Promotion et information en faveur des produits agricoles: quelle stratégie pour promouvoir les saveurs de l'Europe?

2012/2077(INI) - 25/09/2012 - Rapport déposé de la commission, lecture unique

La commission de l'agriculture et du développement rural a adopté un rapport d'initiative de José BOVÉ (Verts/ALE, FR) sur la promotion et l'information en faveur des produits agricoles, en réponse à la communication de la Commission sur ce sujet.

Le rapport souscrit aux principaux objectifs fixés par la communication de la Commission, à savoir augmenter la valeur ajoutée européenne du secteur alimentaire, adopter une stratégie politique plus attractive et sûre de son impact, et aboutir à une gestion plus simple et à plus de synergies entre les différents instruments de promotion.

Les députés demandent qu'une **attention équivalente** soit accordée à la politique de promotion sur le marché intérieur et sur le marché extérieur. La promotion générale et durable sur le marché intérieur est nécessaire afin de s'assurer que les consommateurs européens sont informés des caractéristiques et de la valeur ajoutée des produits agricoles européens qu'ils trouvent sur le marché. Sur le marché extérieur, il est nécessaire de préserver et de stimuler la part de marché des produits agricoles européens et de cibler de nouveaux marchés émergents en vue de trouver de nouveaux débouchés pour ces produits.

La commission compétente appelle toutefois à **définir plus clairement et de façon plus adaptée les objectifs de la politique de promotion de l'Union**, tout en soulignant que les activités de promotion devraient porter sur tous les produits agroalimentaires qui s'inscrivent dans les modèles européens de qualité. Elle est d'avis que **le budget consacré aux mesures d'information et de promotion devrait être nettement augmenté**, notamment en ce qui concerne le régime de promotion horizontal. Elle insiste en outre sur la nécessité d'organiser de larges **campagnes d'information** des consommateurs dans l'Union et sur les marchés extérieurs à propos des normes européennes de production et des systèmes de certification.

Marchés locaux, régionaux, intérieur et extérieurs : les députés affirment que la politique d'information et de promotion de l'Union devrait avoir trois objectifs principaux:

- sur les marchés locaux et régionaux, elle devrait miser sur la diversité et la fraîcheur des produits et sur la proximité entre producteurs et consommateurs, afin de dynamiser économiquement et de requalifier socialement la vie rurale;
- sur le marché intérieur, elle devrait tirer le meilleur parti de l'espace européen sans frontières et de ses 500 millions de consommateurs, en vue d'augmenter la production et de stimuler la consommation des produits européens;
- sur les marchés extérieurs, elle devrait valoriser les exigences élevées du modèle européen de production, en vue d'obtenir une valeur ajoutée pour le secteur agroalimentaire.

Au niveau des marchés locaux et régionaux, le rapport propose à la Commission européenne de **développer des chaînes d'approvisionnement courtes** en créant de nouvelles possibilités pour les agriculteurs et les autres producteurs intégrés en milieu rural et pour les associations d'agriculteurs et/ou d'agriculteurs et d'autres opérateurs intégrés en milieu rural, et de concevoir un large éventail d'instruments pour promouvoir le développement des zones rurales.

Au niveau du marché intérieur, les députés proposent que la Commission **appuie davantage les efforts des producteurs européens** pour être à même de répondre aux exigences croissantes des consommateurs. Ils demandent l'élargissement de la dimension des programmes visant les marchés ou des produits cibles, en veillant à ce que les instruments mettent l'accent sur les caractéristiques révélatrices des normes de production et en mettant systématiquement en valeur le modèle de production européen, et plus spécifiquement les systèmes européens de qualité.

Au niveau des marchés extérieurs, les députés estiment qu'il est indispensable **d'investir dans des programmes de promotion**. Ces programmes devraient être précédés d'études de marché dans les pays tiers, qui pourraient être cofinancés. Il convient en outre d'envisager la possibilité de soutenir des projets pilotes dans des pays tiers ciblés en tant que nouveaux marchés potentiels.

La Commission est invitée à **sensibiliser davantage les consommateurs** au fait que les normes agricoles européennes sont les plus exigeantes du monde en termes de qualité, de sécurité, de bien-être animal et de durabilité environnementale, etc., ce qui se répercute sur le prix final du produit. Les consommateurs doivent être informés avec transparence de la façon d'identifier les produits européens et de leurs caractéristiques, afin qu'ils évitent le risque d'acheter des produits contrefaits.

Origine et qualité : les députés sont d'avis que les produits de qualité sont ceux qui sont liés à des méthodes de production spécifiques, des origines géographiques, des traditions ou des contextes culturels. Ils demandent un **nouveau régime d'«agriculture locale et de vente directe»** afin de couvrir les produits de qualité locaux destinés à être consommés dans leur région de production.

Le rapport souligne que la **mention de l'origine européenne** devrait être privilégiée en tant que principal marqueur d'identité dans toutes les actions de promotion et d'information, tant sur le marché intérieur que dans les pays tiers. Les députés estiment indispensable d'assurer une **protection plus efficace des produits soumis aux normes de qualité vis-à-vis des partenaires commerciaux de l'Union**. Ils demandent la prise en compte intégrale des indications géographiques et une meilleure protection de celles-ci dans les accords commerciaux bilatéraux et interrégionaux ainsi qu'au niveau de l'Organisation mondiale du commerce.

Le rapport insiste également la nécessité : de modifier les dispositions du cadre de cofinancement relatives à la promotion des produits soumis à des normes de qualité en vue d'accroître la participation financière de l'Union ; de stimuler la production et la promotion de produits biologiques ; d'encourager les produits locaux des zones de montagne et des régions insulaires ainsi que d'accroître la participation financière de l'Union en faveur de ces produits.

Enfin, la Commission est invitée à :

- prendre des mesures pour inciter tous les États membres à mettre davantage l'accent sur la **nature pédagogique des régimes en faveur de la consommation de fruits et de lait à l'école** et à intégrer pleinement ces régimes dans le deuxième pilier du système de soutien à l'agriculture;
- évaluer le lancement, sur le marché de l'Union, de **campagnes d'information sur une consommation responsable de vins européens de qualité** destinées à la population adulte.