

## III

(Akty przygotowawcze)

## KOMITET REGIONÓW

## 106. SESJA PLENARNA W DNIACH 2–3 KWIETNIA 2014 R.

**Opinia Komitetu Regionów „Działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich”**

(2014/C 174/06)

<b>Sprawozdawca</b>	Pedro SANZ ALONSO, przewodniczący rządu wspólnoty autonomicznej La Rioja (ES/EPL)
<b>Dokument źródłowy</b>	Wniosek w sprawie rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich COM(2013) 812 final

## I. ZALECENIA POLITYCZNE

KOMITET REGIONÓW

**Uwagi ogólne**

1. Komitet z zadowoleniem przyjmuje i wysoce ceni sobie wniosek w sprawie rozporządzenia Komisji Europejskiej, z którego wyłania się troska o działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich, a zwłaszcza propozycję odnośnie nowych ram prawnych promujących i wspierających działania informacyjne i promocyjne dotyczące europejskich produktów rolnych w UE i poza jej granicami.
2. Uważa, że działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich mają szczególne znaczenie dla umożliwienia sektorowi rolnemu stawienia czoła licznym wyzwaniom, w kontekście rosnącej konkurencji i w celu ułatwienia otwarcia rynków, a także dla większej obecności tych produktów na rynku, jako że przed europejskimi producentami rolnymi stoi wyzwanie otwarcia granic i globalizacji rynków.
3. Sądzi, że omawiany wniosek w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych pozwoli konsumentom na poziomie europejskim i globalnym lepiej poznać wspólnotową jakość i wysokie normy produkcji, a także zapewni bezpieczeństwo żywnościowe i ochronę środowiska naturalnego oraz zaufanie konsumentów do nabywanych i spożywanych produktów. Pozytywna ocena europejskiej produkcji rolnej może zwiększyć opłacalność dla europejskich producentów rolnych.
4. Uważa, że europejski sektor rolny ma podstawowe znaczenie dla rozwoju gospodarki lokalnej i regionalnej, gdyż przyczynia się on w znacznym stopniu do tworzenia miejsc pracy i do utrzymania oraz zwiększenia zaludnienia danego obszaru, jako że produkcja i przetwórstwo są ściśle przypisane do danego terytorium. Wymiar regionalny musi pozostać kluczowym elementem, by możliwe było zrealizowanie celu zrównoważonego zagospodarowania przestrzennego w Europie.
5. Podkreśla, że regiony potrzebują ambitnej i skutecznej polityki promocyjnej podkreślającej jakość i szczególne cechy produktów rolnych. Produkty te stanowią dziedzictwo kulturowe i kulinarne Unii Europejskiej oraz niezbędny element życia gospodarczego i społecznego wielu regionów europejskich, gwarantujący prowadzenie działalności bezpośrednio związanej z danym obszarem, zwłaszcza na obszarach wiejskich.

6. Zaleca, by szczególną uwagę zwrócić na grupę produktów rolnych specjalnie wytwarzanych z użyciem tradycyjnych składników i przetwarzanych w sposób specyficzny dla danego regionu.

#### ***Stopniowy, lecz znaczny wzrost przydzielonego budżetu***

7. Uważa, że wzrost budżetu przeznaczanego na te działania jest niezbędny ze względu na proponowane poszerzenie kręgu beneficjentów i listy produktów kwalifikujących się. Zwiększono również wkład Komisji w programy, w których uczestniczy wiele państw.

8. Porozumienia dwustronne zawarte w wyniku negocjacji z krajami trzecimi, takimi jak Kanada, Stany Zjednoczone, kraje Mercosuru, lub inne porozumienia stowarzyszeniowe, jasno pokazują, że działania informacyjne i promocyjne dotyczące produktów rolnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich będą coraz bardziej potrzebne, by produkty europejskie były konkurencyjne.

9. Podkreśla możliwość stałego finansowania działań informacyjnych i promocyjnych na rynku wewnętrznym w celu utrzymania konkurencyjności, przynajmniej dla produktów objętych uznanymi systemami produkcji lub rolnictwa ekologicznego.

10. Stwierdza, że przyjęta reforma WPR wiąże się z europejską polityką handlową, a na szczeblu globalnym Unia Europejska musi przyczynić się do światowego bezpieczeństwa żywnościowego zgodnie z międzynarodową polityką handlową, gwarantując w ramach WTO, że produkcja unijnego rolnictwa odbywa się na zasadzie równych szans.

#### ***Skoncentrowanie działań promocyjnych na państwach trzecich***

11. Uważa, że przeznaczenie 75 % przewidzianego budżetu na działania informacyjne i promocyjne w krajach trzecich może pozostawić bez potrzebnych środków rynek wewnętrzny, który jest podstawowym rynkiem dla produktów europejskich i na którym producenci muszą ciężko pracować, by pozostać konkurencyjnymi i mierzyć się z konkurencją wynikającą z wejścia na rynek produktów państw trzecich.

12. Zwraca się do Komisji o to, by nie ustanawiała a priori żadnych celów związanych z odsetkiem funduszy przewidzianych na działania informacyjne i promocyjne dotyczące unijnych produktów rolnych w państwach trzecich, zważywszy, że należy traktować na równi rynek wewnętrzny i rynki państw trzecich.

#### ***Szersze wykorzystanie marek i pochodzenia produktów***

13. Popiera inicjatywę wykorzystania marek i informacji o pochodzeniu produktów rolnych ponieważ uważa, że widoczność marek handlowych w kontekście ogólnej promocji zwiększy możliwości finansowania oraz zainteresowanie beneficjentów, o ile utrzymana zostanie równowaga, zwłaszcza na rynku wewnętrznym Unii Europejskiej.

14. Popiera przedstawioną przez Komisję koncepcję dotyczącą systemów jakości wykorzystujących oficjalne logotypy wspólnotowe. Uważa jednak, że nazwa regionu jest w odpowiedni sposób związana z ogólnym przesłaniem, w którym musi być mowa o istotnych cechach produktów, dlatego nawiązanie do pochodzenia geograficznego produktu musi być jasno określone.

15. Stwierdza, że uznane na poziomie europejskim systemy jakości są coraz popularniejsze i coraz szerzej uznawane na naszym terytorium, wychodząc naprzeciw zwiększającemu się zapotrzebowaniu konsumentów europejskich na żywność, a zwłaszcza ich zainteresowaniu produktami lokalnymi wysokiej jakości, które spełniałyby ściśle wspólnotowe normy dotyczące bezpieczeństwa żywnościowego i ochrony środowiska. Podkreśla, że produkty objęte uznanymi systemami jakości mają duże znaczenie na rynku wewnętrznym, dlatego należy je utrzymać i wspierać.

16. Zwraca się do Komisji o umożliwienie określenia sposobów realizacji za pomocą aktów wykonawczych. Uważa również, że agencje zajmujące się promocją mogą koordynować, a nawet realizować działania zbiorowe stowarzyszeń producentów w swoich regionach.

17. Jego zdaniem pozytywna synergia między różnymi produktami regionalnymi może umożliwić optymalizację bogactwa wszystkich regionów europejskich. Dlatego są one ważnym źródłem dochodów regionów oraz wysokiej jakości usługami związanymi z tożsamością i dziedzictwem danego terytorium. Pomogłoby to w ulepszeniu jakości obszarów powiązanych z regionalnymi produktami rolnymi i przyczyniłoby się do tworzenia miejsc pracy, zwłaszcza w obszarach znajdujących się w szczególnie trudnej sytuacji, w których mogłyby pojawić się nowe szanse, zarówno na rynkach lokalnych, jak i międzynarodowych.

#### ***Poszerzenie kręgu beneficjentów i listy produktów kwalifikujących się***

18. Zgadza się z przyznaniem organizacjom producentów wszystkich sektorów ważnej roli, z wyszczególnieniem wymagań stawianych tym organizacjom, jeśli chodzi o ich reprezentatywność, jako że muszą one reprezentować wszystkie sektory.

19. Wnosi o to, by w ramach organizacji producentów zwrócono szczególną uwagę na MŚP prowadzące swoje działania promocyjne w ramach uznanych systemów jakości. Ten rodzaj przedsięwzięcia jest najpopularniejszy w europejskich regionach i stanowi znaczną część europejskiego przemysłu rolno-spożywczego.

20. Zgadza się, by wszystkie produkty pochodzące z UE, z wyjątkiem tytoniu, mogły korzystać z działań informacyjnych i promocyjnych na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich, z nadaniem pierwszeństwa działaniom proponowanym w odniesieniu do produktów przyczyniających się do zrównoważonej diety i działaniom proponowanym w przypadku innych produktów posiadających odmiennie oznaczenie jakości związane z terytorium europejskim.

#### **Ustanowienie przez Komisję priorytetów w programie prac**

21. Gratuluje Komisji propozycji ustanowienia programu prac umożliwiającego zaopatrzenie polityki promocji w jasne i prawidłowo wyznaczone strategie.

22. Wnosi o określenie sposobu, w jaki Komisja uwzględni priorytety państw członkowskich oraz włączy je do programu prac.

23. Proponuje przyjęcie programu prac na okres 3 lat, na wzór obecnych kampanii, co pozwoli uwzględnić zmiany na rynkach, nie wykluczając przy tym dokonywanych co roku zmian dostosowujących.

#### **Ocena i selekcja programów prostych i programów, w których uczestniczy wiele państw oraz zarządzanie nimi**

24. Uważa, że oceną i selekcją programów nie powinna zajmować się wyłącznie Komisja. Należy umożliwić udział państw członkowskich i umożliwić w ten sposób współpracę regionów europejskich, ponieważ to one współfinansowałyby środki promocji utrzymane ostatecznie w ramach EFRROW na lata 2014–2020 (art. 17), z wykorzystaniem procedur podobnych do środka 133 w okresie 2007–2013.

25. Zwraca się do Komisji o rozważenie środków na rzecz udziału państw członkowskich i współpracy regionów, nie przeciążając przy tym procesu, w ramach programu promocyjnego finansowanego przez Unię Europejską, by finansowane w ramach tego programu działania były zgodne z regionalnymi strategiami w zakresie promocji.

26. Opowiada się również za utrzymaniem dwóch zaproszeń do składania wniosków, co umożliwiają obecne przepisy, ponieważ w ten sposób wnioskodawcy, których programy nie zostały wybrane na pierwszym etapie, nie musieliby długo czekać na ponowne zaproszenie.

#### **Proponowana wysokość współfinansowania**

27. Akceptuje odsetek współfinansowania zaproponowany przez Komisję i uznaje go za zgodny z celem zachęcania do ubiegania się o udział w programie w krajach trzecich i w programach, w których uczestniczy wiele państw. Proponuje jednak, by w przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw w krajach trzecich wysokość współfinansowania została zwiększona do 75 %. W przypadkach szczególnych tę samą wysokość współfinansowania można by zastosować do MŚP.

28. Zdaje sobie sprawę z faktu, że prowadzona do tej pory polityka promocyjna przyczyniła się do odzyskania zaufania konsumentów w sytuacji kryzysu. Wciąż niezbędne są jednak o wiele sprawniejsze i bardziej skuteczne instrumenty informacyjne i środki promocji.

29. Proponuje rozważyć zwiększenie współfinansowania europejskiego, zwłaszcza jeśli chodzi o środki promocyjne i informacyjne w przypadku kryzysów rolnych, by uniknąć sytuacji, w których dyskryminowani są niektórzy producenci.

30. Uwypukla potrzebę wyjaśnienia we wniosku dotyczącym rozporządzenia, jak zostanie ulepszona zdolność reagowania w sytuacjach kryzysowych, by działać szybko i skutecznie.

#### **Ewentualne wyeliminowanie możliwości finansowania programów przez państwa członkowskie**

31. Wnosi o umożliwienie państwom członkowskim dobrowolnego współfinansowania programów z Komisją, jako że może to okazać się niezbędne w przypadku sektorów produkcyjnych mało rozwiniętych lub dysponujących niewielkimi zdolnościami finansowymi.

**Zalecenia końcowe**

32. Zaleca Komisji, by szerzej uwzględniła regiony europejskie i ich kluczową rolę w produkcji wysokiej jakości produktów rolnych i rolno-spożywczych, umożliwiając ich udział w selekcji programów.

33. Zaleca Komisji finansowanie działań promocyjnych na rynku wewnętrznym w celu zwiększenia sprzedaży produktów rolnych i spożywczych pochodzących z Unii Europejskiej i objętych uznanymi systemami jakości lub tradycyjnego i regionalnego rolnictwa ekologicznego. Rozpowszechnianie i promocja produktów tradycyjnych przyczyni się do zmiany wzorców konsumpcji wynikających z globalizacji europejskiego rynku.

**II. ZALECANE POPRAWKI****Poprawka 1**

## Motyw 2

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(2) Celem tych działań jest zwiększenie konkurencyjności rolnictwa europejskiego zarówno na rynku wewnętrznym, jak i w państwach trzecich, poprzez podniesienie poziomu wiedzy konsumentów dotyczącej zalet unijnych produktów rolnych i artykułów spożywczych wytworzonych w oparciu o produkty rolne oraz poprzez rozwijanie i otwieranie nowych rynków. Przedmiotowe działania korzystnie uzupełniają i wzmacniają działania prowadzone przez państwa członkowskie.	(2) Celem tych działań jest zwiększenie konkurencyjności rolnictwa europejskiego zarówno na rynku wewnętrznym, jak i w państwach trzecich, poprzez podniesienie poziomu wiedzy konsumentów dotyczącej zalet unijnych produktów rolnych i artykułów spożywczych wytworzonych w oparciu o produkty rolne, <u>mając na uwadze uznane na szczeblu europejskim systemy jakości, które wnoszą wartość dodaną do produkcji europejskiej</u> , oraz poprzez rozwijanie i otwieranie nowych rynków. Przedmiotowe działania korzystnie uzupełniają i wzmacniają działania prowadzone przez państwa członkowskie.

**Uzasadnienie**

Europejscy konsumenci z reguły nie znają norm i wysokich standardów jakości, do których muszą stosować się producenci europejscy. Żeby zaradzić tej sytuacji należy pokazać, że europejskie produkty spełniają ścisłe normy w zakresie bezpieczeństwa żywnościowego, zdrowia i dobrostanu zwierząt, zdrowia roślin i ochrony środowiska. Dlatego ważna jest polityka informacyjna i promocyjna dotycząca produktów rolnych, by wyjaśnić konsumentom europejskim, że europejskie produkty spełniają wszystkie wymienione wymagania i uświadomić ich w tym zakresie.

Ponadto należy zwrócić uwagę na produkty objęte systemami jakości uznanymi przez Unię Europejską.

**Poprawka 2**

## Motyw 7

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(7) Przekazywanie informacji na temat win produkowanych w Unii i promocja tych win stanowią jeden z najważniejszych środków zawartych w programach wsparcia dla sektora wina przewidzianych w ramach WPR. W związku z tym należy ograniczyć możliwość obejmowania win działaniami informacyjnymi i promocyjnymi w ramach niniejszego systemu jedynie do przypadków, w których wino jest powiązane z innym produktem rolnym lub artykułem spożywczym.	<del>(7) Przekazywanie informacji na temat win produkowanych w Unii i promocja tych win stanowią jeden z najważniejszych środków zawartych w programach wsparcia dla sektora wina przewidzianych w ramach WPR. W związku z tym należy ograniczyć możliwość obejmowania win działaniami informacyjnymi i promocyjnymi w ramach niniejszego systemu jedynie do przypadków, w których wino jest powiązane z innym produktem rolnym lub artykułem spożywczym.</del>

**Uzasadnienie**

Naszym zdaniem sektor wina nie powinien być traktowany odmiennie od innych produktów rolnych, dlatego należy w pełni włączyć go na listę produktów kwalifikujących się, nie tylko w przypadku ogólnych kampanii powiązanych z innymi produktami. Wino byłoby jedynym europejskim produktem, który nie mógłby korzystać z kampanii przeznaczonych wyłącznie dla tego sektora. Uważamy, że nie można pominąć kluczowego sektora europejskiej produkcji.

**Poprawka 3**

Motyw 8

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(8) W latach 2001–2011 zaledwie 30 % budżetu przeznaczonego na działania informacyjne i promocyjne prowadzone na podstawie rozporządzenia (WE) nr 3/2008 dotyczyło rynków państw trzecich, podczas gdy rynki te oferują znaczny potencjał wzrostu. Należy ustanowić przepisy szczególne w celu wykonania 75 % szacowanych wydatków, aby wspierać realizację większej liczby działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących unijnych produktów rolnych w państwach trzecich, w szczególności poprzez zwiększenie wsparcia finansowego.	(8) W latach 2001–2011 zaledwie 30 % budżetu przeznaczonego na działania informacyjne i promocyjne prowadzone na podstawie rozporządzenia (WE) nr 3/2008 dotyczyło rynków państw trzecich, podczas gdy rynki te oferują znaczny potencjał wzrostu. Należy ustanowić przepisy <del>szczególne w celu wykonania 75 % szacowanych wydatków</del> , aby wspierać realizację większej liczby działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących unijnych produktów rolnych w państwach trzecich, w szczególności poprzez zwiększenie wsparcia finansowego.

**Uzasadnienie**

Europejskie produkty muszą obecnie konkurować z produktami państw trzecich, zarówno na rynku wewnętrznym, jak i na rynkach zagranicznych. Muszą przy tym obowiązkowo stosować się do licznych, restrykcyjnych norm wspólnotowych. Ponadto nie należy zapominać o różnych sposobach produkcji i warunkach, w jakich się ona odbywa, zarówno w UE, jak i poza nią.

Naszym zdaniem nie należy ustalać odsetków wydatków przeznaczonych na przeprowadzenie w krajach trzecich działań informacyjnych i promujących dotyczących unijnych produktów rolnych.

**Poprawka 4**

Motyw 9

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(9) W celu zapewnienia należytego oddziaływania realizowanych działań informacyjnych i promocyjnych należy planować tego rodzaju działania w ramach programów informacyjnych i promocyjnych. Takie programy były dotychczas składane przez organizacje branżowe i międzybranżowe. Aby zwiększyć liczbę i podnieść jakość proponowanych działań, należy poszerzyć krąg beneficjentów o organizacje producentów. Co więcej, Komisja powinna mieć możliwość uzupełnienia tych programów poprzez realizację działań z własnej inicjatywy, przede wszystkim w celu przyczynienia się do otwarcia nowych rynków.	(9) W celu zapewnienia należytego oddziaływania realizowanych działań informacyjnych i promocyjnych należy planować tego rodzaju działania w ramach programów informacyjnych i promocyjnych. Takie programy były dotychczas składane przez organizacje branżowe i międzybranżowe. Aby zwiększyć liczbę i podnieść jakość proponowanych działań, należy poszerzyć krąg beneficjentów o organizacje producentów <u>i należące do nich MŚP, jeżeli przeprowadzane przez nie działania promocyjne są ukierunkowane na uznane systemy jakości</u> . Co więcej, Komisja powinna mieć możliwość uzupełnienia tych programów poprzez realizację działań z własnej inicjatywy, przede wszystkim w celu przyczynienia się do otwarcia nowych rynków.

**Uzasadnienie**

Odnosząc się do beneficjentów nie należy zapominać o MŚP, ponieważ stanowią one ok. 90 % przemysłu rolno-spożywczego Unii Europejskiej. Ponadto przedsiębiorstwa te mają silniejsze więzi z obszarami wiejskimi i regionami, dlatego to one powinny odnieść większe korzyści z tych środków.

**Poprawka 5**

Motyw 11

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(11) W celu zapewnienia skutecznego wdrożenia działań informacyjnych i promocyjnych należy powierzyć ich realizację należycie wybranym organom wdrażającym.	(11) W celu zapewnienia skutecznego wdrożenia działań informacyjnych i promocyjnych należy powierzyć ich realizację należycie wybranym organom wdrażającym, <u>dysponującym wykwalifikowanym i wyspecjalizowanym personelem, co gwarantowałoby, że wspomniana realizacja będzie skuteczna.</u>

**Uzasadnienie**

Ważne jest, by należycie wybrane organy wdrażające dysponowały wyspecjalizowanym personelem, który mógłby udzielić wsparcia technicznego niezbędnego dla programów promujących, podobnie jak miało to dotąd miejsce w przypadku państw członkowskich.

**Poprawka 6**

Motyw 14

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(14) Unia stawia sobie za cel uproszczenie ram prawnych WPR. Podejście to powinno zostać zastosowane także w odniesieniu do rozporządzenia w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych. Należy zwłaszcza dokonać przeglądu zasad zarządzania administracyjnego programami informacyjnymi i promocyjnymi w celu uproszczenia tych zasad oraz umożliwienia Komisji ustanowienia przepisów i procedur regulujących składanie i wybór propozycji programów.	(14) Unia stawia sobie za cel uproszczenie ram prawnych WPR. Podejście to powinno zostać zastosowane także w odniesieniu do rozporządzenia w sprawie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących produktów rolnych. Należy zwłaszcza dokonać przeglądu zasad zarządzania administracyjnego programami informacyjnymi i promocyjnymi w celu uproszczenia tych zasad oraz umożliwienia Komisji ustanowienia przepisów i procedur regulujących składanie i wybór propozycji programów, <u>ewentualnie z możliwością ustanowienia aktów wykonawczych pozwalających na udział państw członkowskich we współpracy z regionami.</u>

**Uzasadnienie**

Komisja musi określić normy i procedury dotyczące prezentacji wniosków w sprawie programu i ich selekcji wraz z państwami członkowskimi i regionami europejskimi, ponieważ to one wezmą pod uwagę bardziej specjalistyczne kryteria, w zależności od różnorodnych sytuacji i warunków na ich terenie. Uproszczenie procesu nie wymaga, naszym zdaniem, wyłączenia z niego państw członkowskich.

**Poprawka 7**

Motyw 16

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
(16) Należy ustalić kryteria finansowania działań. Zgodnie z ogólną zasadą Unia powinna pokrywać tylko część kosztów programów, tak aby uczynić odpowiedzialnymi zainteresowane organizacje inicjujące. Niektóre koszty administracyjne i personelu, niezwiązane z wdrażaniem WPR, stanowią integralną część działań informacyjnych i promocyjnych i będą mogły kwalifikować się do finansowania unijnego.	(16) Należy ustalić kryteria finansowania działań. Zgodnie z ogólną zasadą Unia powinna pokrywać tylko część kosztów programów, tak aby uczynić odpowiedzialnymi zainteresowane organizacje inicjujące. Niektóre koszty administracyjne i personelu, niezwiązane z wdrażaniem WPR, stanowią integralną część działań informacyjnych i promocyjnych i będą mogły kwalifikować się do finansowania unijnego. <u>Również państwa członkowskie mogłyby dobrowolnie współfinansować część kosztów programów.</u>



**Uzasadnienie**

Państwa członkowskie i regiony europejskie powinny mieć możliwość współfinansowania programów prostych, jako że niektóre kluczowe podmioty sektora nie zawsze dysponują wystarczającymi zasobami budżetowymi, by przeprowadzić tego rodzaju kampanie promocyjne. Ponadto obecne sformułowanie motywu może być korzystne przede wszystkim dla tych producentów europejskich, którzy przeznaczają na programy promocyjne największe zasoby finansowe.

**Poprawka 8**

## Artykuł 2

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
<p><b>Działania na rynku wewnętrznym</b></p> <p>Działaniami kwalifikującymi się na rynku wewnętrznym są:</p> <p>a) działania informacyjne mające na celu podkreślenie specyfiki metod unijnej produkcji rolnej, w szczególności w odniesieniu do bezpieczeństwa żywności, autentyczności, wartości odżywczych i zdrowotnych, dobrostanu zwierząt i poszanowania środowiska;</p> <p>b) działania informacyjne dotyczące tematów, o których mowa w art. 5 ust. 4.</p>	<p><b>Działania na rynku wewnętrznym i w państwach trzecich</b></p> <p>Działaniami kwalifikującymi się <del>na rynku wewnętrznym</del> są:</p> <p>a) działania informacyjne mające na celu podkreślenie specyfiki metod unijnej produkcji rolnej, w szczególności w odniesieniu do bezpieczeństwa żywności, autentyczności, <u>etykietowania</u>, wartości odżywczych i zdrowotnych, dobrostanu zwierząt i poszanowania środowiska;</p> <p>b) działania informacyjne dotyczące tematów, o których mowa w art. 5 ust. 4.</p>

**Uzasadnienie**

Nie należy rozróżniać między działaniami prowadzonymi na rynku wewnętrznym i zewnętrznym. Proponujemy połączenie artykułu 2 i 3.

**Poprawka 9**

## Artykuł 3

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
<p><b>Działania w państwach trzecich</b></p> <p>Działaniami kwalifikującymi się w państwach trzecich są:</p> <p>a) działania informacyjne mające na celu podkreślenie cech produktów rolnych i środków spożywczych oraz dotyczące tematów, o których mowa w art. 5 ust. 4;</p> <p>b) działania promocyjne mające na celu wzrost sprzedaży produktów rolnych i środków spożywczych pochodzących z UE.</p>	<p><del><b>Działania w państwach trzecich</b></del></p> <p><del>Działaniami kwalifikującymi się w państwach trzecich są:</del></p> <p><del>a) działania informacyjne mające na celu podkreślenie cech produktów rolnych i środków spożywczych oraz dotyczące tematów, o których mowa w art. 5 ust. 4;</del></p> <p><del>b) działania promocyjne mające na celu wzrost sprzedaży produktów rolnych i środków spożywczych pochodzących z UE.</del></p>

**Uzasadnienie**

Nie należy rozróżniać między działaniami prowadzonymi na rynku wewnętrznym i zewnętrznym. Proponujemy połączenie artykułu 2 i 3.

**Poprawka 10**

## Artykuł 5

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
<p>1. Następujące produkty mogą być przedmiotem działań informacyjnych i promocyjnych, o których mowa w art. 3 oraz ilustrować metody produkcji i tematy, o których mowa w art. 2 i art. 3 lit. a):</p> <p>a) produkty rolne wymienione w wykazie znajdującym się w załączniku I do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (zwanego dalej „Traktatem”) z wyjątkiem produktów rybołówstwa i akwakultury wymienionych w załączniku I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr [COM(2011)416] oraz tytoniu;</p> <p>b) artykuły spożywcze wytworzone w oparciu o produkty rolne wymienione w pkt I załącznika I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012;</p> <p>c) napoje spirytusowe o oznaczeniu geograficznym chronionym na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 110/2008.</p> <p>2. Wino może być przedmiotem działań informacyjnych i promocyjnych pod warunkiem, że inne produkty, o których mowa w ust. 1 lit. a) lub b), są także objęte danym programem.</p>	<p>1. Następujące produkty mogą być przedmiotem działań informacyjnych i promocyjnych, o których mowa w art. 3 oraz ilustrować metody produkcji i tematy, o których mowa w art. 2 i art. 3 lit. a):</p> <p>a) produkty rolne wymienione w wykazie znajdującym się w załączniku I do Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (zwanego dalej „Traktatem”) z wyjątkiem produktów rybołówstwa i akwakultury wymienionych w załączniku I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr [COM(2011) 416] oraz tytoniu;</p> <p>b) artykuły spożywcze wytworzone w oparciu o produkty rolne wymienione w pkt I załącznika I do rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1151/2012;</p> <p>c) napoje spirytusowe o oznaczeniu geograficznym chronionym na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 110/2008.</p> <p>d) <u>wino o chronionej nazwie pochodzenia lub chronionym oznaczeniu geograficznym na mocy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1308/2013 oraz wino pochodzące z rolnictwa ekologicznego może kwalifikować się do działań informacyjnych i promocyjnych.</u></p> <p><del>2. Wino może być przedmiotem działań informacyjnych i promocyjnych pod warunkiem, że inne produkty, o których mowa w ust. 1 lit. a) lub b), są także objęte danym programem.</del></p>

**Uzasadnienie**

Uważamy, że nie należy traktować sektora wina inaczej niż sektorów pozostałych produktów rolnych. Europejski sektor wina zdobył sobie uznanie i należy go chronić, ze względu na jego znaczenie na europejskim rynku wewnętrznym oraz renomę poza Unią Europejską.

**Poprawka 11**

## Artykuł 8

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
<p>1. Działania informacyjne i promocyjne przyczyniają się do wzmocnienia konkurencyjności rolnictwa europejskiego zarówno na rynku wewnętrznym, jak i w państwach trzecich. Cele, jakie należy osiągnąć, zostaną określone w programie prac, o którym mowa w ust. 2.</p>	<p>1. Działania informacyjne i promocyjne przyczyniają się do wzmocnienia konkurencyjności rolnictwa europejskiego zarówno na rynku wewnętrznym, jak i w państwach trzecich. Cele, jakie należy osiągnąć, zostaną określone w programie prac, o którym mowa w ust. 2.</p>



Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
<p>2. Komisja przyjmuje, w drodze aktu wykonawczego, program prac, w którym określone są zamierzone cele, priorytety, spodziewane wyniki, warunki wdrażania i całkowita kwota planu finansowania. Program prac zawiera też główne kryteria oceny, opis działań, które mają zostać sfinansowane, kwoty przeznaczone na każdy rodzaj działania, orientacyjny harmonogram realizacji oraz w przypadku dotacji maksymalną wysokość współfinansowania.</p> <p>Akt wykonawczy, o którym mowa w akapicie pierwszym, przyjmuje się zgodnie z procedurą doradczą, o której mowa w art. 24 ust. 3.</p> <p>3. W celu wdrożenia programu prac, o którym mowa w ust. 1, Komisja publikuje:</p> <p>a) w przypadku programów prostych, zaproszenie do składania wniosków zawierające w szczególności warunki uczestnictwa i główne kryteria oceny.</p> <p>b) w przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw zaproszenie do składania wniosków zgodnie z tytułem VI części I rozporządzenia (UE, Euratom) nr<sup>o</sup>966/2012.</p>	<p>2. Komisja przyjmuje, w drodze aktu wykonawczego, program prac, w którym określone są zamierzone cele, priorytety, spodziewane wyniki, warunki wdrażania i całkowita kwota planu finansowania. Program prac zawiera też główne kryteria oceny, opis działań, które mają zostać sfinansowane, kwoty przeznaczone na każdy rodzaj działania, orientacyjny harmonogram realizacji oraz w przypadku dotacji maksymalną wysokość współfinansowania.</p> <p><u>Opracowując program, Komisja uwzględni niekorzystne warunki naturalne specyficzne dla regionów górskich, wspiarskich i najbardziej oddalonych.</u></p> <p>Akt wykonawczy, o którym mowa w akapicie pierwszym, przyjmuje się zgodnie z procedurą <u>sprawdzającą doradczą</u>, o której mowa w art. 24 ust. <u>23</u>.</p> <p>3. W celu wdrożenia programu prac, o którym mowa w ust. 1, Komisja publikuje:</p> <p>a) w przypadku programów prostych, <u>dwa zaproszenia</u> <del>zaproszenie</del> do składania wniosków zawierające w szczególności warunki uczestnictwa i główne kryteria oceny.</p> <p>b) w przypadku programów, w których uczestniczy wiele państw, <u>dwa zaproszenia</u> <del>zaproszenie</del> do składania wniosków zgodnie z tytułem VI części I rozporządzenia (UE, Euratom) nr<sup>o</sup>966/2012.</p> <p><u>Zaproszenia do składania wniosków, o których mowa w lit. a) i b), uwzględniają niekorzystne warunki naturalne specyficzne dla regionów górskich, wspiarskich i najbardziej oddalonych.</u></p>

### Uzasadnienie

Komisja przyznaje sobie zbyt dużo uprawnień w procedurze decyzyjnej w związku z programem prac. W obecnym rozporządzeniu dopuszcza się dwa zaproszenia do składania wniosków, dzięki czemu wnioskodawca nie musi czekać zbyt długo z ponownym zgłoszeniem.

### Poprawka 12

#### Artykuł 12

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
<p>1. Komisja dokonuje oceny i wyboru propozycji programów prostych przedstawionych w związku z zaproszeniem do składania wniosków, o którym mowa w art. 8 ust. 3 lit. a).</p> <p>2. Komisja, w drodze aktów wykonawczych, podejmuje decyzje dotyczące wybranych programów prostych, ewentualnych zmian, jakie należy w nich wprowadzić, oraz odpowiadających im budżetów. Te akty wykonawcze są przyjmowane zgodnie z procedurą sprawdzającą, o której mowa w art. 24 ust. 2.</p>	<p>1. Komisja dokonuje oceny i wyboru propozycji programów prostych przedstawionych w związku z zaproszeniem do składania wniosków, o którym mowa w art. 8 ust. 3 lit. a).</p> <p>2. <u>Komisja przyjmuje akty wykonawcze umożliwiające państwom członkowskim i regionom europejskim udział w ocenie propozycji programów prostych i ich selekcji.</u></p>

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
	3. Komisja, w drodze aktów wykonawczych, podejmuje decyzje dotyczące wybranych programów prostych, ewentualnych zmian, jakie należy w nich wprowadzić, oraz odpowiadających im budżetów. Te akty wykonawcze są przyjmowane zgodnie z procedurą sprawdzającą, o której mowa w art. 24 ust. 2.

### Uzasadnienie

Nie można zaakceptować wyłączenia państw członkowskich z oceny i selekcji programów prostych. Władze krajowe powinny brać aktywny udział w selekcji, ponieważ zgodnie z art. 14 to one zajmą się jej realizacją, monitorowaniem i kontrolą.

### Poprawka 13

#### Artykuł 13

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
Aby zapewnić skuteczną realizację działań, po przeprowadzeniu odpowiedniej procedury konkursowej organizacja inicjująca dokonuje wyboru organów, które realizują wybrane programy proste.	Aby zapewnić skuteczną realizację działań, po przeprowadzeniu odpowiedniej procedury konkursowej organizacja inicjująca dokonuje wyboru <u>wyspecjalizowanych</u> organów, które realizują wybrane programy proste.  <u>Regionalne agencje promocji lub usług promocyjnych w regionach będą mogły uwzględnić zbiorowe działania krajowe, związane z regionami i informowaniem nt. pochodzenia.</u>

### Uzasadnienie

Należy położyć szczególny nacisk na udział państw członkowskich i na współpracę regionów w ramach działań informacyjnych i promocyjnych. Dlatego proponuje się dodać wzmiankę o agencjach i usługach związanych z promocją w regionach. Celem tych agencji jest skuteczne i dobrze zorganizowane finansowanie programów i ich realizacja, a nie finansowanie agencji poprzez wspomniane fundusze.

### Poprawka 14

#### Art. 15 ust. 1

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
1. Udział Unii w finansowaniu programów prostych nie przekracza 50 % kwoty wydatków kwalifikowalnych. Pozostałą część wydatków ponoszą wyłącznie organizacje inicjujące.	1. Udział Unii w finansowaniu programów prostych nie przekracza 50 % kwoty wydatków kwalifikowalnych. <u>Udział Unii w finansowaniu programów wzrasta do 75 % w wypadku programów prowadzonych przez najbardziej oddalone regiony UE.</u>  <u>Państwa członkowskie i regiony europejskie mogą również dobrowolnie pokryć część kosztów programów do 20 %.</u> Pozostałą część wydatków ponoszą <del>wyłącznie</del> organizacje inicjujące.

**Uzasadnienie**

Uważamy, że nie należy eliminować możliwości współfinansowania przez państwa członkowskie programów prostych, jako że niektóre kluczowe podmioty sektora nie zawsze dysponują zasobami budżetowymi niezbędnymi do przeprowadzenia tego rodzaju kampanii promocyjnych, które mogą być dużym obciążeniem dla przedsiębiorstw. Szkodziłoby to MŚP i mogłoby doprowadzić do sytuacji, w której w programach uczestniczyłyby jedynie duże firmy. Ponadto mogłoby to doprowadzić do zmniejszenia udziału w programach, co byłoby efektem odwrotnym od zamierzonego. Za odpowiedni odsetek uznano 20 %, jako że umożliwia on zniwelowanie różnic w wydatkach na promocję ponoszonych przez państwa członkowskie i inne podmioty.

**Poprawka 15**

Art. 23 ust. 2

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
2. Uprawnienia do przyjmowania aktów delegowanych, o których mowa w niniejszym rozporządzeniu, powierza się Komisji na czas nieokreślony od daty wejścia w życie niniejszego rozporządzenia.	2. Uprawnienia do przyjmowania aktów delegowanych, o których mowa w niniejszym rozporządzeniu, powierza się Komisji <del>na czas nieokreślony</del> od daty wejścia w życie niniejszego rozporządzenia.

**Uzasadnienie**

Naszym zdaniem nie należy powierzać Komisji uprawnień przyjmowania aktów delegowanych na czas nieokreślony, dlatego należy skreślić ten fragment z ust. 2.

**Poprawka 16**

Artykuł 27

Tekst zaproponowany przez Komisję	Poprawka KR-u
Do dnia 31 grudnia [2020 r.] Komisja przedstawia Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania niniejszego rozporządzenia, w stosownym przypadku wraz z odpowiednimi wnioskami.	Do dnia 31 grudnia [2020 r.] Komisja przedstawia Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie ze stosowania niniejszego rozporządzenia, w stosownym przypadku wraz z odpowiednimi wnioskami. <u>Ponadto do 31 grudnia 2017 r. przedstawi sprawozdanie śródkresowe.</u>

**Uzasadnienie**

Komisja powinna przedstawić Parlamentowi Europejskiemu i Radzie sprawozdanie śródkresowe ze stosowania omawianego rozporządzenia i stanu jego realizacji, by w przypadku, gdyby należało dokonać ulepszeń lub dostosowań, wciąż pozostał czas na realizację celów wyznaczonych na koniec 2020 r.

Bruksela, 2 kwietnia 2014 r.

Przewodniczący  
Komitetu Regionów  
Ramón Luis VALCÁRCEL SISO