Informations de base

2007/0095(CNS) CNS - Procédure de consultation Règlement	Procédure terminée
Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers Abrogation Règlement (EC) No 2702/1999 1998/0330(CNS) Abrogation Règlement (EC) No 2826/2000 2000/0226(CNS) Abrogation 2013/0398(COD) Modification 2007/0138(CNS) Modification 2008/0104(CNS) Modification 2008/0131(CNS) **Subject** 3.10.03 Commercialisation et échanges des produits agricoles et des animaux 6.20 Politique commerciale commune en général	

Acteurs principaux

Parlement européen

Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
AGRI Agriculture et développement rural	GOLIK Bogdan (PSE)	05/06/2007

Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
BUDG Budgets	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
IMCO Marché intérieur et protection des consommateurs	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	

Conseil de l'Union européenne

Formation du Conseil	Réunions	Date
Agriculture et pêche	2841	2007-12-17

Evénements clés

Date	Evénement	Référence	Résumé
23/05/2007	Publication de la proposition législative	COM(2007)0268	Résumé
09/07/2007	Annonce en plénière de la saisine de la commission		

21/11/2007	Vote en commission		Résumé
23/11/2007	Dépôt du rapport de la commission, 1ère lecture/lecture unique	A6-0461/2007	
11/12/2007	Débat en plénière		
12/12/2007	Décision du Parlement	T6-0605/2007	Résumé
12/12/2007	Résultat du vote au parlement		
17/12/2007	Adoption de l'acte par le Conseil suite à la consultation du Parlement		
17/12/2007	Fin de la procédure au Parlement		
05/01/2008	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques

Référence de la procédure	2007/0095(CNS)
Type de procédure	CNS - Procédure de consultation
Sous-type de procédure	Note thématique
Instrument législatif	Règlement
Modifications et abrogations	Abrogation Règlement (EC) No 2702/1999 1998/0330(CNS) Abrogation Règlement (EC) No 2826/2000 2000/0226(CNS) Abrogation 2013/0398(COD) Modification 2007/0138(CNS) Modification 2008/0104(CNS) Modification 2008/0131(CNS)
Base juridique	Traité CE (après Amsterdam) EC 037 Traité CE (après Amsterdam) EC 036
État de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission	AGRI/6/49976

Portail de documentation

Parlement Européen

Type de document	Commission	Référence	Date	Résumé
Projet de rapport de la commission		PE390.711	18/09/2007	
Amendements déposés en commission		PE396.407	17/10/2007	
Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique		A6-0461/2007	23/11/2007	
Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique		T6-0605/2007	12/12/2007	Résumé

Commission Européenne

Type de document	Référence	Date	Résumé
Document de base législatif	COM(2007)0268	23/05/2007	Résumé
Réaction de la Commission sur le texte adopté en plénière	SP(2008)0411	23/01/2008	

Document de suivi	COM(2010)0692	25/11/2010	Résumé
Document de suivi	SEC(2010)1434	25/11/2010	Résumé

Informations complémentaires		
Source	**Document**	**Date**
Parlements nationaux	IPEX	
Commission européenne	EUR-Lex	

Acte final	
Règlement 2008/0003 JO L 003 05.01.2008, p. 0001	Résumé
Rectificatif à l'acte final 32008R0003R(01) JO L 040 11.02.2009, p. 0058	Résumé

Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 17/12/2007 - Rectificatif à l'acte final

OBJECTIF : **Rectificatif** au règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil du 17 décembre 2007 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers (*Règlement publié initialement au Journal officiel de l'Union européenne L 3 du 5 janvier 2008*).

Le règlement vise à établir un cadre juridique pour la promotion des produits agricoles dans la Communauté et dans les pays tiers.

Le rectificatif porte sur le remplacement des tableaux de correspondance visés à l'article 19 du règlement.

Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 25/11/2010 - Document de suivi

La Commission présente un rapport sur l'application du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers. Le rapport couvre les opérations menées dans le cadre du régime de promotion entre 2006 et le premier semestre de 2010. Il porte principalement sur les améliorations en matière de gestion et d'analyse d'impact, ainsi que sur les aspects liés à la simplification (les deux règlements distincts traitant respectivement des pays tiers et du marché intérieur ont été fondus en un texte unique). Il se focalise sur les décisions de la Commission adoptées depuis le dernier rapport et présente un examen analytique des données relatives à la promotion des produits agricoles.

Programmes de promotion cofinancés : au long de la période couverte par le rapport, **tous les États membres ont participé aux efforts de promotion et montré un intérêt marqué pour le régime**. Au total, les services de la Commission ont reçu 430 propositions de programmes présélectionnées par les autorités nationales, correspondant à un budget global de **505,6 millions EUR.** Sur ce total, 183 propositions ont été acceptées au bénéfice du cofinancement communautaire pour un montant total de 248,6 millions EUR; 134 d'entre elles visaient le marché intérieur et 49 les marchés de pays tiers.

En nombre de programmes acceptés, ce sont les **produits laitiers** (avec 36 programmes) qui tiennent le haut du pavé, suivis des produits de qualité (32 programmes pour l'ensemble des AOP, IGP, produits biologiques et produits des régions ultrapériphériques), des fruits et légumes frais et transformés (30 programmes), des produits à base de viande, volaille comprise (23 programmes), des vins et spiritueux (20 programmes) et de l'huile d'olive 8 programmes), etc.

Les principales causes de rejet au cours de la période de référence ont été les suivantes: i) l'absence de description suffisamment détaillée du programme ; ii) l'absence d'état du budget suffisamment détaillé pour qu'il soit possible d'apprécier le rapport qualité/prix du programme ; iii) l'absence de motivation expliquant le choix de la proposition et iv) l'absence d'éléments prouvant le bien-fondé du choix de l'organisme d'exécution.

Actions de promotion gérées directement par la direction générale de l'agriculture et du développement rural (DG AGRI) : dans le cadre établi par le règlement (CE) n° 3/2008, des **missions à haut niveau** ou actions de promotion suivantes ont été organisées entre 2007 et 2010, notamment en Inde et en Chine. Une **campagne de promotion en faveur des produits biologiques** et de l'agriculture biologique été lancée le 25 juillet 2008. Dotée d'un budget maximal de 3 millions EUR répartis sur trois ans, et couvrant les 27 États membres, la campagne a engrangé des résultats très positifs et a permis de diffuser des outils de marketing et d'information simples et efficaces auprès d'un certain nombre de groupes cibles.

Le rapport note qu'au cours de la période de 2006 à 2010, une série de modifications a été apportée au régime de programmes de promotion des produits agricoles cofinancé par l'UE:

- dans un but de **simplification**, les deux règlements du Conseil ont été fusionnés en un texte unique, de même que les deux règlements de la Commission ;
- la **procédure de sélection** des nouveaux programmes au niveau de la Commission a été améliorée grâce à l'adoption de lignes directrices et à l'introduction de méthodes d'évaluation quantitatives, ainsi que de coûts de référence pour les diverses actions relevant des programmes ;
- des améliorations ont été apportées à **l'analyse d'impact** des programmes réalisée au cours de la mise en œuvre et au terme de celle-ci ;
- des améliorations ont été apportées à la gestion des programmes. Le taux d'exécution (rapport dépenses/crédits) du secteur a fortement progressé, jusqu'à frôler les 100% ;
- enfin, le régime de promotion a aussi été utilisé au cours de la période de référence pour **contrebalancer les effets de deux crises**: celle de la grippe aviaire (en 2007) et celle du secteur du lait et des produits laitiers (en 2008).

Ces améliorations ont été confirmées récemment par la Cour des comptes et par l'unité d'audit interne de la DG AGRI. D'autres éléments restent toutefois à améliorer:

- **la qualité des programmes** adressés aux services de la Commission doit encore être améliorée. Les lignes directrices déjà adoptées et actualisées y contribueront sans nul doute ;
- les autorités compétentes des États membres doivent **améliorer la sélection, le suivi et le contrôle des programmes**. Il convient de prêter attention de façon plus stricte aux procédures d'appels d'offres utilisées pour la sélection des organismes d'exécution. Il importe de mettre l' accent sur les capacités techniques et financières que doivent posséder ces organismes si l'on veut faire en sorte que la mise en œuvre des actions de promotion s'effectue dans les meilleures conditions d'efficacité ;
- **la procédure actuelle d'approbation des programmes cofinancés est plutôt lourde**. En effet, les programmes font l'objet d'une double évaluation: d'abord au niveau de l'État membre, puis à celui de l'UE. À ce rythme, la procédure de sélection complète s'étale sur sept mois. Pourtant, plus de 50% des programmes reçus sont rejetés.

La politique en matière d'information et de promotion sera révisée parallèlement à la réforme de la PAC après 2013. Les instruments de promotion doivent être un outil efficace au service des producteurs de l'UE permettant également, autant que faire se peut, de réduire leur charge administrative.

Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 17/12/2007 - Acte final

OBJECTIF : établir un cadre juridique pour la promotion des produits agricoles dans la Communauté et dans les pays tiers.

ACTE LÉGISLATIF : Règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

CONTENU : compte tenu de l'expérience acquise, des perspectives d'évolution des marchés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la Communauté, ainsi que du nouveau contexte des échanges internationaux, le règlement vise à permettre le développement d'une politique cohérente d'information et de promotion des produits agricoles et de leur mode de production, ainsi que des produits alimentaires qui en dérivent.

Aux termes du règlement, les actions d'information et de promotion réalisées sur le marché intérieur ou dans les pays tiers, peuvent être financées par le budget communautaire, en tout ou en partie, dans les conditions prévues par le règlement. Les actions ne sont pas orientées en fonction des marques commerciales et ne doivent pas inciter à la consommation d'un produit en raison de son origine particulière. L'origine du produit faisant l'objet des actions peut, toutefois, être indiquée lorsqu'il s'agit d'une désignation faite au titre de la réglementation communautaire.

Les actions prévues sont les suivantes:

a) actions de relations publiques, de promotion et de publicité, notamment pour souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifiques, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement;

b) campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d'origine protégées (AOP), aux indications géographiques protégées (IGP), aux spécialités traditionnelles garanties (STG) et à la production biologique ;

c) actions d'information sur le système communautaire des vins de qualité produits dans des régions délimitées (v.q.p.r.d.), des vins avec indication géographique et des boissons spiritueuses avec indication géographique ou indication traditionnelle réservée;

d) études d'évaluation des résultats des actions d'information et de promotion.

Sur le marché intérieur, les actions peuvent aussi prendre la forme d'une participation à des manifestations, foires et expositions d'importance nationale ou européenne, au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires.

Dans les pays tiers, les actions peuvent aussi prendre les formes suivantes: a) actions d'information sur le système communautaire des vins de table; b) participation à des manifestations, foires et expositions d'importance internationale, notamment au moyen de stands destinés à valoriser l'image des produits communautaires; c) études de marchés nouveaux, nécessaires à l'élargissement des débouchés; d) missions commerciales à haut niveau.

Aux fins de l'application du règlement, la Commission détermine les listes des thèmes et produits visés ainsi que des pays tiers concernés. Ces listes sont revues tous les deux ans. S'agissant de la promotion sur le marché intérieur, la Commission établit, pour chacun des secteurs ou produits retenus, les lignes directrices définissant les modalités de la stratégie à suivre dans les propositions de programmes d'information et de promotion. En ce qui concerne la promotion des fruits et légumes frais, une attention particulière est accordée aux actions de promotion qui s'adressent aux enfants dans les établissements scolaires.

Pour la réalisation des actions, les organisations professionnelles ou interprofessionnelles représentatives du ou des secteurs concernés dans un ou plusieurs États membres ou à l'échelle communautaire établissent des propositions de programmes d'information et de promotion, d'une durée maximale de trois ans. Après examen du ou des programmes, le ou les États membres établissent une liste des programmes retenus, dans la limite des crédits disponibles, et s'engagent à participer à leur financement, s'il y a lieu.

La Commission décide quels programmes sont retenus et les budgets correspondants. Priorité est donnée aux programmes proposés par plusieurs États membres ou prévoyant des actions dans plusieurs États membres ou pays tiers.

La participation financière de la Communauté aux programmes retenus n'excède pas 50% du coût réel des programmes (60% pour les actions de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de la Communauté). Les organisations proposantes doivent participer au financement des programmes qu'elles ont proposés, à concurrence d'au moins 20% du coût réel des programmes.

Au plus tard le 31 décembre 2010, la Commission présentera au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application du règlement, accompagné, le cas échéant, de propositions appropriées.

ENTRÉE EN VIGUEUR : 12/01/2008.

Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 12/12/2007 - Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique

En adoptant le rapport de M. Bogdan **GOLIK** (PSE, PL) par 549 voix pour, 26 voix contre et 16 abstentions, le Parlement européen s'est rallié à la position de sa commission au fond et a modifié, dans le cadre de la procédure de consultation, la proposition de règlement relative à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Les principaux amendements adoptés en plénière sont les suivants :

- les Parlement souligne qu'il convient de définir les critères de sélection des thèmes, des marchés et des perspectives d'exportation sur lesquels porteront les programmes communautaires, en particulier ceux qui sont réalisés dans des pays tiers ;

- les actions d'information et de promotion devraient comprendre et refléter le mieux possible les éléments essentiels du modèle européen, à savoir la richesse, la variété et la tradition de la culture agroalimentaire communautaire;

- la Commission européenne devrait favoriser la collaboration avec les États membres dans les actions qu'elle met en route de sa propre initiative, en augmentant ainsi la plus-value communautaire ;

- il conviendrait de prévoir et d'inclure dans les programmes des mesures d'information et d'aide aux organisations professionnelles participantes;

- vu le processus rapide d'internationalisation auquel est soumis le système agroalimentaire communautaire, les députés demandent de prévoir une application flexible des instruments de promotion et d'information, ainsi que les modifications légales nécessaires à la lumière de l'expérience acquise depuis l'année 1999;

- étant donné (en particulier, dans les pays tiers) que les mesures de promotion doivent favoriser l'accès du consommateur aux produits européens et que, par ailleurs, les organisations cofinancent un pourcentage considérable des programmes, les organisations proposantes participantes doivent pouvoir être présentes avec leurs produits dans des événements commerciaux, comme les foires etc., illustrant ainsi la richesse, la qualité et la variété de l'offre communautaire disponible;

- le renforcement des actions d'information et de promotion de produits horticoles devrait également bénéficier du cofinancement communautaire ;

- la nécessité de souligner les multiples avantages des produits régionaux et locaux pour l'écologie et le marché du travail devrait figurer parmi les critères à prendre en compte pour déterminer les secteurs ou produits pouvant faire l'objet des actions visées au présent règlement ;

- la Commission (et non les États membres) devraient définir des cahiers des charges prévoyant les conditions et critères d'évaluation des programmes d'information et de promotion ;

- la priorité doit être donnée uniquement aux programmes réalisés sur les marchés de pays tiers et, parmi eux, en particulier aux programmes proposés par plusieurs États membres ou prévoyant des actions dans plusieurs États membres. Les programmes multi-produits devraient recevoir une considération particulière ;

- la participation financière de la Communauté aux programmes retenus ne devrait pas excéder 60% du coût réel des programmes (50% dans la proposition). Dans le cas de programmes liés à l'agriculture biologique ou à des mesures résultant de situations de crise, la participation financière de la Communauté ne devrait pas excéder 70%. ;

- les organisations proposantes devraient participer au financement des programmes qu'elles ont proposés à concurrence d'au moins 10% du coût réel des programmes (20% dans la proposition). Ces organisations devraient pouvoir soumettre leurs programmes au moins deux fois par an au lieu d'une ;

- les députés estiment qu'il convient d'établir une distinction entre les mesures d'application liées aux questions techniques d'acceptation des projets soumis par les organisations proposantes et les questions liées à l'approche stratégique concernant les études sur les débouchés et les opportunités d'exportation. Dans le premier cas, il conviendrait d'avoir recours à la procédure de gestion, tandis que dans le second cas, la procédure de réglementation devrait être appliquée;

- avant le 31 décembre 2010 (31 décembre 2012 selon la proposition) la Commission présentera au Parlement européen et au Conseil un rapport sur l'application du présent règlement, accompagné, le cas échéant, de propositions appropriées.

Le Parlement a également souligné que l'intégration des actions de promotion dans le règlement (CE) n° 1234/2007 sur l'OCM unique (voir CNS/2006/0269) irait dans le sens du processus de simplification et contribuerait à la transparence de l'ensemble des instruments à la disposition des opérateurs, des mécanismes de gestion du marché et des possibilités de promotion.

Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 23/05/2007 - Document de base législatif

OBJECTIF : développer une politique globale et cohérente d'information et de promotion concernant les produits agricoles sur le marché intérieur et les marchés des pays tiers.

ACTE PROPOSÉ : Règlement du Conseil.

CONTENU : en vertu du règlement (CE) nº 2826/2000 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et du règlement (CE) nº 2702/1999 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles dans les pays tiers, la Communauté peut réaliser des actions d'information et de promotion sur le marché intérieur et sur les marchés des pays tiers pour un certain nombre de produits agricoles. Les résultats obtenus à ce jour sont très encourageants. Cette politique a en effet permis de compléter les actions menées par les États membres au cours des années 2000, en promouvant notamment l'image de ces produits auprès des consommateurs dans la Communauté et dans les pays tiers, en particulier en termes de qualité, d'aspects nutritionnels et de sûreté des denrées alimentaires et des modes de production.

A lumière de l'expérience acquise au cours des dernières années et dans une perspective de simplification, il est envisagé d'adopter un cadre juridique unique pour la promotion des produits agricoles sur le marché intérieur et les marchés des pays tiers, tout en conservant les spécificités des actions en fonction de leur lieu de réalisation. Dans ce but, la Commission propose de procéder à la refonte des deux règlements (CE) n° 2702/1999 et (CE) n° 2826/2000 en un règlement unique en vue de faciliter l'accès et la participation des acteurs au régime.

Aux termes de la proposition, les actions susceptibles d'être financées par le budget communautaire sont les suivantes :

- actions de relations publiques, de promotion et de publicité, en particulier en vue de souligner les caractéristiques intrinsèques et les avantages des produits communautaires, en termes notamment de qualité, de sécurité des aliments, de méthodes de production spécifiques, d'aspects nutritionnels et sanitaires, d'étiquetage, de bien-être des animaux et de respect de l'environnement;
- campagnes d'information, notamment sur les régimes communautaires relatifs aux appellations d'origine protégées (AOP), aux indications géographiques protégées (IGP), aux spécialités traditionnelles garanties (STG) et à la production biologique, ainsi que sur d'autres régimes communautaires concernant les normes de qualité et l'étiquetage des produits agricoles et des denrées alimentaires et sur les symboles graphiques prévus dans la législation communautaire applicable;
- actions d'information sur le système communautaire des vins de qualité produits dans des régions délimitées (v.q.p.r.d.), des vins avec indication géographique et des boissons spiritueuses avec indication géographique ou indication traditionnelle réservée ;
- études d'évaluation des résultats des actions d'information et de promotion.

Produits agricoles: information et promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers

2007/0095(CNS) - 25/11/2010 - Document de suivi

La Commission présente un document de travail accompagnant son rapport sur l'application du règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil relatif à des actions d’information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers. Il s'agit de deux annexes.

- La première annexe contient les modifications apportées au régime de promotion depuis le rapport de 2006, en plus de celles déjà examinées dans le rapport.
- La deuxième annexe contient une description des activités de promotion directement gérées par la direction générale de l’agriculture et du développement rural de la Commission (DG AGRI). Il s'agit notamment de missions de haut niveau, de la campagne de promotion pour l'alimentation et l'agriculture biologiques, et d'autres dépenses dans le cadre la gestion directe.