

Bryssel den 21.11.2013
SWD(2013) 469 final

ARBETSDOKUMENT FRÅN KOMMISSIONENS AVDELNINGAR

SAMMANFATTNING AV KONSEKVENSBEDÖMNINGEN

Åtföljer dokumentet

**Förslag till
EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING**

**om informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den
inre marknaden och i tredjeland**

{COM(2013) 812 final}
{SWD(2013) 470 final}

ARBETSDOKUMENT FRÅN KOMMISSIONENS AVDELNINGAR

SAMMANFATTNING AV KONSEKVENSBEDÖMNINGEN

Åtföljer dokumentet

Förslag till EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS FÖRORDNING

om informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden och i tredjeland

Den gemensamma jordbrukspolitiken ger stöd till informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter på den inre marknaden och i tredjeland. Sedan 1999 har stödet gått via en horisontell ordning för informationskampanjer och säljfrämjande åtgärder för en rad olika produkter. Ordningen reviderades 2008 för att göra en förenkling.

Den pågående reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken¹ omfattar frågor som bättre inriktning av stöd, ökad konvergens i stödnivåer mellan och inom medlemsstater och hållbarhet genom miljöåtgärder. Därför är det nu lämpligt att se över informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder, med tanke på deras kopplingar till reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken. Reformen kommer också att ta itu med olika brister, förbättra politikens effektivitet och ändamålsenlighet och bidra till att ge medborgarna bättre information om mervärdet med den gemensamma jordbrukspolitiken. Dess väntade effekt på det europeiska jordbrukets konkurrenskraft, mervärde och hållbarhet kommer också att förstärka den gemensamma jordbrukspolitikens bidrag till Europa 2020-strategin.

Reformen inleddes 2011 med utgångspunkt i en extern utvärdering av den nuvarande politiken och en grönbok om säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter². Den ledde fram till att kommissionen i mars 2012 offentliggjorde ett meddelande med riktlinjer för reformen³.

Europaparlamentet välkomnade initiativet. Det ansåg att reformen av politiken för säljfrämjande åtgärder är ett första steg för att få EU-medborgare och andra att värdera EU:s jordbruksproduktion högre och på så sätt främja jordbrukets lönsamhet.

1. PROBLEMFÖRMULERING OCH EU-MERVÄRDE

1.1. Ökad press på jordbrukssektorns konkurrenskraft

Den viktigaste frågan är den ökade pressen på jordbrukssektorns konkurrenskraft, som kommer från tre olika källor:

¹ Se konsekvensbedömningen för den gemensamma jordbrukspolitiken inför 2020 (SEC(2011)1154 slutlig/2) (ej översatt till svenska).

² KOM(2011) 436 slutlig.

³ Meddelandet *Säljfrämjande åtgärder och informationskampanjer för jordbruksprodukter – en strategi med stort europeiskt mervärde för att främja Europas smaker* (COM(2012) 148).

- *Hård konkurrens mot europeiska jordbruksprodukter*

Samtidigt som EU har dragit ned kraftigt på det offentliga exportstödet (från 50 % av utgifterna inom den gemensamma jordbrukspolitiken 1980 till mindre än 0,5 % i dag) och fortsätter att sänka det, driver majoriteten av unionens konkurrenter en politik för att finansiera säljfrämjande åtgärder eller bevilja exportstöd för att stärka sin konkurrenskraft. Detta gäller framför allt USA, världens största exportör av jordbruksprodukter (tillsammans med EU 2011). År 2012 satsade USA enbart på federal nivå 280 miljoner US-dollar ur offentliga medel för att främja jordbruksexporten.

Initiativ för att motverka EU:s politik för geografiska beteckningar blir också allt mer vanliga.⁴ Som en reaktion på EU:s framgångar med att skydda sina geografiska beteckningar internationellt har det bildats ett antal sammanslutningar som arbetar för att bevara principen med generiska beteckningar för jordbruksprodukter för att på så sätt skapa en plattform för tredjeländer som vill utmana skyddet för geografiska beteckningar.

Dessutom ställs det europeiska jordbruket i dag inför en mycket mer konkurrensutsatt miljö till följd av världsekonominns ökande globalisering och en ökad liberalisering av handeln. Därför minskar EU:s export av jordbruksprodukter till resten av världen, vilket gynnar tillväxtekonomier som har stor potential för att öka sin jordbruksproduktion. Under de senaste tio åren har Brasilien t.ex. nästan fördubblat sin andel av värdet på den globala exporten, från 5 % till knappt 10%. Denna hårda konkurrens finns inte enbart i tredjeländer utan även på EU:s inre marknad, där europeiska jordbruksprodukter måste konkurrera med importerade produkter.

- *Ökat kostnadstryck på EU:s jordbruk*

Under perioden 2000–2012 steg de globala jordbrukspriserna med 82 % medan energipriserna och priserna på gödningsmedel ökade med 261 % respektive 286 %, och uppvisade den högsta volatiliteten på 30 år. Energi- och foderkostnaderna väntas fortsätta att stiga och leda till allt högre kostnader för produktionsprocessen.

Jordbrukarna måste också uppfylla strängare produktionsnormer för att garantera en säker och hållbar produktion av hög kvalitet. Detta för att följa den gemensamma jordbrukspolitiken krav på djurhälsa och fytosanitära åtgärder, som kommer att skärpas ytterligare vid reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken genom särskilda krav i fråga om miljön och klimatförändringen.

- *Bristande medvetenhet om kvaliteten hos EU:s jordbruksprodukter, särskilt på den inre marknaden*

Produktkvalitet kan stärka konkurrenskraften så länge kvaliteten är känd och erkänd. Merparten av EU:s medborgare anser redan att EU genom den gemensamma jordbrukspolitiken bör se till att jordbruksprodukter håller hög kvalitet och är hälsosamma och säkra. Statistiken visar dock att konsumenterna inte är tillräckligt väl informerade om de europeiska jordbruksprodukternas verkliga kvalitet. Endast 14 % av konsumenterna känner till logotyperna SUB/SGB⁵, som är det ledande

⁴ Se t.ex. initiativet i april 2012 då en ny sammanslutning bildades i USA: CCFN – *Consortium for Common Food Names* – ett internationellt initiativ för att bevara rätten att använda generiska livsmedelsnamn.

⁵ SUB – skyddad ursprungsbeteckning. SGB – skyddad geografisk beteckning.

europiska kvalitetssystemet och som inrättats genom den gemensamma jordbrukspolitiken.

1.2. EU-mervärdet med informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder inom ramen för den gemensamma jordbrukspolitiken

Till skillnad från andra ekonomiska sektorer är jordbruket den enda sektor som styrs av en gemensam EU-politik med gemensamma bestämmelser, bl.a. för säljfrämjande åtgärder, som föreskrivs i fördraget.

Den gemensamma jordbrukspolitiken innebär att jordbrukare inte bara tillhandahåller livsmedel av hög kvalitet genom hållbara jordbruksmetoder, utan även tillhandahåller kollektiva nyttigheter. Därför är den gemensamma jordbrukspolitiken inte bara av intresse för jordbrukare eller jordbrukssamhällen, utan för samhället i stort. Det är alltså viktigt att öka medborgarnas medvetenhet om målen för och mervärdet med den gemensamma jordbrukspolitiken för att öka allmänhetens förståelse och stöd för den. För marknader i tredjeländ är det viktigt att möta den ökande konkurrensen genom att lyfta fram fördelarna med europeiska produktionsmetoder (särskilt när handelshindren gradvis avskaffas) och kvaliteten hos de europeiska produkterna. Åtgärder på EU-nivå innebär att informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder blir samstämmiga och är förenliga med vad som kan väntas av en gemensam EU-politik som den gemensamma jordbrukspolitiken. Politiken för säljfrämjande åtgärder bidrar kort sagt till att öka konsumenternas medvetenhet om de inneboende kvaliteterna hos europeiska jordbruksprodukter och deras produktion, underlättar handeln med dessa produkter och stärker utbytet av goda metoder mellan medlemsstaterna. Med hänsyn till de kommande ändringarna och reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken behöver EU:s politik för säljfrämjande åtgärder också uppdateras.

Mot bakgrund av detta och med hänsyn till bristen på resurser i de nationella budgetarna efter den ekonomiska krisen – som innebär att medlemsstater och producentorganisationer genomför mycket få säljfrämjande kampanjer – har en EU-ordning stor hävstångseffekt för generiska informationsprogram och även för genomförandet av kampanjer som omfattar flera länder, vilket leder till informationsutbyte mellan medlemsstaterna och ger skalfördelar.

2. EU:S NUVARANDE POLITIK FÖR INFORMATIONSÅTGÄRDER OCH SÄLJFRÄMJANDE ÅTGÄRDER FÖR JORDBRUKSPRODUKTER

Europeiska kommissionen ger stöd till generiska program för säljfrämjande åtgärder inom ramen för politiken för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter och deras produktionsmetoder. Den omfattar inte åtgärder som baseras på kommersiella varumärken eller uppmuntrar konsumtion av en produkt på grund av dess specifika ursprung. Programmen föreslås av sektorsspecifika branschorganisationer och medfinansieras av EU med upp till 50 %. Branschorganisationen måste bidra med minst 20 % och återstoden täcks av den medlemsstat där organisationen har lämnat in sitt program. Dessutom driver kommissionen särskilda initiativ i tredjeländer, t.ex. genom utställningar på internationella mässor, eller handelsrelaterade tjänsteresor på hög nivå med kommissionsledamoten med ansvar för jordbruk och landsbygdsutveckling.

Den årliga budgeten för politiken för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder uppgår till 50 miljoner euro.

Politiken för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder har gett goda resultat när det gäller att öka medvetenheten om produkter av hög kvalitet och om EU:s image, både på den inre marknaden och i tredjeländer. Den har också främjat konsumtionen av

jordbruksprodukter från EU. Det går dock att dra lärdomar av erfarenheterna från tillämpningen av politiken och av intressenternas bidrag till grönboken och de externa utvärderingarna av systemet. Dessa visar att det finns svårigheter och flaskhalsar i genomförandet: generiska säljfrämjande åtgärder uppfattas som olämpliga i tredjeländer, det saknas en strategi med tydliga prioriteringar, program som omfattar flera länder lockar inte deltagare, systemet är komplicerat att förvalta, det saknas gemensamma indikatorer för att mäta effektiviteten i politiken för säljfrämjande åtgärder. Dessa problem behöver åtgärdas.

3. SYFTE

Det europeiska jordbruket står inför flera olika problem: ekonomiska (prisvolatilitet, sjunkande produktivitet, ökning, jordbrukets minskande andel av livsmedelskedjan), miljömässiga och klimatrelaterade (upprätthållande och främjande av hållbart jordbruk, minskning av utsläpp av växthusgaser) och samhällsmässiga (deltagande i landsbygdsekonomin och territoriell balans). Reformen av den gemensamma jordbrukspolitiken kommer att ta ett helhetsgrepp på alla dessa problem.

Som ett verktyg för den gemensamma jordbrukspolitiken måste politiken för säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter också ha samma syften som den gemensamma jordbrukspolitiken fram till 2020, särskilt när det gäller målet att öka sektorns konkurrenskraft, både på den inre marknaden och i tredjeländer. Detta ska uppnås på följande sätt:

- Utveckla och öppna nya marknader för europeiska jordbruksprodukter på den inre marknaden och i tredjeländer.
- Öka konsumenternas medvetenhet om kvaliteten hos europeiska jordbruksprodukter.
- Förbättra effektiviteten och ändamålsenligheten i politiken för säljfrämjande åtgärder.

4. ALTERNATIV

Tre alternativ till den nuvarande politiken har tagits fram. De utgår från de utmärkande egenskaper som framkom vid den offentliga diskussionen och de olika intressenternas ståndpunkter: de riktade marknaderna, huruvida det förekommer en europeisk strategi för säljfrämjande åtgärder eller ej, bestämmelserna om synlighet för privata varumärken och information om produkters ursprung.

Följande alternativ har utformats för att användas i konsekvensbedömningen och underlätta beslutsfattandet:

- **Alternativet ”förbättrat status quo”** innebär en begränsad anpassning av den nuvarande politiken för säljfrämjande åtgärder. I detta alternativ erkänns värdet med en politik för säljfrämjande åtgärder och man tar itu med bristerna för att förenkla politiken och göra den mer lättillgänglig, så att fler mottagare ska kunna delta (framför allt producentorganisationer) och få ändamålsenligt tekniskt stöd.
- Det **”målriktade alternativet”** går längre än alternativet med ”förbättrat status quo”. Enligt detta alternativ skulle det genomföras målriktade säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden och i tredjeländer. Strategin skulle baseras på en noggrann övervakning av utvecklingen på marknaden och förhandlingarna om frihandelsavtal och skulle göra det möjligt att målrikta de

säljfrämjande programmen för specifika marknader, befolkningsgrupper, produkter eller sektorer. Syftet med detta alternativ är också att utöka samarbetet mellan aktörer från olika medlemsstater och på så sätt göra det lättare för kommissionen att förvalta program som omfattar flera länder. Förteckningen över stödberättigande produkter och teman skulle bli mer omfattande i detta alternativ. Slutligen skulle detta alternativ under vissa omständigheter tillåta hänvisningar till produkters ursprung och till privata varumärken som illustration av ett generiskt budskap.

- **Alternativet ”exklusiva tredjeländer”** har samma ambitionsnivå som det ”målriktade” alternativet, men är begränsat till att enbart gälla marknader i tredjeländer. I detta alternativ skulle förvaltningen centraliseras till kommissionen och åtgärder skulle vidtas enligt en urvalsstrategi. De förändringar som beskrivs för alternativet ”förbättrat status quo” skulle införas även enligt detta alternativ. Utöver generiska säljfrämjande åtgärder skulle även kommersiella verksamheter för enskilda privata varumärken också vara stödberättigande inom ramen för politiken för säljfrämjande åtgärder och skulle kunna innehålla en utökad förteckning över stödberättigande produkter och teman.

5. KONSEKVENSBEDÖMNING

5.1. Alternativet ”ingen politik”

Studier och utvärderingsrapporter, däribland en rapport från revisionsrätten 2009, visar att EU:s politik för säljfrämjande åtgärder har en positiv inverkan, även om den är svår att mäta, och att den i slutändan belönar europeiska jordbrukare för deras försök att producera i enlighet med de höga standarderna för den gemensamma jordbrukspolitiken. Om denna politik avskaffades skulle detta försämra möjligheten att höja värdet på de europeiska jordbruksprodukterna och därmed minska mervärdet för EU, i både marknadsandelar och image. Det skulle också kunna leda till en koncentration eller utökning av produktionen och minskad mångfald bland jordbruksprodukterna.

5.2. Alternativet ”förbättrat status quo”

Ur ekonomisk synvinkel skulle producenter kunna utnyttja programmen för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder bättre om producentorganisationer fick utökad tillgång till systemet. Detta skulle alltså främja effektiviteten inom jordbrukssektorn, stärka konkurrenskraften och leda till såväl skalfördelar som tillväxt.

Det ökade antalet initiativ skulle göra kommissionen mer synlig på internationella mässor, vilket framför allt skulle gynna de små och medelstora företag som deltar i mässorna. Tekniskt stöd bör förbättra de säljfrämjande programmens utformning, även när flera länder omfattas, vilket bör öka dynamiken på den inre marknaden.

Att uppmuntra bildandet av producentorganisationer skulle stärka jordbrukssektorn och förbättra de sociala villkoren på landsbygden.

5.3. ”Målriktat” alternativ

Ur ekonomisk synvinkel skulle den europeiska strategin för säljfrämjande åtgärder göra det möjligt att rikta åtgärder mot särskilda produkter, teman och marknader och på så sätt ge största möjliga avkastning på investeringen i politiken för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder. De kommunikationsåtgärder som medföljer de säljfrämjande åtgärderna gör EU mer synlig och bör öka efterfrågan på europeiska jordbruksprodukter på

grund av deras höga standard och goda produktionsmetoder. Synligheten för privata varumärken, en viktig tillgång för att få till stånd det faktiska inköpet, bör stärka de europeiska jordbruksprodukternas konkurrenskraft och främja små och medelstora företag, i synnerhet eftersom de företagen kommer att få prioriterat tillträde till systemet. En utökad förteckning över stödberättigande produkter kommer också att bidra till ökad konkurrenskraft. De verksamheter som ingår i detta alternativ skulle öka EU:s export av jordbruksprodukter. Förändringar i förvaltningen av program som omfattar flera områden kommer att leda till att antalet program ökar och även ge stora skalfördelar och erfarenhetsutbyte.

Detta alternativ kommer att bidra till att upprätthålla – eller rentav öka – sysselsättningen inom jordbruks- och livsmedelssektorn tack vare den ökade export som strategin väntas leda till. Dessutom kommer strategin att underlätta säljfrämjande åtgärder för produkter som är erkända i europeiska kvalitetssystem och är knutna till ursprungsregioner och europeiska traditioner och på så sätt bidra till att marknadsföra och bevara det europeiska kulturarvet. Marknadsföringen av produkters ursprung kommer inte enbart att vara positiv för de berörda regionerna eller medlemsstaterna, utan även för EU som helhet, eftersom den kommer att bidra med sin image och sina traditioner till kampanjerna. Slutligen bör teman som berör konsumenternas välbefinnande och en hälsosam kost främjas genom strategin.

Från miljösynpunkt kommer den gemensamma jordbrukspolitikens hållbara produktionsegenskaper att lyftas fram i strategin, vilket kommer att förstärka värdet av de europeiska producenternas insatser och uppmuntra utvecklingen av ett miljövänligt jordbruk.

5.4. Alternativet med ”exklusiva tredjeländer”

Med hänsyn till potentialen för ökad export, prioriteras en förstärkning av jordbrukssektorns konkurrenskraft i detta alternativ. Synligheten för kommersiella varumärken och produkters ursprung kommer att främja exporten. För att begränsa risken för lättförtjänta vinster för privata företag och eventuell utträngning av privata initiativ och investeringar, bör det dock införas särskilda kriterier för stödberättigande. Å andra sidan kommer avsaknaden av informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder med inriktning på den inre marknaden att påverka konsumenterna inom EU: all generisk information om jordbruksprodukter, produktionsmetoder eller hälsosamma matvanor kommer att vara beroende av initiativ från medlemsstaterna eller branschorganisationerna och kommer inte nödvändigtvis att prioriteras i första rummet av dem.

Ur miljösynvinkel kommer åtgärderna att främja köp och konsumtion i tredjeländer av europeiska jordbruksprodukter vars produktionsmetoder uppfyller de ambitiösa miljökraven i den gemensamma jordbrukspolitik. Detta uppmuntrar hållbar jordbruksproduktion. Europeiska konsumenter skulle dock inte längre ingå i målgruppen för dessa åtgärder, de skulle få mindre information om de miljökrav som europeiska jordbrukare måste uppfylla, vilket i sin tur skulle kunna försvaga kopplingen mellan jordbruket och miljön.

5.5. Administrativ börda

Ju fler potentiella stödmottagare som ingår i alternativen, desto mer kommer arbetsbördan att öka när det gäller att välja ut program för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder. Genomförandet av tekniskt stöd och utvecklingen av initiativ kommer också att öka mängden direkta förvaltningsuppgifter för kommissionen. Ett förbättrat urvalsförfarande skulle dock ge besparingar jämfört med den nuvarande administrativa bördan.

I alternativen med ”målriktade” åtgärder och ”exklusiva tredjeländer” skulle systemets ökade attraktionsförmåga och arbetet med att bygga vidare på resultatet av politiken för säljfrämjande åtgärder också kunna öka arbetsbelastningen för både de nationella myndigheterna och kommissionen. Kommissionen skulle också kunna få hantera en avsevärd

ökning av antalet centralt förvaltade åtgärder, särskilt när det gäller program som omfattar flera länder. I en pågående studie undersöks om några av dessa åtgärder skulle kunna delegeras till ett genomförandeorgan.

Slutligen skulle en förbättrad förvaltning av de program som omfattar flera länder, enligt planen i det ”målriktade” alternativet och alternativet med ”exklusiva tredjeländer”, leda till en betydligt mindre administrativ börda för branschorganisationerna, jämfört med nuläget.

5.6. Internationell dimension

EU:s politik för säljfrämjande åtgärder marknadsför bilden och kvaliteten hos europeiska jordbruksprodukter i EU och i tredjeländer. Den är förenlig med WTO-avtalet om jordbruk och med WTO:s bestämmelser. Inga av de bestämmelser som föreslås i de olika alternativen påverkar klassificeringen av säljfrämjande åtgärder i anmälningar till WTO av EU:s jordbruksutgifter.

5.7. Utvärdering av möjligheten till förenkling

De olika alternativen leder till större förenkling i förvaltningen av politiken, men alternativet med ”exklusiva tredjeländer” ger störst effekt i detta avseende. Det omfattar ett urval i ett steg som ska göras endast en gång per år (gemensamt för alla alternativ) och förenklad förvaltning av program som omfattar flera länder eftersom enheterna kommer att ha direkt kontakt med kommissionen (även i det ”målriktade” alternativet). Eftersom detta alternativ endast kommer att vara inriktat mot tredjeländer kommer det att innebära att man undviker eventuella problem med att tolka och genomföra systemet som annars skulle kunna uppstå på grund av skillnaderna mellan reglerna för den inre marknaden och för tredjeländer.

6. JÄMFÖRELSE AV ALTERNATIVEN I FÖRHÅLLANDE TILL MÅLEN OCH DERAS KONSEKVENSER

Alla tre alternativ syftar till att skapa en mer konkurrenskraftig jordbrukssektor inom EU. För att åstadkomma detta är det mycket viktigt att öka medvetenheten om de europeiska jordbruksprodukternas kvalitet. Alternativens förväntade ekonomiska, sociala och miljömässiga konsekvenser sammanfattas i tabellen nedan.

| | | Alternativet ”förbättrat status quo” | ”Målriktat” alternativ | Alternativet med ”exklusiva tredjeländer” |
|--------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|---|
| Ekonomiskt | Jordbrukssektorns konkurrenskraft | + | +++ | ++ |
| | Små och medelstora företag | + | ++ | +++ |
| | Europeiska konsumenter | 0 | ++ | -- |
| | Regioner | + | +++ | ++ |
| | Inre marknadens funktion | 0 | ++ | + |
| Socialt | Sysselsättning | + | ++ | ++ |
| | Kultur, arv | + | +++ | ++ |
| | Europeiska konsumenters välbefinnande | 0 | + | - |
| Miljömässigt | Hållbar produktion | 0 | ++ | + |
| Förenkling | | + | ++ | +++ |

En förbättrad förvaltning enligt alternativet med ”förbättrat status quo” skulle generellt ge en liten men märkbar positiv effekt inom samtliga områden. Varje enskilt program skulle bidra till att upprätthålla den nuvarande trenden och på så sätt fortsätta att ge värdefulla resultat. Avsaknaden av en övergripande strategi skulle dock minska samstämmigheten i politiken som helhet och riskera att missa möjligheter som uppstår inom särskilda sektorer eller marknader, särskilt i tredjeländer. Det nya tekniska stödet skulle stärka förbindelserna mellan stödmottagarna och hjälpa dem att hitta partner för att genomföra program som omfattar flera länder. I detta alternativ löser man dock inte de förvaltningsproblem som uppstår i program som omfattar flera länder och som fortfarande skulle förvaltas gemensamt av kommissionen och medlemsstaterna.

I andra ändan av spektrumet finns alternativet med ”exklusiva tredjeländer” som innebär en mer kraftfull och kommersiell strategi, där de säljfrämjande åtgärderna begränsas till marknader i tredjeländer och utnyttjar privata varumärken och ursprung på ett mer ambitiöst sätt. Detta alternativ skulle ge stora ekonomiska konsekvenser, särskilt för de små och medelstora företag som får nämna sina egna varumärken i säljfrämjande åtgärder. Detta tillgodoser dock inte de europeiska konsumenternas behov av information. Avsaknaden av säljfrämjande åtgärder på den inre marknaden skulle i slutändan påverka de europeiska konsumenternas köpmönster.

I det ”målinriktade” alternativet tar man hänsyn till behoven hos både den inre marknaden och de externa marknaderna. En global säljfrämjande strategi för jordbruket skulle vara effektiv och både ta hänsyn till ekonomiska möjligheter i tredjeländer och informationsbehovet på den inre marknaden. Generiska säljfrämjande åtgärder skulle inte i första hand vara ekonomiskt lönsamma för jordbruksföretagen. Detta skulle dock till en del uppvägas av att det konsumentinriktade reklammaterial som tas fram enligt detta alternativ skulle synliggöra privata varumärken och produkters ursprung.

Det ”målinriktade” alternativet och alternativet med ”exklusiva tredjeländer” skulle leda till fler program som omfattar flera länder, vilket skapar stort mervärde för EU. Analysen visar dock att det till viss del är omöjligt att undvika en ökad administrativ börda.

Budgetmässigt skulle de finansiella resurserna för den nya politiken fastställas inom den nya fleråriga budgetramen 2014–2020. Utan att det påverkar tillgången till sådana resurser skulle det ”målinriktade” alternativet kräva mest från EU:s budget. Detta beror på önskan att fortsätta med en hög ambitionsnivå när det gäller att utveckla verksamheter i tredjeländer och att antalet program som omfattar flera länder ökar avsevärt.

Budgeten för alternativet med ”exklusiva tredjeländer” skulle bli hälften så stor som för det ”målinriktade” alternativet, förutsatt att utgifterna för det senare alternativet fördelas jämnt mellan den inre marknaden och tredjelandsmarknaderna. Även om alternativet med ”exklusiva tredjeländer” kostar mindre, är de båda alternativen likvärdiga när det gäller kostnadseffektivitet. Det är uppenbart att alternativet med ”exklusiva tredjeländer” inte på ett ändamålsenligt sätt kan uppfylla de europeiska konsumenternas förväntningar. Å andra sidan skulle det ”målinriktade” alternativet öka medvetenheten om de europeiska jordbruksprodukternas kvalitet på den inre marknaden och på så sätt öka efterfrågan och uppmuntra hållbar produktion.

Det ”målinriktade” alternativet skulle ge största möjliga EU-mervärde genom att marknadsföra de europeiska jordbruksprodukternas kvalitet bättre och öka konsumenternas medvetenhet i hela EU, lösa viktiga gränsöverskridande problem i samband med

förvaltningen av program som omfattar flera länder och stärka utbytet av goda metoder mellan medlemsstaterna.

I följande tabell sammanfattas de tre alternativens potential för att uppfylla de särskilda målen för reformen:

| | Alternativet ”förbättrat status quo” | ”Målinriktat” alternativ | Alternativet med ”exklusiva tredjeländer” |
|---|--------------------------------------|--------------------------|---|
| Medvetenhet om kvaliteten hos europeiska jordbruksprodukter | ++ | +++ | + |
| Utveckla och öppna nya marknader på den inre marknaden och i tredjeländer | + | +++ | ++ |
| Effektivitet och ändamålsenlighet | + | ++ | ++ |
| EU-mervärde | + | +++ | ++ |

Alternativet med ”förbättrat status quo” verkar inte vara tillräckligt inriktat på verksamheter som ger stort mervärde för EU, medan alternativet med ”exklusiva tredjeländer” verkar alltför riskabelt med tanke på den dåliga kunskapen om jordbruksprodukter i EU. Det ”målinriktade” alternativet skapar rätt balans mellan att gradvis omvandla politiken för säljfrämjande åtgärder för jordbruket till en politik som är bättre anpassad efter jordbrukssektorns behov och marknader och samtidigt öka konsumenternas medvetenhet om ett större utbud av jordbruksprodukter.

Med det ”målinriktade” alternativet får jordbrukssektorn bättre möjlighet att hantera påfrestningarna för dess konkurrenskraft och målinriktade åtgärder i tredjeländer kommer att bemöta den intensiva konkurrensen från andra länder. Bristen på medvetenhet om EU-produkternas kvalitet kommer att avhjälpas genom en omfattande strategi för att förbättra informationsåtgärderna på den inre marknaden, bl.a. genom en noggrann övervakning av utvecklingen på marknaden. Sist men inte minst skulle detta alternativ bidra till att hantera det ökande kostnadstrycket på EU:s jordbruksekonomi på både den inre marknaden och externa marknader, och på så sätt bidra till att bevara mångfalden i EU:s jordbruksproduktion, miljön och landsbygden⁶.

7. ÖVERVAKNING OCH UTVÄRDERING

I dag görs en systematisk konsekvensbedömning av varje enskilt program för informationsåtgärder och säljfrämjande åtgärder med indikatorer och mål som fastställs av den organisation som lämnar förslaget och bedöms av kommissionen när programmet godkänns. I brist på en övergripande strategi är det dock svårt att sammanställa resultatet av dessa utvärderingar på en mer övergripande nivå för politiken för säljfrämjande åtgärder.

I framtiden kommer det att vara viktigt att förstärka övervakningen och utvärderingen av EU:s politik för säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter. Det kommande övervaknings- och utvärderingssystemet bör också bättre avspegla den förstärkta strategiska metoden. Därför bör

⁶ Se undersökningen *Scenar 2020* som visar de negativa konsekvenserna av ett alternativ utan den gemensamma jordbrukspolitiken:
http://ec.europa.eu/agriculture/agrista/2006/scenar2020/final_report/scenar2020final.pdf.

det införs gemensamma mål- och prioriteringsbaserade indikatorer som underlättar utvärderingen i urvalsprocessen för programmen.

Övervaknings- och utvärderingssystemet för politiken för säljfrämjande åtgärder för jordbruksprodukter bör kopplas till den gemensamma ramen för övervakning och utvärdering av den gemensamma jordbrukspolitiken i enlighet med reformförslaget till finansiering, förvaltning och övervakning av den gemensamma jordbrukspolitiken⁷. Därför föreslås följande indikatorer:

– Konsekvensindikatorer som är knutna till det övergripande målet

- Handelsbalansen inom jordbruket
- Jordbrukets faktorinkomst

– Resultatindikatorer som är knutna till särskilda mål

- EU:s jordbruksexport
- Värdet av produktionen inom ramen för EU:s kvalitetssystem
- Konsumenternas medvetenhet om kvaliteten hos europeiska jordbruksprodukter

– Outputindikatorer som är knutna till de olika åtgärderna i politiken för säljfrämjande åtgärder

- Antal program på den inre marknaden och på marknader i tredjeländer
- Antal nya stödmottagare
- Antal program som omfattar flera länder

⁷ Se artikel 110 i KOM(2011) 628 slutlig/2.