

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

2013/0398(COD) - 05/12/2018 - Document de suivi

Conformément au règlement (UE) n°1144/2014 du Parlement européen, la Commission a présenté un rapport relatif à des actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisées sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Pour rappel, l'UE aide le secteur agroalimentaire à financer des campagnes d'information et de promotion. En expliquant aux consommateurs et aux importateurs les normes élevées et la qualité des produits agroalimentaires de l'UE, les programmes de promotion de l'Union soutiennent les producteurs européens dans un monde de plus en plus concurrentiel et encouragent l'ouverture de nouveaux marchés.

Le rapport a indiqué qu'à la lumière des statistiques sur les applications concernant les programmes de promotion, la participation à des missions de haut niveau depuis 2016 et du feedback des questionnaires d'évaluation, il y a un **niveau d'intérêt élevé** dans les politiques réformées de promotion.

Les programmes de promotion :

- en **2016**, première année de mise en œuvre de la réforme de la politique de promotion, l'Agence exécutive pour les consommateurs, la santé, l'agriculture et l'alimentation (la «Chafea») a reçu 226 propositions: 199 pour les programmes simples (proposés par une ou plusieurs organisations émanant d'un seul État membre) et 27 pour les programmes multiples (proposés par deux ou plusieurs organisations venant d'au moins deux États membres différents ou au moins une organisation agissant à l'échelle européenne) à la suite de la publication des appels à propositions. Au total, **60** programmes simples ont été sélectionnés. Des propositions émanant de 16 États membres ont été approuvées. L'Italie compte le plus grand nombre de bénéficiaires (10), suivie par la France et la Grèce avec 8 bénéficiaires chacune.
- en **2017**, 189 propositions de programmes simples et 35 propositions de programmes multiples ont été soumises. **53** programmes simples et 10 programmes multiples ont été sélectionnés. Sur les 53 propositions retenues pour des programmes simples, 17 ont bénéficié à des organisations provenant de France (sur 23 demandes de subvention présentées), ce qui correspond au total à 36 % du budget.
- en **2018**, la Chafea a reçu 182 propositions (146 pour des programmes simples, 36 pour des programmes multiples) après la publication des appels à propositions. Dans l'attente de la signature des conventions de subvention, il est prévu que des organisations italiennes reçoivent au total 18 des 58 subventions (sur 31 propositions soumises par des organisations italiennes), ce qui correspond à 35% du budget. **Le secteur des fruits et légumes**, avec 17 demandes, devrait recevoir 31,2 % du budget, celui de la viande et des préparations de viande 22,7 % (12 subventions), le secteur du fromage et des produits laitiers 19,5 % (13 subventions) et le panier de produits 19,2 % du budget disponible (10 subventions). Ces quatre secteurs représentent la majorité des programmes évalués en vue de l'octroi d'une subvention et absorbent la majeure partie du budget disponible.

Le grand nombre de propositions reçues après la publication des appels à propositions en 2016, 2017 et 2018 témoigne d'un **réel intérêt pour le système**. En outre, la **simplification de la procédure de soumission** et les outils proposés pour aider les demandeurs à soumettre une proposition ont reçu un accueil favorable auprès de la majorité des participants.

Il ressort des statistiques sur le type de participants que ceux-ci ne se limitent pas aux organisations interprofessionnelles réputées, mais comprennent également un grand nombre d'organisations de producteurs ou d'associations d'organisations de producteurs, de groupements de producteurs et de transformateurs actifs dans le domaine des indications géographiques, etc.

Missions de haut niveau : la Commission a mis en œuvre des actions de promotion en Colombie, au Mexique, en Chine, au Japon, au Vietnam, à Singapour, en Indonésie, au Canada, en Iran et en Arabie Saoudite. Selon une enquête ultérieure de la Commission, le taux de satisfaction moyen parmi les délégués d'entreprises est généralement **supérieur à 90 %**.

Le rapport intérimaire a ensuite indiqué que les **procédures d'évaluation** pour les programmes de promotion avaient montré leur efficacité pour ce qui est de la soumission, de l'évaluation et de la mise en œuvre des actions concernées.

Chaque année, des questionnaires d'évaluation ont été envoyés aux demandeurs après la clôture de l'appel afin d'obtenir des conseils sur les domaines susceptibles d'être améliorés. En 2018, 22 % des demandeurs ont fourni un retour d'information. 79 % des personnes interrogées étaient satisfaites du système de soumission électronique, 76 % estimaient que les critères d'évaluation étaient clairement expliqués. La grande majorité (86 %) des documents des appels à propositions fournis ont été considérés comme utiles ou très utiles.

Le rapport a ajouté que, la nouvelle la politique de promotion ne pouvant être évaluée qu'à partir de 2016, il était prématuré, à ce stade, de proposer des modifications. Une évaluation externe a été lancée pour le rapport final et sera accompagnée de propositions de modification.