Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 17/12/2007 - Acte final

OBJECTIF : établir un cadre juridique pour la promotion des produits agricoles dans la Communauté et dans les pays tiers.

ACTE LÉGISLATIF : Règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

CONTENU : compte tenu de l'expérience acquise, des perspectives d'évolution des marchés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la Communauté, ainsi que du nouveau contexte des échanges internationaux, le règlement vise à permettre le développement d'une politique cohérente d'information et de promotion des produits agricoles et de leur mode de production, ainsi que des produits alimentaires qui en dérivent.

Aux termes du règlement, les actions d'information et de promotion réalisées sur le marché intérieur ou dans les pays tiers, peuvent être financées par le budget communautaire, en tout ou en partie, dans les conditions prévues par le règlement. Les actions ne sont pas orientées en fonction des marques commerciales et ne doivent pas inciter à la consommation d'un produit en raison de son origine particulière. L'origine du produit faisant l'objet des actions peut, toutefois, être indiquée lorsqu'il s'agit d' une désignation faite au titre de la réglementation communautaire.

Les actions prévues sont les suivantes:

a) actions de relations publiques, de promotion et de publicité, notamment pour souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifiques, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement;

b) campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d' origine protégées (AOP), aux indications géographiques protégées (IGP), aux spécialités traditionnelles garanties (STG) et à la production biologique ;

c) actions d'information sur le système communautaire des vins de qualité produits dans des régions délimitées (v.q.p.r.d.), des vins avec indication géographique et des boissons spiritueuses avec indication géographique ou indication traditionnelle réservée;

d) études d'évaluation des résultats des actions d'information et de promotion.

Sur le marché intérieur, les actions peuvent aussi prendre la forme d'une participation à des manifestations, foires et expositions d'importance nationale ou européenne, au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires.

Dans les pays tiers, les actions peuvent aussi prendre les formes suivantes: a) actions d'information sur le système communautaire des vins de table; b) participation à des manifestations, foires et expositions d' importance internationale, notamment au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires; c) études de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés; d) missions commerciales à haut niveau.

Aux fins de l'application du règlement, la Commission détermine les listes des thèmes et produits visés ainsi que des pays tiers concernés. Ces listes sont revues tous les deux ans. S'agissant de la promotion sur le marché intérieur, la Commission établit, pour chacun des secteurs ou produits retenus, les lignes directrices définissant les modalités de la stratégie à suivre dans les propositions de programmes d' information et de promotion. En ce qui concerne la promotion des fruits et légumes frais, une attention particulière est accordée aux actions de promotion qui s'adressent aux enfants dans les établissements scolaires.

Pour la réalisation des actions, les organisations professionnelles ou interprofessionnelles représentatives du ou des secteurs concernés dans un ou plusieurs États membres ou à l'échelle communautaire établissent des propositions de programmes d'information et de promotion, d'une durée maximale de trois ans. Après examen du ou des programmes, le ou les États membres établissent une liste des programmes retenus, dans la limite des crédits disponibles, et s'engagent à participer à leur financement, s'il y a lieu.

La Commission décide quels programmes sont retenus et les budgets correspondants. Priorité est donnée aux programmes proposés par plusieurs États membres ou prévoyant des actions dans plusieurs États membres ou pays tiers.

La participation financière de la Communauté aux programmes retenus n'excède pas 50% du coût réel des programmes (60% pour les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de la Communauté). Les organisations proposantes doivent participer au financement des programmes qu'elles ont proposés, à concurrence d'au moins 20% du coût réel des programmes.

Au plus tard le 31 décembre 2010, la Commission présentera au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application du règlement, accompagné, le cas échéant, de propositions appropriées.

ENTRÉE EN VIGUEUR : 12/01/2008.