

Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o predlogu za uredbo Sveta o spremembi Uredbe (ES) št. 2702/1999 o ukrepih za informiranje in za promocijo kmetijskih proizvodov v tretjih državah in Uredbe (ES) št. 2826/2000 o ukrepih za informiranje in za promocijo kmetijskih proizvodov na notranjem trgu

COM(2004) 233 final — 2004/0073 CNS

(2005/C 120/08)

Svet Evropske unije je 21. aprila 2004 sklenil, da se bo v skladu s členoma 36 in 37 Pogodbe o ustanovitvi Evropske Skupnosti z Evropskim ekonomsko-socialnim odborom posvetoval o: Predlogu za uredbo Sveta o spremembi Uredbe (ES) št. 2702/1999 o ukrepih za informiranje in za promocijo kmetijskih proizvodov v tretjih državah in Uredbe (ES) št. 2826/2000 o ukrepih za informiranje in za promocijo kmetijskih proizvodov na notranjem trgu

Strokovna skupina Kmetijstvo, razvoj podeželja, okolje, ki je odgovorna za pripravo dela Odbora v zvezi s to zadevo, je 21. septembra 2004 sprejela mnenje. Poročevalec je bil **g. Leif E. Nielsen**.

Evropski ekonomsko-socialni odbor je na 412. plenarnem zasedanju 27. in 28. oktobra 2004 (seji 27. oktobra 2004) s 171 glasovi za, 1 proti in 6 vzdržanimi sprejel naslednje mnenje.

1. Ozadje

1.1 EU je do leta 1999 sofinancirala dejavnosti kampanje in promocije kmetijskih proizvodov, tako znotraj kot zunaj EU, kot del posameznih tržnih organizacij. Nato je v okviru Uredb (ES) št. 2702/1999 in (ES) št. 2826/2000 o ukrepih v tretjih državah in na notranjem trgu te sektorske določbe nadomestila bolj horizontalna strategija za podporo promocijske dejavnosti držav članic in podjetij samih. Če ne bo podaljšana, prva od navedenih uredb poteče konec leta 2004. Kot se zahteva v uredbah, je Komisija marca 2004 predložila podrobno poročilo o njuni uporabi, ki vključuje predloge za poenostavitev in izboljšave.

1.2 V EU so problemi, kot so BSE, dioksin in listerioza, povečali potrebo po pobudah za evropska živila in po informiranju o nadzornih sistemih za zagotovitev kakovosti in sledljivosti. Gre torej za informiranje o zakonodaji v zvezi s kakovostjo, varnostjo, označevanjem, sledljivostjo, zaščitnimi geografskimi oznakami, označbo porekla, potrdili o posebnih značilnostih ter ekološki in integrirani proizvodnji z namenom, da se izboljša podoba evropskih proizvodov v očeh potrošnikov.

1.3 V tretjih državah se s pomočjo sistema poskuša zagotoviti informacije o prizadevanjih EU za zagotovitev kakovosti in varnosti, vključno z značilnostmi proizvodov, ki so tipične za nekatere regije ter o zahtevah za ekološke proizvode. Informacijske kampanje, dejavnosti za stike z javnostmi, promocijske dejavnosti, oglaševanje in udeležba na sejnih in razstavah, tako znotraj kot zunaj EU, so instrumenti, ki lahko utirajo pot nacio-

nalnim in zasebnim kampanjam za povečanje tržnega deleža lastnih proizvodov.

1.4 Za promocijske programe Skupnost praviloma prispeva 50 %. Panožna združenja prispevajo 30 %, države članice 20 % – v obeh primerih z možnostjo uporabe davkom podobnih dajatev. Stroški držav članic se štejejo kot intervencija in jih povrne Komisija.

1.5 Sodelujoče evropske ali posamezne nacionalne organizacije morajo same dati pobudo za programe, države članice pa so odgovorne za upravljanje, nadzor in plačilo. Prednost imajo skupni programi dveh ali več držav članic in panožnih združenj, da se ohrani evropska razsežnost. Toda ti programi se soočajo z vrsto praktičnih težav, ki so posledica različnih upravnih pravil in postopkov ter pomanjkanja zavzetosti v nekaterih državah članicah. Razen tega usklajevanje, nadzor in uprava predlagatelje v celoti stanejo neizmerno veliko časa in denarja.

1.6 Namen predlogov je olajšati neugodnosti zaradi zapletenih, birokratskih pravil. Poročilo Komisije to obravnava bolj podrobno. Spremembe so namenjene tudi zagotavljanju, da bodo programi v osnovi v pristnem evropskem interesu.

2. Splošne pripombe

2.1 Reforma skupne kmetijske politike in bolj toga tržna konkurenca potrjujeta potrebo po takem sistemu. Podpora konkurenčnih držav informacijskim kampanjam in promocijskim dejavnostim na izvoznih trgih prav tako upravičuje kontinuiteto sistema EU, tako znotraj kot zunaj Unije.

2.1.1 Vendar obstaja precejšnja potreba po poenostavitvi in izboljšanju. Po posvetovanju s panožnimi združenji in drugimi zadevnimi strankami je Komisija sestavila obsežno poročilo o prihodnji reviziji z namenom, da se poenostavijo upravni postopki in zagotovi čim bolj učinkovito delovanje sistema.

2.2 Kot poudarja Komisija, je vendarle prezgodaj, da bi se presojali rezultati novega sistema. Postopno izvajanje se je v tretjih državah začelo šele leta 2001, na notranjem trgu pa leta 2002. Leta 2003 je bilo prvo leto, ko je sistem popolnoma deloval. Kot predlaga Komisija, bi bilo smiselno do leta 2006 sestaviti naslednje poročilo z analizo delovanja sistema po reviziji, razen tega bi to omogočilo ocenjevanje izvajanja v novih državah članicah EU.

2.3 Tako mnoge organizacije sedaj šele spoznavajo določbe in upravne zahteve sistema. Toda kot opozarja Komisija, nekateri predlagani programi le omejeno vsebujejo evropski interes. Zato bi bilo treba dati več poudarka programom, ki imajo dovolj veliko področje uporabe v notranjem smislu EU in zagotavljajo vzajemno dopolnjevanje nacionalnih dejavnosti in dejavnosti EU.

2.4 Predvsem po širitvi bi si morala EU prizadevati za vzpostavitev na splošno enostavnih in čim jasnejših pravil. Čeprav se zunanji in notranji programi razlikujejo glede na cilje in vsebino, delitev na dve uredbi izhaja iz preteklosti. Pri naslednji poenostavitvi bi bilo treba obe uredbi čim prej združiti v skupni okvir uporabniku prijaznejših pravil. Večina določb je identičnih, razlike, ki pa vendarle obstajajo, so na splošno neutemeljene. Predlagane spremembe uredb so enake tudi glede na predstavitev predlogov za programe, sprejemanje sklepov in spremljanje.

2.5 Razen tega določbe za podeželski razvoj, ki se razlikujejo od pravil sedanjega sistema, podpirajo dejavnosti informiranja, promocije in oglaševanja za kmetijske proizvode in živila. Ne glede na nedavne pojasnitve razlikovanja med različnimi področji uporabe sistema bi morala Komisija že na tej stopnji oceniti, kaj bi bilo mogoče narediti za odpravo prekrivanja. Zato ni razloga za odlašanje te razprave, kot predlaga Komisija.

2.6 Sofinanciranje EU bi se moralo nadaljevati kot doslej, proračunske vire pa bi bilo treba povečati, tako da se upošteva širitev in prihodnje zahteve. Tako lahko sistem pomaga pri integraciji in vzpostavitvi notranjega trga na različnih proizvodnih področjih in obenem upošteva raznovrstnost in gastronomsko raznolikost. Zato bi morala biti evropska strokovna

združenja bolje vključena v izvajanje informacijskih kampanj o podrobnostih kakovosti proizvodov in o različnih preferencah potrošnikov znotraj EU. Tudi trgom v tretjih državah bi bilo treba posvečati več pozornosti – ob postopnem ukinjanju izvoznih nadomestil bi bilo treba upoštevati realistične možnosti za izvajanje učinkovitih programov.

2.7 Nenazadnje je zaradi zahteve, da se programi uporabljajo le za splošne kampanje, uporaba sistema na trgih tretjih držav omejena. Posledica tega je, da podjetja, ki so člani strokovnih združenj, mnogokrat niso pripravljena sodelovati in se vključiti v financiranje programa. Podpora blagovnim znamkam – in s tem posameznim podjetjem – je izključena, toda če naj bi ukrepi občutno vplivali na izvozne trge, mora biti Komisija pri kampanjah in podobnih tveganjih toliko prilagodljiva, da sprejme zmerno število blagovnih znamk kot sestavni del splošne kampanje. Tako je mogoče vzpostaviti zvezo med sporočilom kampanje in proizvodi na trgu v prizadevanju, da se splošno združi s specifičnim in tako nastanejo sinergije. Samo po sebi to ne bo vplivalo na sporočilo kampanje, bo pa pomagalo zagotoviti, da bodo kupci in potrošniki lahko v praksi našli proizvode iz katere koli kampanje. Več pozornosti se namenja tudi temu, da ima proizvod poreklo znotraj EU. Če pa na trgu že prevladujejo blagovne znamke, je promocijska dejavnost EU malo koristna, saj si v takih primerih zasebne blagovne znamke ponavadi intenzivno konkurirajo in v oglaševanje vložijo precejšnja finančna sredstva, da povečajo svoj tržni delež.

2.8 Za spreminjanje stopenj sofinanciranja držav članic in panožnih združenj ni razloga. Problem predstavlja dejstvo, da so nekatere države članice v tem smislu premalo dejavne ali se jim zdi izpolnitev zahtev za sofinanciranje nemogoča. To pomeni, da so zadevna panožna združenja izključena iz sodelovanja v sistemu, razen če se zagotovi financiranje iz davkom podobnih dajatev. Zaradi upravne poenostavitve bi bilo treba sedanje postopno zniževanje stopenj sofinanciranja za večletne programe odpraviti, sofinanciranje EU pa predpisati na 50 %.

2.9 Sprejetje davkom podobnih dajatev kot vir financiranja pomeni, da nekatera združenja dejansko že krijejo 50 %. To možnost bi bilo treba obdržati. Toda to pomeni, da bi bilo treba pravila o obveznem 20-odstotnem deležu držav članic olajšati, tako da države članice od primera do primera odločijo, kolikšen delež bodo dodelile programu. Vendarle bi moral biti obvezen najnižji prispevek zadevnega združenja, na primer v višini 20 %.

2.10 Odbor je mnenja, da je potrebno podpirati ukrepe za promocijo rož in rastlin na trgih tretjih držav na enak način, kot je to urejeno na notranjem trgu.

2.11 Vključevanje finančnih prispevkov držav članic iz tega sistema v pravila o državni pomoči iz Pogodbe bi za upravo predstavljalo obremenitev in za to tudi ni objektivnega razloga. Zato bi moralo, tako kot v uredbi o podeželskem razvoju, že od začetka veljati predlagano izvzetje iz postopka obveščanja.

2.12 Ob upoštevanju upravne obremenitve in znatnega števila manjših programov, ki nimajo vpliva na zadevne trge, je smiselno, da se predpiše najmanjši in največji proračun za izbrane programe. Prednost je treba dati programom, katerih trajanje in proračun zagotavljata čim večji učinek.

2.13 V zvezi z ekološkimi proizvodi znotraj EU morajo biti nacionalna in zasebna potrdila ter ureditve spremljanja čim bolj vključene v skupni sistem Unije za take proizvode. Ta postopek že poteka in bi ga morale čim bolj podpirati informacijske kampanje, da se vzpostavi izvirni notranji trg za ekološke proizvode, ki bi nadomestil nacionalne in zasebne sisteme. Informacijske kampanje za ekološke proizvode EU v tretjih državah so imele doslej majhen učinek. Vzpostavitev notranjega trga za ekološke proizvode je predpogoj za trženje takih proizvodov v tretjih državah. Poleg tega so se pojavile težave pri vzajemnem priznavanju različnih sistemov, na primer med EU in ZDA.

3. Posebne pripombe

3.1 Pretehtati je treba možnost bolj korenitega delovanja kot ga predpisuje predlog v zvezi z notranjo delitvijo nalog in odgovornosti med državami članicami in Komisijo. Enako velja za potrebo po poenostavitvi in jasnejši delitvi odgovornosti ob upoštevanju velikega števila odborov in organov, ki so vključeni v sestavljanje pravil ter selekcijo, izvajanje, nadzor in spremljanje programov. Kot nadaljnji ukrep se zato predlaga ustanovitev delovnih skupin *ad hoc*, ki bi jih sestavljali predstavniki držav članic in/ali strokovnjaki s posebnim strokovnim znanjem iz promocije in publicistične dejavnosti, ki lahko Komisiji svetujejo pri razvijanju strategije in izvajanju ukrepov sistema.

3.2 Predlagana sprememba pri izbiri izvajalskih organov predstavlja bistveno poenostavitev. Potrebno je, da zadevne organizacije, odvisno od vrste kampanje, same izvajajo nekatere določene dejavnosti kot del programa, in se izvajalski organ lahko izbere po tem, ko Komisija sprejme predlog.

3.3 Predlagane spremembe se delno odzivajo na kritike, med drugim o časovnem razmaku med predstavitvijo predlogov in končno odločbo, o ravni zahtevanih podrobnosti že na tej zgodnji stopnji in o pomanjkanju transparentnosti odločb. Hkrati pa je treba pretehtati olajšanje zahtev poročanja.

3.4 Predlagana prilagodljivost, ki Komisiji omogoča, da sama da pobudo za informacijsko kampanjo in dejavnosti promocije v obliki ponudbe, da se zagotovi bolj pravično razdeljevanje po različnih proizvodnih področjih, je dobrodošla poteza, zlasti ob upoštevanju, da so prevladovale vloge iz sektorja sadja in zelenjave, medtem ko se je drugim sektorjem namenjalo le malo ali skoraj nič pozornosti. Toda ob praktičnem izvajanju se pojavi vrsta vprašanj, kot so omejitve v prilogah, ki omejujejo države in proizvode, ki jih je mogoče spodbujati v EU.

3.5 Ekološki logo EU bi moral biti jasno viden pri vseh dejavnostih informiranja in promocije, tako da se spodbuja zavest o sistemu potrjevanja in spremljanja EU ter pospešuje usklajevanje nacionalnih sistemov. Na logu je upodobljenih 12 zvezd, ki predstavljajo EU. Zato bi bilo treba v skladu z natančneje določenimi načeli omiliti zahtevo, da je na gradivu kampanje vidna zastava EU. Posledica sedanjih zahtev je, da se v istem promocijskem materialu uporabljajo različni simboli EU. Razen tega se uporabljajo nacionalni ekološki logi in logi s podobami kraja porekla, posledica pa je, da se nekoliko zabriše smisel sporočila. Tako so kampanje programa LIFE opremljene z logom LIFE, ki prav tako prikazuje dvanajst zvezd, in ne z zastavo EU.

3.6 Sedanja zahteva, da so nacionalni ekološki logi sprejemljivi le, če vključujejo bolj daljnosežna nacionalna pravila, je diskriminacijska in v nasprotju z usklajevanjem. V osnutku evropskega okoljskega akcijskega načrta ⁽¹⁾ se zato predlaga, da se nacionalni logi uporabljajo skupaj z logom EU.

⁽¹⁾ Sporočilo Komisije Svetu in Evropskemu parlamentu: evropski akcijski načrt za ekološka živila in kmetijstvo, COM(2004)415 final.

3.7 EESO poziva Komisijo, da pripravi osnutek postopkovnega vodiča za gospodarske akterje, ki bi pomagal tako njim kot javnim upravljavcem pri njihovi nadzorni vlogi, to pa bi v celoti pomenilo ugodnost tudi za to novo politiko spodbujanja s strani Komisije.

3.8 Te določbe se še ne uporabljajo dolgo, vendar se pojavlja nekaj temeljnih zahtev, ki jih bo v prihodnje treba upoštevati. To se posebej nanaša na pozornost, ki bi jo Komisija morala

posvetiti uskladitvi dejavnosti na različnih trgih, tako da se prepreči prekrivanje ali sovpadanje sporočil, ki učinkovitost spodbujanja le zmanjšujeta.

4. Zaključek

4.1 Predlog Komisije je treba sprejeti ob upoštevanju zgoraj navedenih pripomb o potrebi po nadaljnji poenostavitvi.

V Bruslju, 29. oktobra 2004

Predsednica

Evropskega ekonomsko-socialnega odbora

Anne-Marie SIGMUND

Mnenje Evropskega ekonomsko-socialnega odbora o industrijskih spremembah in državni pomoči v jeklarskem sektorju (mnenje na lastno pobudo)

(2005/C 120/09)

Dne 29. januarja 2004 se je Evropski ekonomsko-socialni odbor odločil, da v skladu s členom 29(2) poslovnika pripravi mnenje na lastno pobudo o: Industrijskih spremembah in državni pomoči v jeklarskem sektorju.

Posvetovalna komisija za spremembe v industriji, ki je bila odgovorna za pripravo dela Odbora o tej zadevi, je svoje mnenje sprejela dne 9. septembra 2004. Poročevalec je bil **g. Lagerholm**, soporočevalec pa **g. Kormann**.

Na 412. plenarnem zasedanju dne 27. in 28. oktobra 2004 (seja dne 27. oktobra 2004) je Evropski ekonomsko-socialni odbor s 154 glasovi za, 3 proti in z 11 vzdržanimi, sprejel naslednje mnenje:

1. Uvod, cilji ter področje uporabe mnenja; opredelitev uporabljenih izrazov

1.1 To mnenje na lastno pobudo je posvečeno povezavi med industrijskimi spremembami in državno pomočjo, kot je bilo ponazorjeno na primeru jeklarskega sektorja.

1.2 Avtorjem tega mnenja na lastno pobudo izraz „industrijska sprememba“ pomeni običajen in stalen proces aktivnega odzivanja na dinamične trende znotraj določene gospodarske panoge za ohranitev konkurenčnosti in ustvarjanje možnosti za razvoj v okviru določenega industrijskega sektorja.

1.3 Evropa ne more ostati ravnodušna do nenehnih industrijskih sprememb. Glede na to, da trgi v vse večjem obsegu postajajo globalni trgi, je treba gospodarske strukture prej ali slej uskladiti z dogodki na svetovnem trgu. V teh razmerah si mora Evropska unija prizadevati za igranje aktivne vloge pri določitvi temeljnih mednarodnih pogojev.

1.4 To mnenje na lastno pobudo je posledica:

— prenehanja veljavnosti Pogodbe ESPJ leta 2002;

— privatizacije in prestrukturiranja jeklarske industrije v srednjeevropskih in vzhodnoevropskih državah v povezavi s procesom pristopa k EU;

— pogajanj v OECD o mednarodnem sporazumu o jeklarskih subvencijah;

— najnovejše izdaje pregleda državne pomoči EU (State Aid Scoreboard);

— sporočila Evropske komisije z naslovom *Fostering structural change: an industrial policy for an enlarged Europe* (COM(2004) 274 final) (*Pospeševanje strukturnih sprememb: industrijska politika za razširjeno Evropo*) iz aprila 2004; in

— poročila Komisije Svetu in Evropskemu parlamentu z naslovom: *First monitoring report on steel restructuring in the Czech Republic and Poland* (COM(2004) 443 final) (*Prvo poročilo o spremljanju prestrukturiranja jeklarstva v Češki republiki in na Poljskem*) z dne 7. julija 2004.