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

2004/0073(CNS) - 15/07/2004 - Document de base législatif

OBJECTIF : améliorer le fonctionnement des régimes de promotion et d'information en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

ACTE PROPOSÉ : Règlement du Conseil.

CONTENU : pour maintenir sa position sur les marchés mondiaux, le secteur agroalimentaire européen doit se préparer à un avenir caractérisé par la mondialisation du marché. Les actions portant sur la demande de produits agricoles, sur l'information des consommateurs et sur leur sensibilisation aux qualités des produits agricoles européens sont un élément important de cette préparation. A cette fin, l'Union européenne réalise et cofinance des actions de promotion en faveur des produits agricoles depuis le début des années 80. Jusqu'en 1999, ces actions étaient menées secteur par secteur, sur la base de diverses dispositions réglementaires propres aux différents secteurs de produits. En 1999, ces dispositions dispersées dans 12 règlements du Conseil ont été harmonisées et remplacées par un dispositif cohérent regroupé en deux règlements régissant respectivement la promotion dans les pays tiers (règlement 2702 /1999/CE) et la promotion sur le marché intérieur (règlement 2826/2000/CE).

À la lumière de l'expérience acquise avec la mise en œuvre de ces deux règlements, analysée dans un rapport de la Commission accompagnant la proposition,la Commission propose de continuer à appliquer l'actuel régime de soutien aux actions de promotion et de maintenir les grandes lignes de ce dispositif. Toutefois, pour en améliorer le fonctionnement et pour en simplifier la gestion, elle suggère de procéder aux ajustements suivants:

- il convient d'éviter de fragmenter le financement en petits programmes inefficaces et de veiller à une répartition équilibrée des ressources budgétaires disponibles, en fixant des limites inférieures et supérieures en ce qui concerne les coûts réels des programmes soumis,

- la possibilité pour la Commission de lancer des actions de promotion et d'information dans les pays tiers devrait être étendue lorsque ces actions présentent un intérêt communautaire ou qu'aucune proposition appropriée n'a été présentée par les organisations professionnelles ou interprofessionnelles,

- la Commission devrait pouvoir lancer, sur le marché intérieur, des actions d'information liées aux régimes communautaires de qualité et d'étiquetage des produits agricoles et des denrées alimentaires,

- il y a lieu de simplifier les dispositions relatives à la contribution communautaire en faveur de ces programmes, tout en maintenant le niveau de la contribution communautaire à 50% du coût effectif de chaque programme ; il convient également d'assouplir la part de la contribution du ou des États membres et de la ou des organisations proposantes, tout en laissant à la charge de l'organisation proposante une part de financement minimum obligatoire,

- enfin, dans un souci de meilleure gestion et de simplification des procédures, la Commission propose de clarifier les obligations de contrôle existantes dans les Etats membres concernant la conformité des matériels publicitaires à la législation communautaire, de dispenser les États membres de l'obligation de notifier les contributions nationales en tant qu'aides d'État, et de prévoir la consultation des groupes de

travail ad hoc, composés de représentants des États membres et/ou d'experts à même de conseiller la Commission.

Afin de permettre les adaptations nécessaires pour la mise en œuvre des mesures proposées, il convient que le présent règlement s'applique à compter du 1er janvier 2005.