

Actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers

1998/0330(CNS) - 14/12/1999 - Acte final

OBJECTIF : développer une politique globale et cohérente d'information et de promotion de certains produits agricoles par des actions promotionnelles dans les pays tiers. **MESURE DE LA COMMUNAUTÉ** : Règlement 2702/1999/CE du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers. **CONTENU** : le règlement vise à soutenir l'adaptation du secteur agri-alimentaire européen à la diminution des restitutions à l'exportation moyennant une compétitivité accrue et en mettant davantage l'accent sur la qualité et la sécurité des produits. Les actions envisagées comprennent notamment des actions de promotion et de publicité, la participation à des manifestations, foires et expositions d'importance internationale, des actions d'information, des études de nouveaux marchés et des missions commerciales de haut niveau. Les produits qui peuvent faire l'objet de cette mesure sont les produits destinés à la consommation directe ou à la transformation et des produits typiques ou de qualité avec une forte valeur ajoutée. Les marchés cibles sont ceux où il existe une demande réelle ou potentielle (Japon, Amérique latine, etc.). Sur le plan pratique, la Commission sélectionnera selon la procédure du comité de gestion une liste de produits et de marchés cibles tous les 2 ans, avec la possibilité d'ajustements au cours de la période d'intervention. Les actions de promotion ne doivent pas favoriser des marques commerciales ou des produits provenant d'un État membre en particulier. À l'exception de certaines mesures spécifiques (informations sur les systèmes communautaires en matière de qualité et d'étiquetage, visites et études), qui seront financées à 100% par la Communauté, les autres mesures feront l'objet d'un financement partiel de la Communauté n'excédant pas 50% du coût total. Les États membres participeront au financement à concurrence de 20% de leur coût, le solde restant à la charge de l'organisation professionnelle ou interprofessionnelle proposante. Pour ce qui est du financement des actions de promotion prévues sur de longues périodes (plus de 2 ans), la part du financement communautaire sera dégressive et comprise entre 60% à 40% du coût réel de l'action. L'initiative des mesures à prendre reviendra aux organisations professionnelles et interprofessionnelles représentatives des secteurs concernés. Ces mesures seront présentées à la Commission qui prendra sa décision selon la procédure du comité de gestion. Lors de la sélection, celle-ci accordera la priorité aux programmes qui émanent d'organisations couvrant plusieurs États membres. La mise en oeuvre des mesures approuvées sera confiée à une structure opérationnelle disposant d'une expertise des produits concernés et des marchés de destination ainsi que de moyens nécessaires pour assurer l'exécution efficace des actions en tenant compte de la dimension européenne des programmes en cause. Pour l'huile d'olive, le système de gestion confié au COI (Conseil oléicole international) sera maintenu, vu son expérience. Un comité de suivi sera créé par la Commission et les États membres concernés pour superviser la mise en oeuvre des mesures. Un rapport devra être présenté par la Commission pour le 31.12.2003 au plus tard sur l'application de ce règlement. **ENTRÉE EN VIGUEUR** : 01.01.2000. Le règlement s'applique jusqu'au 31.12.2004.