

Actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur

2000/0226(CNS) - 08/09/2000 - Document de base législatif

OBJECTIFS : harmoniser et simplifier les différents régimes de promotion en faveur des produits agricoles pour accroître son efficacité et rendre la gestion plus claire. CONTENU : actuellement, la Commission applique douze régimes de promotion pour les différents produits retenus au fil du temps par le Conseil et qui sont régis chacun par leur propre réglementation sectorielle et selon des modalités différentes, suivant soit une gestion directe par les services de la Commission (huile d'olive, lin, fruits à coque, logos), soit une gestion indirecte à travers les Etats membres ou les organisations professionnelles (viande bovine, produits laitiers, pommes et agrumes, jus de raisin, fleurs, étiquetage). La Commission propose d'harmoniser et de simplifier ce régime peu homogène dans un souci d'accroître son efficacité et de rendre plus simple la gestion des ressources avec les moyens disponibles. A cette fin, suivant le modèle retenu pour la promotion dans les pays tiers, la Communauté, pour son activité à l'intérieur de l'Union européenne, doit se doter d'un instrument de promotion souple et à caractère "horizontal". Cet instrument devrait viser l'information et la promotion générique et collective, mais éviter double emploi avec les actions promotionnelles des firmes ou des autorités nationales ou régionales. En abandonnant l'approche "au coup par coup" suivie jusqu'à présent, il est proposé que la Commission choisisse périodiquement selon la procédure du Comité de Gestion, les thèmes et les secteurs pouvant faire l'objet des actions d'information et de promotion. Les critères de sélection seront notamment : la mise en valeur de la qualité des aspects nutritionnels, de la sécurité alimentaire, des méthodes de production spécifique, par des campagnes thématiques ou adressées à des cibles particulières; la pratique d'un système d'étiquetage et d'un système de contrôle et de traçabilité des produits; la nécessité de faire face à des problèmes conjoncturels pour un secteur déterminé et l'opportunité d'informer sur les systèmes communautaires des AOP/IGP/STG, produits biologiques ou sur le système des VQPRD, etc. Ces actions seront, pour l'essentiel celles financées actuellement, à savoir notamment les relations publiques, la publicité, la diffusion d'informations scientifiques pour des groupes cibles (distributeurs, médecins, nutritionnistes et autres leaders d'opinion). Les actions seront partiellement financées par la Communauté (à hauteur de 50% en moyenne), le solde restant à la charge des organisations professionnelles ou interprofessionnelles qui proposent les programmes et des Etats membres concernés.