

Medlemmerne af Folketingets Europaudvalg
og deres stedfortrædere

Asiatisk Plads 2
DK-1448 København K
Telefon +45 33 92 00 00
Telefax +45 32 54 05 33
E-mail: um@um.dk
<http://www.um.dk>
Girokonto 3 00 18 06

Bilag
1

Journalnummer
400.C.2-0

Kontor
EUK

22. juli 2011

GRUND- OG NÆRHEDSNOTAT

Salgsfremstød og oplysningskampagner for landbrugsprodukter

Til underretning for Folketingets Europaudvalg vedlægges Fødevarerministeriets grund- og nærhedsnotat vedrørende Kommissionens grønbog om salgsfremstød og oplysningskampagner for landbrugsprodukter: En strategi af stor europæisk merværdi til fremme af smagfulde produkter fra Europa, KOM (2011) 0436.

Lene Espersen

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

FødevarerErhverv/Departementet

Sagsnr.: 5390

Den 22. juli 2011

FVM 919

GRUNDNOTAT TIL FOLKETINGETS EUROPAUDVALG

om Kommissionens grøn bog om salg fremstød og oplysningskampagner for landbrugsprodukter: En strategi af stor europæisk merværdi til fremme af smagfulde produkter fra Europa

KOM (2011) 436

Revideret genoptryk af samlenotat oversendt til Folketingets Europaudvalg 30. juni 2011 forud for rådsmøde (landbrug og fiskeri) den 19. juli 2011. Ændringer er markeret i marginen.

Resumé

Kommissionen har præsenteret en grøn bog om EU's fremtidige informations- og salg fremmepolitik. Grøn bogen inviterer til en bred drøftelse af, hvordan EU's informations- og salg fremmestrategi i fremtiden kan målrettes, forenkles og bidrage til at styrke den europæiske landbrugssektors konkurrenceevne på de lokale og regionale markeder, EU's indre marked og på tredjelandsmarkeder.

Baggrund

Kommissionen har ved KOM (2011) 436 af 14. juli 2011 fremsendt en grøn bog om salg fremstød og oplysningskampagner for landbrugsprodukter: En strategi af stor europæisk merværdi til fremme af smagfulde produkter fra Europa. Grøn bogen vil være i offentlig høring indtil den 30. september 2011. Grøn bogen er oversendt til Rådet den 15. juli 2011 i en dansk sprogudgave.

Kommissionen vil følge grøn bogen op med en meddelelse om en ny informations- og salg fremmestrategi, og egentlige forslag til lovgivning forventes at foreligge mod slutningen af 2012.

Nærhedsprincippet

Der er tale om en grøn bog og ikke om forslag til egentlige retsakter. På denne baggrund er spørgsmålet om nærhedsprincippet ikke relevant.

Formål og indhold

Udgangspunktet for grøn bogen er, at EU's landbrug i disse år står overfor en række store

udfordringer, deriblandt øget konkurrence fra nye stærke aktører på EU's traditionelle eksportmarkeder, hvorfor Kommissionen med udgangspunkt i grønbogen ønsker at iværksætte en debat om, hvordan EU's informations- og salgsfremmestrategi kan styrkes og målrettes, således at potentialet i EU's landbrug udnyttes fuldt ud. Kommissionen rejser i grønbogen en række spørgsmål, blandt andet om, hvordan EU skal imødekomme de nye udfordringer på de lokale og regionale markeder og på verdensmarkedet, og hvordan der kan opnås størst mulig EU- merværdi af informations- og salgsfremmepolitikken.

I grønbogen rejses ligeledes spørgsmål om, hvem der skal nyde gavn af EU's informations- og salgsfremmeordning, herunder om private virksomheder, individuelle aktører eller handelskamre fremadrettet skal kunne deltage i denne. Endvidere lægges der op til, at ordningen i højere grad skal tænkes sammen med eksisterende instrumenter i den fælles landbrugspolitik (som eksempelvis skolefrugtordningen, ordninger under EU's landdistriktsprogram m.v.). Endelig rejser grønbogen spørgsmål om, hvorvidt der skal ske en revision af, hvilke produkter der kan gøres til genstand for informations- og salgsfremmeprogrammer, hvorvidt programmerne skal fokusere på produktgrupper eller på nøglebudskaber fastlagt på europæisk plan, hvorvidt der kan ske en styrkelse af multilande programmer samt om udvælgelsesproceduren og gennemførelsen af programmerne skal forenkles og forbedres. Ligeledes rejses spørgsmål om, hvorvidt det eksisterende system med EU-medfinansiering skal fastholdes, og hvorvidt det for at nå målsætningerne er nødvendigt med en højere EU-medfinansiering (EU betaler i dag op til 50 % af udgifterne).

Salgsfremstød og oplysningskampagner på EU's indre marked

Grønbogen lægger op til debat om, hvordan der kan ske en styrkelse af de instrumenter, som støtter de lokale og regionale markeder. Dette kan ske ved at øge synergien med andre europæiske fonde. Ligesom der for at forbedre markedsføringen af lokale produkter kunne stilles finansielle midler til rådighed for etablering af eksempelvis nærbutikker, udvikling af haller og markeder m.v.

Kommissionen giver i grønbogen udtryk for, at der i forbindelse med den kommende reform af den fælles landbrugspolitik vil komme flere forslag til instrumenter, som kan komplementere de eksisterende muligheder for salgsfremstød og oplysningskampagner på de lokale og regionale markeder.

Grønbogen rejser en drøftelse om, hvilke aktiviteter, som skal omfattes af informationskampagner og salgsfremstød for at styrke indsatsen på det indre marked. Disse aktiviteter kunne tage form af eksempelvis oplysningskampagner med fokus på forskellige prioriteter, som kunne opmuntre til forbrug af europæiske produkter, herunder udbredelse af kendskab til den europæiske landbrugsproduktionsmodel. Indsatsen kunne for eksempel orienteres mod oplysningskampagner om EU's standarder for fødevarer sikkerhed, dyrevelfærd og miljøbeskyttelse, oplysningskampagner for sundere ernæring, rettidige oplysninger til borgerne i krisesituatio-

ner samt oprettelse af en europæisk platform for udveksling af god praksis mellem såvel fagfolk som medlemsstater.

Salgsfremstød og oplysningskampagner på tredjelandsmarked

Det fremgår af grønbogen, at EU, i lyset af en stærk global konkurrence, bør mobilisere alle sine kræfter på at fremme smagfulde produkter fra Europa og på at fremme EU's produktionsformer.

Grønbogen stiller ydermere spørgsmål om, hvilke specifikke behov der eksisterer for informationskampagner og salgsfremstød på tredjelandsmarked, og hvad der bør være målsætningerne for disse aktiviteter på tredjelandsmarked, herunder støtte til åbning og udvikling af markeder samt støtte til vigtige salgsfremstød, som informerer om europæiske produkter. Endvidere rejser grønbogen spørgsmål om, hvilke tiltag, der skal udvikles for at nå målene, herunder bedre teknisk støtte til virksomheder og producenter, udvikling af netværk mellem små og mellemstore virksomheder mv. Ligesom den eksisterende mulighed for, at Kommissionen kan promovere EU via salgsfremstød gennem årlige pr.-arrangementer, herunder deltagelse i internationale messer, pressekonferencer, forretningsmøder m.v., kunne styrkes.

Udtalelser

Europa-Parlamentet skal ikke udtale sig om sagen. Dog har Europa-Parlamentet den 8. marts 2011 vedtaget en beslutning om EU's landbrug og international handel, hvor man opfordrer Kommissionen til at gøre en proaktiv indsats for at fremme EU's offensive landbrugsinteresser og gøre det lettere for EU-produkter at få adgang til tredjelandsmarkeder. Europa-Parlamentet opfordrer således til, at programmerne for salg fremme styrkes, blandt andet ved at forhøje EU's medfinansieringssats, og fremfører, at salg fremmeprogrammerne er forenelige med WTO-reglerne.

Endvidere vedtog Europa-Parlamentet den 23. juni 2011 en beslutning om Kommissionens meddelelse om den fælles landbrugspolitik på vej mod 2020. Europa-Parlamentet opfordrer her Kommissionen til at intensivere sine bestræbelser på området forskning og udvikling, med henblik på innovation og salg fremmende foranstaltninger. Endvidere understreger Europa-Parlamentet, at landdistriktspolitikken skal muliggøre en udnyttelse af potentialerne i landdistrikterne gennem en kvalitetsbetonet landbrugsproduktion, for eksempel ved hjælp af direkte salg og salg fremmende foranstaltninger.

Konsekvenser

Kommissionens grønbog har i sig selv ingen lovgivningsmæssige, statsfinansielle, administrative eller samfundsøkonomiske konsekvenser.

Høring

Sagen har været i skriftlig høring i §2-udvalget (landbrug) og Det Rådgivende Fødevarerudvalg.

Landbrug & Fødevarer finder, at i lyset af den øgede konkurrence fra nye stærke aktører på EU's traditionelle eksportmarkeder, skal vægten ligge på indsatser og aktiviteter i forhold til tredjelandsmarkeder og den eksterne promotion, hvor en indsats har størst værdi. Landbrug & Fødevarer opfordrer til at sætte fokus på at styrke den eksterne promotion i forhold til tredjelandsmarkederne. Landbrug & Fødevarer mener, at den senere tids EU-initiativer, som for eksempel kvalitetspakken og forslaget om fødevareinformation til forbrugerne kigger indad og fokuserer mere på en intern konkurrencesituation end forholder sig til et stærkt konkurrencedygtigt og vækstorienteret EU på det globale marked. Der er således behov for, at man kigger udad; EU bliver således ikke stærkere og rigere af, at man stjæler markedsandele fra hinanden på det indre marked.

Ifølge Landbrug & Fødevarer bør Danmark aktivt arbejde for at få del i EU's midler til salgsfremmeforanstaltninger. Landbrug & Fødevarer finder, at Danmark fører en unødvendig passiv politisk linje i EU, når markeds- og promotionsordninger er på dagsordenen i Bruxelles. Det betyder blandt andet, at Danmark stemmer imod promotionsansøgninger fra andre medlemsstater, mens Danmark afstår fra at stemme, når Danmark selv ansøger om samme midler. Landbrug & Fødevarer finder, at denne linje stiller Danmark i et dårligt politisk lys i relation til de andre medlemsstater, og sætter Danmark unødigt uden for reel politisk indflydelse i relaterede sager.

Regeringens foreløbige generelle holdning

Regeringen hilser drøftelsen af Kommissionens grøn bog velkommen. Regeringen finder principielt, at klassiske salgsfremmeaktiviteter og udgifter hertil bør afholdes af virksomhederne selv. Regeringen er af den holdning, at en fremtidig EU informations- og salgsfremmestrategi bør fokusere på initiativer, der har til formål at fremme information om EU's standarder for kvalitet, fødevareresikkerhed, økologi og dyrevelfærd, da disse udgør et vigtigt konkurrenceparameter i forhold til tredjelande. Danmark finder generelt, at salgsfremmeordningen bør målrettes forbrugerinformation.

Generelle forventninger til andre landes holdninger

Kommissionen præsenterede grønbogen på rådsmødet (landbrug og fiskeri) den 19. juli 2011, hvor der generelt var opbakning til grønbogen fra medlemsstaternes side. Enkelte medlemsstater fremhævede behovet for at salgsfremmeordningen skulle have merværdi på europæisk plan, da det ikke skulle erstatte private ordninger. Kommissionen oplyste, at der ville blive fremlagt en meddelelse i midten af 2012, der ville blive efterfulgt af egentlige forslag.

Tidligere forelæggelser for Folketingets Europaudvalg

Sagen har tidligere været forelagt Folketingets Europaudvalg den 8. juli 2011 forud for rådsmødet (landbrug og fiskeri) den 19. juli 2011, jf. samlenotat oversendt den 30. juni 2011.

Notatet er ligeledes fremsendt til Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.