vērtību Eiropas garšu popularizēšanai”

COM(2011) 436 galīgā redakcija

un par tematu

“Priekšlikums Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 3/2008 par informācijas un veicināšanas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū un trešās valstīs”

COM(2011) 663 galīgā redakcija.

Par Komitejas dokumenta sagatavošanu atbildīgā Lauksaimniecības, lauku attīstības un vides specializētā nodaļa savu atzinumu pieņēma 2011. gada 21. novembrī.

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja 476. plenārajā sesijā, kas notika 2011. gada 7. un 8. decembrī (7. decembra sēdē), ar 188 balsīm par, 2 balsīm pret un 5 atturoties, pieņēma šo atzinumu.

1. Secinājumi un ieteikumi

1.1 Eiropas Savienības lauksaimniecības un pārtikas produkti pēc savas kvalitātes un daudzveidības ir unikāli. Tomēr, lai nodrošinātu spēcīgu pozīciju atvērtā pasaules tirgū, nepietiek vienīgi ar izcilu pārtikas produktu un dzērienu ražošanu. Izskaidrojot patērētājiem ES lauksaimniecības ražojumu augstos kvalitātes standartus un stimulējot eksportu, informācijas un reklāmas programmas var palīdzēt Eiropas ražotājiem gūt panākumus pasaules tirgū, kurā arvien saasinās konkurence.

1.2 Pašreizējā informēšanas un veicināšanas politika attiecībā uz lauksaimniecības ražojumiem ir īstenota ar labiem rezultātiem, tomēr EESK ir pārliecināta, ka to vajadzētu vēl vairāk vienkāršot un uzlabot, lai labāk reaģētu uz Eiropas un pasaules tirgu prasībām un pievērstos Eiropas ražotāju vajadzībām.

1.3 EESK atzinīgi vērtē dokumentu “Zaļā grāmata par veicināšanas un informācijas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem: pastiprināta Eiropas stratēģija ar pievienoto vērtību Eiropas garšu popularizēšanai” un ierosina, ka lauksaimniecības pārtikas produktu popularizēšanas politikai būtu jāklūst par vienu no Komisijas politiskajām prioritātēm turpmākajos gados gan iekšējā, gan ārējā tirgū.

1.4 EESK atbalsta divus jaunās noieta veicināšanas stratēģijas pamata mērķus, kas ir pielāgoti mērķa tirgum, pirmkārt, patērētāju informētības un izpratnes veicināšana ES tirgū, uzsverot stabilākas garantijas marķēšanas, izsekojamības un pārtikas nekaitīguma jomā un visaugstākās prasības vides, dzīvnieku labturības un darba ņēmēju tiesību ievērošanas jomā, un, otrkārt, eksporta veicināšana ārējā tirgū.

1.5 Atzīstot pašreizējās finanšu krīzes radītos ierobežojumus, EESK uzskata, ka izšķiroši svarīgi ir palielināt budžetu, kas paredzēts informācijas sniegšanas un veicināšanas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū un trešās valstīs. Piemēram, ASV tirgus pieejamības programmas finansējums līdz 2012. finanšu gadam (ieskaitot) ir 200 miljoni ASV dolāru gadā.

1.6 EESK ierosina vienkāršot administratīvās procedūras, ko piemēro veicināšanas programmu sagatavošanai un uzraudzībai, proti, samazinot Komisijai iesniedzamo ziņojumu skaitu. Administratīvā sloga samazināšanai ir īpaši liela nozīme.

1.7 EESK uzskata, ka ir būtiski palielināt dalībvalstīs veiktās programmu atlases pārredzamību un ka Komisijai būtu jāizstrādā precīzas vadlīnijas dalībvalstīm. Būtu jāuzlabo

programmu novērtēšana, izmantojot stingru novērtēšanas sistēmu ar konkrētiem rādītājiem, piemēram, tirgus daļas palielināšanās. Jāsaīsina atlases procesa ilgums. Turklāt ir svarīgi, lai programmām būtu uz Eiropu un pievienotās vērtības iegūšanu vērstas redzējums, kas ietver arī darba vietu radīšanu, un, izmantojot izdevīgāku finansēšanas sistēmu (50 % vietā 60 %), prioritāte tiktu dota daudzvalstu programmām, kuras aptver vairākus produktus.

1.8 Vajadzētu palielināt elastīgumu, lai programmas to īstenošanas laikā varētu pielāgot pārmaiņām tirgū. Tādēļ arī nevajadzētu prasīt programmu pieteikumos sniegt tik sīku informāciju kā pašlaik.

1.9 EESK ierosina Komisijai ņemt vērā atšķirības starp "vecu" un "jauno" dalībvalstu profesionālo organizāciju spējam. Nepietiekama pieredze un nepietiekami resursi ierobežo "jauno" dalībvalstu profesionālo apvienību iespējas pilnvērtīgi iesaistīties veicināšanas programmās. EESK ierosina Komisijai apsvērt iespēju palielināt minētajām organizācijām avansa maksājumus (piemēram, 30 % no ikgadējām izmaksām).

1.10 EESK uzskata, ka tiesību aktos, kas attiecas uz veicināšanu, vajadzētu skaidrāk noteikt zīmolu lomu, kā arī paredzēt līdzsvaru starp vispārēju veicināšanu un konkrētu zīmolu veicināšanu, it īpaši valstīs, kas nav ES dalībvalstis. Lai nodrošinātu pilnīgu un pārredzamu informāciju, būtu jāatļauj norādīt produkta izcelsmi arī tiem produktiem, kuriem nav piešķirts aizsargāts cilmes vietas nosaukums vai aizsargāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

1.11 Jāuzlabo saziņa un koordinācija starp dalībvalstīm, kā arī starp dalībvalstīm un Komisiju. Konferencēs un semināros vajadzētu apmainīties ar paraugprakses piemēriem un praktiskajām zināšanām.

1.12 EESK atzinīgi vērtē ieceri izveidot Eiropas platformu paraugprakses piemēru apmaiņai starp profesionāļiem, jo tā var sniegt vērtīgu atbalstu veicināšanas kampaņu izstrādē. Labi strukturētu un efektīvi koordinētu daudzvalstu programmu veidošanu sevišķi veicinātu ES līmeņa apmaiņas dienests (darbsemināri, tīmekļa vietnes utt.), kas būtu pieejams visām pusēm, kuras iesaistītas informēšanā par lauksaimniecības pārtikas produktiem un to noieta veicināšanā.

1.13 Jāveido sinerģijas starp dažādām pašlaik īstenotām veicināšanas programmām. Lai programmu īstenošana sniegtu plānoto ietekmi, ir būtiski nodrošināt nepārtrauktību. Vajadzētu nodrošināt iespēju bez sarežģījumiem atkārtoti īstenot veiksmīgas veicināšanas programmas. Jāizveido patiešām efektīvas veicināšanas tīkls.

1.14 EESK iesaka Komisijai izstrādāt vispusīgu un vienkāršu "rokasgrāmatu", kas palīdzētu veicināšanas atbalsta saņēmējiem ievērot stratēģijas noteikumus un kārtību.

1.15 Noieta veicināšanas stratēģijai jāatbalsta ES uzņēmēju, it sevišķi MVU, eksporta darbība, lai būtu iespējams gūt labumu no patēriņa pieauguma jaunietekmes tirgos. Eksporta darbība nozīmē ne tikai jaunu tirgu apgūšanu, bet tā ir arī būtisks dzinējspēks uzņēmumu veikspējas uzlabošanā. Tāpēc EESK iesaka Komisijai atbalstīt izmēģinājuma projektus, kas vērsti uz eksporta stratēģiju izstrādi un spēj piedāvāt ietvaru vai tīklu, kurš būtu pielāgots uzņēmumu individuālajām eksporta stratēģijām un vajadzībām, tādējādi atvieglojot ES lauksaimniecības un pārtikas produktu iekļūšanu minētajos tirgos.

1.16 Jāpaplašina tiesību aktu darbības jomā iekļauto produktu saraksts, lai būtu iespējams veicināt visu to produktu noieta, kuri "vēstī" par Eiropas kvalitāti vai kuri to var stiprināt. Jārod risinājums arī attiecībā uz citiem produktiem, piemēram, ierauga kultūrām.

1.17 EESK vēlētos, lai ES lauksaimniecības un pārtikas produktu piedāvājumu pasniegtu no produktu uzturvērtības/veselīguma viedokļa un ievērojami uzsvērtu priekšrocības, kas saistītas ar produktu uzturvērtību un veselīgu ēšanu / veselīgu uzturu. Jāīsteno iniciatīvas līdzsvarota uztura paradumu veicināšanai. Lai to nodrošinātu, vienlaikus ar produktu kvalitāti vajadzētu popularizēt arī nozīmīgākos vēstījumus par produktu veselīgumu un kvalitāti.

1.18 Komiteja uzskata, ka pilnvaras pieņemt deleģētos tiesību aktus un īstenošanas tiesību aktus, kā norādīts Komisijas priekšlikumā Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 3/2008 (COM(2011) 663 galīgā redakcija), uzlabos informācijas un veicināšanas pasākumu attiecībā uz lauksaimniecības produktiem saskaņotību un veicinās to vienotu īstenošanu. EESK iesaka Komisijai uzturēt regulārus kontaktus ar ieinteresētajām personām un pieteikumu iesniedzējiem un atbilstoši reaģēt uz viņu priekšlikumiem.

2. Ievads

2.1 ES programma lauksaimniecības un pārtikas ražojumu noieta veicināšanai ir horizontāla stratēģija, kas aptver visas lauksaimniecības pārtikas ražošanas nozares, un tās mērķis ir uzsvērt kopējās lauksaimniecības politikas (KLP) vispārējās iezīmes un pievienoto vērtību. Tā papildina privātajā un publiskajā sektorā īstenotos veicināšanas pasākumus dalībvalstu līmenī.

2.2 Eiropas Komisija ik gadu piešķir aptuveni 50 miljonus *euro* ar mērķi atbalstīt ES lauksaimniecības un pārtikas produktu un to ražošanas metožu veicināšanas kampaņas. Šo atbalstu parasti piešķir profesionālām ražotāju organizācijām vai apvienībām, kas popularizē augsti kvalitatīvas Eiropas lauksaimniecības un pārtikas ražošanas metodes.

2.3 Veicināšanas kampaņas uzsver ES lauksaimniecības ražojumu kvalitāti, uzturvērtību un nekaitīgumu, kā arī vērš uzmanību uz augstu pievienoto vērtību, ko rada, piemēram, ražošanas metodes, marķējums, dzīvnieku labturība un saudzīgums pret vidi.

2.4 Kampaņas īsteno Eiropas Savienībā vai arī aiz tās robežām, un to mērķis ir palīdzēt iekļūt jaunos tirgos. No 2000. gada līdz 2010. gadam ES līdzfinansējums piešķirts 458 veicināšanas programmām; finansējumu saņēmušas visas dalībvalstis. Veicināšanas pasākumi var ietvert reklāmas kampaņas plašsaziņas līdzekļos, noieta veicināšanu tirdzniecības vietā, piedalīšanos izstādēs un gadatirgos, kā arī daudzu citu veidu pasākumus.

2.5 ES finansējums sedz maksimāli pusi no kampaņas kopējām izmaksām. Vismaz 20 % būtu jāiegulda organizācijai, kas iesniegusi pieteikumu, un pārējos līdzekļus nodrošinātu dalībvalstu iestādes un citi avoti.

2.6 Prioritāri atbalsta daudzgadu programmas, kas ir pietiekami vērienīgas, lai spētu būtiski ietekmēt mērķa tirgu. Priekšroka ir programmām, ko ierosinājušas organizācijas no vairākām dalībvalstīm vai arī kas aptver vairākas dalībvalstis vai trešās valstis.

2.7 Vairāk nekā divas trešdaļas no pēdējo piecu gadu laikā apstiprinātajām kampaņām, kuru mērķis ir informēt par ES lauksaimniecības un pārtikas produktiem un veicināt to noieta, bijušas vērstas uz iekšējo tirgu. Vienīgi 8 % no apstiprinātajām programmām aptver vairākas valstis, un vairāk nekā puse pieteikumu, kas iesniegti laikposmā no 2006. gada līdz 2010. gadam, tikuši noraidīti.

2.8 Kopš veicināšanas programma uzsākta, Komisija to regulāri uzrauga, gatavojot ziņojumus Padomei un Eiropas Parlamentam. Arī Eiropas Revīzijas palāta 2009. gadā publicēja īpašu ziņojumu ar ierosinājumiem programmas uzlabošanai.

3. Paziņojuma kopsavilkums

3.1 Eiropas lauksaimniecības un pārtikas nozare, neraugoties uz tās ievērojamajiem panākumiem, pašlaik saskaras ar nopietniem izaicinājumiem. ES ražotāju pūles sanitārajā un vides jomā, kā arī attiecībā uz dzīvnieku labturību ne vienmēr tiek pienācīgi novērtētas. Eiropas Savienības tradicionālajos un jaunajos tirgos ir parādījušies jauni konkurenti. Turklāt pienācīgi būtu jāizmanto Eiropas Savienības ārkārtīgi daudzveidīgais kulinārais mantojums.

3.2 Pašlaik notiekošās KLP reformas mērķis ir pēc 2013. gada nodrošināt KLP pilnvērtīgu iekļaušanu stratēģijā "Eiropa 2020", sekmējot tādu lauksaimniecības nozari, kas veicina nodrošinātību ar pārtiku, ilgtspējīgu dabas resursu izmantošanu un dinamiskākus lauku apvidus. Vienlaikus ar KLP reformu Komisija ir uzsākusi plašu apspriešanos ar ieinteresētajām personām, lai formulētu pamatprincipus mērķtiecīgākai un vērienīgākai veicināšanas stratēģijai attiecībā uz Eiropas lauksaimniecības un pārtikas nozari.

3.3 Konkrētos mērķus, kas jāīsteno vietējos tirgos, Eiropas tirgū un starptautiskajā tirgū, formulēs vēlāk, tādējādi ļaujot efektīvāk koncentrēties uz ikvienā gadījumā veicamajiem pasākumiem. Savukārt informācijas un veicināšanas pārstrādātās stratēģijas vispārējie mērķi būs šādi:

— labāk izcelt Eiropas lauksaimniecības ražojumus un nostiprināt to pozīcijas dažādos tirgos;

— popularizēt ļoti augstos ES normatīvus pārtikas nekaitīguma, vides un dzīvnieku labturības jomā un sniegt patērētājiem vairāk informācijas par Eiropas ražošanas modeli;

— iepazīstināt patērētājus ar jauniem produktiem un uzsvērt Eiropā pieejamo produktu daudzveidību;

— uzlabot informētību par kvalitātes nodrošināšanas sistēmām un produktiem ar augstu pievienoto vērtību.

3.4 Zaļajā grāmatā ir četras daļas, kurās apspiesti un izvirzīti jautājumi par dažādiem informācijas un veicināšanas stratēģijas aspektiem: par tās pievienoto vērtību Eiropai, par mērķiem un pasākumiem iekšējā (arī vietējā un reģionālajā) un ārējā tirgū, kā arī par vispārīgākiem satura aspektiem un pārvaldības pieejām.

3.5 Zaļajā grāmatā uzsvērtas reģionālā un vietējā tirgus neizmantotās iespējas. Jānodrošina pasākumi, kuru mērķis ir finansēt pamatpakalpojumus, piemēram, tirdzniecības centru, veikalu vai tirgu izveidi. Labāk integrēta Kopienas iniciatīva lauku attīstībai (LEADER) pēc 2013. gada varētu ievērojami veicināt īsāku izplatīšanas kanālu veidošanu.

3.6 Varētu atbalstīt dalībvalstu sadarbību, lai veicinātu to, ka dalībvalstu un/vai privātā sektora informācijas un veicināšanas kampaņas cita citu papildina, un lai mudinātu veidot sinerģijas.

3.7 Pašlaik priekšlikumus var iesniegt profesionālās vai starptozaru profesionālās organizācijas, kas pārstāv attiecīgās nozares vienā vai vairākās dalībvalstīs vai arī Eiropas līmenī. Zaļajā grāmatā ierosināts paplašināt piekļuvi finansējumam un dot iespēju to saņemt arī citām struktūrām, piemēram, tirdzniecības uzņēmumiem un tirdzniecības palātām, tādējādi aptverot nozares, kas visās dalībvalstīs nav sistemātiski strukturētas ar profesionālo organizāciju palīdzību.

3.8 Pašlaik spēkā esošās programmas attiecas uz konkrētiem produktiem vai kvalitātes sistēmām (piemēram, informācija par pienu un tā uzturvērtību). Zaļajā grāmatā ierosināta jauna, elastīgāka un, iespējams, iedarbīgāka pieeja, proti, sākotnēji koncentrēties uz galvenajiem Eiropas līmeņa vēstījumiem un pēc tam tos atvasināt un izvērst, ilustējot ar produktu piemēriem, lai tādējādi izceltu Eiropas ražojumu daudzveidību, bagātīgumu un savstarpējo papildināmību.

3.9 Zaļajā grāmatā uzsvērts, ka pasākumu īstenošanai ir jāparedz vienkāršas procedūras. Atlases process ir divkāršs (dalībvalstīs un Eiropas Komisijā) un ilgs (no iesniegšanas termiņa dalībvalstī līdz Komisijas lēmumam paiet septiņi mēneši), un tas ierobežo iespēju veidot pragmatiskas un apstākļu maiņai strauji pielāgojamas kampaņas.

3.10 Komisija ir arī iepazīstinājusi ar priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 3/2008, lai to pielīdzinātu Līguma par Eiropas Savienības darbību (LESD) 290. un 291. pantam. Priekšlikumā izklāstītas Komisijas pilnvaras pieņemt deleģētos un īstenošanas tiesību aktus atbilstīgi Padomes Regulai (EK) Nr. 3/2008 un noteikta attiecīgā kārtība šādu aktu pieņemšanai. Minētajā priekšlikumā arī paredzēts Regulā (EK) Nr. 3/2008 iekļaut atsevišķas pilnvaras, ko līdz šim īstenoja Komisija.

4. Vispārīgas piezīmes

4.1 Galvenās problēmas, ar ko saskaras Eiropas lauksaimniecības politika, ir saistītas ar klimata pārmaiņām, finanšu un ekonomikas krīzi, "vecu" un "jauno" ES dalībvalstu nevienlīdzību un spriedzi, kuru rada negodīga konkurence starp tām; ar to, ka KLP piemērošana rada priekšnoteikumus cenu dempingam, kā arī ar stabilitātes trūkumu nodarbinātības jomā un ar nestabilo tirgu, kurā notiek lielas svārstības. Ņemot vērā šos izaicinājumus, vēl jo svarīgāk ir veicināt ES lauksaimniecības un pārtikas produktu noietu, lai palīdzētu tiem gūt atzinību kā produktiem ar augstu pievienoto vērtību un saglabātu ES kā vadošās pārtikas piegādātājas pozīciju.

4.2 ES veicināšanas stratēģija uzsvēr Eiropas produkcijas priekšrocības, īpaši kvalitātes, higiēnas un pārtikas nekaitīguma jomā, izmantojot efektīvu marķēšanas un izsekojamības sistēmu apvienojumā ar darba ņēmēju tiesību ievērošanu, kā arī dzīvnieku labturības un vides jomā. Tam vajadzīgs pastāvīgs finansiālais atbalsts.

4.3 Lauksaimniecības pārtikas ķēde atbilst augstiem pārtikas nekaitīguma, augu un dzīvnieku veselības, dzīvnieku labturības un vides aizsardzības standartiem. Informācijas un veicināšanas kampaņas ir efektīvs un lietderīgs veids, kā paust atzinību par lauksaimnieku, pārstrādātāju un tirgotāju ieguldītajām pūlēm. Tāpēc noietu veicināšanas politikai šai sakarā jāizvirza divi pamatmērķi:

— Eiropas lauksaimniecības un pārtikas produktu popularizēšana un pārdošana ārējos tirgos (eksporta veicināšana, it īpaši attiecībā uz MVU, jo tie ir dzinulis nozares ekonomikas atveseļošanās panākšanai);

— patērētāju informēšana ES tirgū, it īpaši par īpašiem noteikumiem attiecībā uz kvalitāti, drošību un izsekojamību, uzturvērtību, saudzīgumu pret vidi, dzīvnieku labturību, darba apstākļiem utt. Stratēģija jo īpaši jāvērs uz to, lai sākot jau no skolas vecuma, nodrošinātu patērētāju labāku

informētību par atbildīgu patēriņu un veicinātu lauksaimniecības un pārtikas produktu ražotāju — lauksaimnieku un rūpniecības nozares uzņēmumu — pūļu atzīšanu, kas ieguldītas, lai ievērotu augstos ES standartus⁽¹⁾.

4.4 Veicināšanas politikā jāizmanto jauni komunikācijas līdzekļi (piemēram, tīmekļa vietnes), lai informētu patērētājus par vietējo ražotāju iniciatīvām un produktu pieejamību tiešā pārdošanā. Īsu tirdzniecības ķēžu attīstība noteikti atbilstu sabiedrības jaunajām prasībām.

4.5 Revīzijas palāta ierosinājusi sniegt mērķtiecīgu tehnisko atbalstu ražotājiem, nodrošinot

— ciešākas sinerģijas starp ražotājiem un programmām. ES pasākumiem jāsekmē mazo un vidējo uzņēmumu sadarbība, lai tie spētu nodrošināt tirdzniecībai ārējā tirgū nepieciešamo kritisko masu. Tiklu veidošana varētu palīdzēt sasniegt minēto mērķi un ES līmenī veidot ražotāju sinerģijas;

— palīdzību jaunajām dalībvalstīm, paplašinot pieejamo pasākumu klāstu un iekļaujot arī izpētes darbu (piemēram, testēšanas pasākumus viena gada garumā vai tirgus pētījumus).

4.6 Attiecībā uz Komisijas priekšlikumu paplašināt noietu veicināšanas programmu atbalsta saņēmēju loku EESK uzskata, ka priekšroka būtu dodama profesionālām organizācijām, jo tās apvieno uzņēmumus un līdzfinansē pasākumus.

4.7 EESK uzskata, ka konkrēti tradicionālie produkti, zīmoli vai izcelsmes norādes varētu arī citiem Eiropas ražojumiem pavērt ceļu uz jauniem tirgiem (īpaši ārpus Eiropas). Veicināšanas programmās, ko iesniegušas profesionālās un/vai starpnozaru organizācijas, varētu uzsvērt produktu Eiropas izcelsmi, nepieprasot likvidēt norādes uz zīmolu vai izcelsmes vietu, bet gan nodrošinot, ka norāde uz Eiropu ir izcelta vairāk nekā norāde uz zīmolu. Lai nodrošinātu pilnīgu un pārredzamu informāciju, būtu jāatļauj norādīt produkta izcelsmi arī tiem produktiem, kuriem nav piešķirts aizsargāts cilmes vietas nosaukums vai aizsargāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

4.8 Atbilstīgi LESD 290. un 291. pantam Komisijai būs plašāka atbildības joma. Komiteja uzskata, ka pilnvaras pieņemt deleģētos tiesību aktus un īstenošanas tiesību aktus, kā norādīts Komisijas priekšlikumā Eiropas Parlamenta un Padomes regulai, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 3/2008 (COM(2011) 663 galīgā redakcija), uzlabos informācijas un veicināšanas pasākumu attiecībā uz lauksaimniecības produktiem saskaņotību un veicinās to vienotu īstenošanu. EESK iesaka Komisijai uzturēt regulārus kontaktus ar ieinteresētajām personām un pieteikumu iesniedzējiem un atbilstoši reaģēt uz viņu priekšlikumiem

⁽¹⁾ OV C 218, 23.07.2011., 114. lpp. un OV C 218, 23.07.2011., 118. lpp.

attiecībā uz vienkāršotu un raitu informācijas sniegšanas un noieta veicināšanas pasākumu procesu lauksaimniecības un pārtikas produktiem iekšējā tirgū un trešās valstīs.

5. Īpašas piezīmes

5.1 EESK ierosina, ka Komisija ES attiecīgo nozaru organizācijām ļauj iesniegt piedāvājumus.

5.2 ES lauksaimniecības ražojumu noieta veicināšana trešās valstīs pavērs ES lauksaimniekiem un pārstrādātājiem iespējas iekļūt lielajos tirgos, piemēram, Brazīlijas, Krievijas, Ķīnas, Indijas, Ziemeļamerikas, Austrālijas un Tuvo Austrumu tirgos. Mērķtiecīga veicināšanas stratēģija, ko ES īsteno trešo valstu tirgū, var strauji palielināt ES lauksaimniecības un pārtikas ražojumu pārdošanas rezultātus ārpus Eiropas Savienības.

5.3 Nosakot iespējas ES uzņēmumiem, būtisks faktors ir aizjūras valstu tirgu labklājība 2010. gadā.

5.4 Lai stiprinātu konkurētspēju, EESK ierosina Komisijai rīkoties šādi:

- nodrošināt Eiropas ražotājiem vairāk iespēju eksportēt savus ražojumus, atbalstot tirgu atvēršanu un attīstību, jo īpaši sarunās par starptautiskajiem nolīgumiem;
- atvieglot eksporta jautājumu risināšanu un atbalstīt eksportētājus, sniedzot informāciju; apsvērt “jumta” struktūru veidošanu vai tematisku un vispārēju ES līmeņa darbību.

5.5 Lai optimizētu Eiropas Savienības darbību ārējā tirgū, EESK iesaka

- nodrošināt mazumtirgotājiem un vairumtirgotājiem atbilstošus datus par eksportu, informāciju par valstīm un kontaktinformāciju, eksporta norādījumus utt.;
- mudināt eksportā veicināt papildproduktu noieta un veidot starpnozaru sadarbību, lai palielinātu apjomu un efektivitāti;
- mudināt mazos un vidējos uzņēmumus apvienot spēkus, lai tie spētu nodrošināt tirdzniecībai ārējā tirgū vajadzīgo kritisko masu;

— atbalstīt izmēģinājuma projektus trešās valstīs nolūkā iekļūt jaunos tirgos.

5.6 EESK mudina Komisiju sanitāro krīžu laikā un pēc tām sniegt atbalstu nozarēm, kuru stāvoklis ir pasliktinājies, lai atjaunotu uzticēšanos un palielinātu patēriņu. Dinamiskas un tūlītējas *ad hoc* informācijas un komunikācijas kampaņas var būt ļoti efektīvs līdzeklis patērētāju uzticēšanās atgūšanai.

5.7 EESK uzskata, ka nozaru organizācijām, kas veiksmīgi īstenojušas veicināšanas programmas, vajadzētu dot iespēju pieteikties atbalsta saņemšanai un pasākumu īstenošanai, ievērojot atvieglotu procedūru.

5.8 EESK aicina Komisiju uzsākt pasākumus/kampaņas ar mērķi mudināt nozaru organizācijas no ES dalībvalstīm vēl aktīvāk pieteikties veicināšanas programmām ārpus Eiropas Savienības, lai iepazīstinātu ar labākajām ES lauksaimniecības un pārtikas ražojumu garšas īpašībām, tradīcijām un kvalitāti. Šai sakarā priekšroka jādod daudzvalstu programmām, kas aptver vairākus produktus, izmantojot izdevīgāku finansēšanas sistēmu (50 % vietā 60 %), jo tieši šie produkti piešķir programmai patiesu Eiropas dimensiju, un tāpēc tiem ir vajadzīgs ES atbalsts. Turklāt prioritāte valstīm jānosaka atbilstoši to tirgus potenciālam. EESK ierosina Komisijai palielināt savu ieguldījumu programmās, kas attiecas uz jauniektmes ekonomikām.

5.9 EESK aicina Komisiju uzņemties galveno lomu, atbalstot un veicinot ES mazo ražotāju un apstrādātāju piekļuvi trešo valstu tirgum.

5.10 Iekšējā tirgus programmām jābūt redzējumam, kas vērsts uz Eiropu un pievienotās vērtības iegūšanu un kas raugās pāri valstu robežām, proti, jo plašāks produktu klāsts un lielāka tirgu daudzveidība, jo labāka programma. Programmām turklāt jābūt savstarpēji papildinošām, proti, jāveido sinerģijas ar citām valstu vai reģionālā līmeņa programmām, lai izvairītos no pasākumu dubultošanas vai pretrunīgiem vēstījumiem. Lai paaugstinātu informācijas pasākumu efektivitāti, jāspēj pilnībā izmantot izglītības un veselības aprūpes jomu potenciālu. Visbeidzot, lauksaimniecības un pārtikas produktu noieta veicināšanas un informācijas stratēģijas izstrādē un īstenošanā jāņem vērā arī ietekme uz nodarbinātību.

Briselē, 2011. gada 7. decembrī

Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komitejas
priekšsēdētājs
Staffan NILSSON