

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Departementet/NaturErhvervstyrelsen

Den 13. september 2013

FVM 186

GRUNDNOTAT TIL FOLKETINGETS EUROPAUDVALG

om behandling af forslag fremsat i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 3/2008 om oplysningskampagner og salgsfremstød for landbrugsprodukter på det indre marked og i tredjelande (komitésag)

Resumé

Danmark har hidtil haft en tilbageholdende holdning til EU's salgsfremmeordning. Det er blandt andet kommet til udtryk igennem en meget restriktiv afstemningspraksis, når ansøgninger om støtte til salgsfremmetiltag behandles på komiténiveau. I de seneste år har tendensen imidlertid gået i retning af, at de forskellige salgsfremmetiltag i højere grad end tidligere har haft fokus på danske prioriteter som fødevarekvalitet, økologi, dyrevelfærd, fødevarerikthed, fremme af sund ernæring, samt støtte til at vinde indpas på nye vækstmarkeder (herunder BRIK-landene). På den baggrund synes der at være basis for en lempelse af den hidtidige danske tilgang.

KOM-dokument foreligger ikke

Baggrund

Kommissionen fremsætter to gange om året forslag om godkendelse af ansøgninger om støtte til salgsfremmetiltag.

Forslag fremsættes med hjemmel i artikel 8 i Rådets forordning (EF) nr. 3/2008.

Forslaget behandles i en undersøgelsesprocedure i komitéen for fælles markedsordninger. Afgiver komitéen en positiv udtalelse med kvalificeret flertal, vedtager Kommissionen forslaget. Afgiver komitéen en negativ udtalelse med kvalificeret flertal, vedtager Kommissionen ikke forslaget, idet Kommissionen inden for to måneder kan forelægge komitéen et ændret forslag eller indenfor en måned kan forelægge forslaget for appeludvalget. Afgives der ikke nogen udtalelse med kvalificeret flertal, kan Kommissionen vedtage forslaget/indenfor to måneder forelægge komitéen et ændret forslag eller indenfor en måned forelægge forslaget for appeludvalget.

Danmark har generelt afgivet negativ udtalelse om de fremlagte forslag om EU-medfinansiering til salgsfremmeprogrammer – også når der har været tale om danske programansøgninger.

Danmark kan i særlige tilfælde afstå fra at stemme. Det gælder eksempelvis, når de fremlagte programmer har haft fokus på emner, som understøtter danske prioriteter som økologi, dyrevelfærd, miljøhensyn, sund ernæring, fødevarerikthed og -kvalitet.

En lempelse af den hidtidige danske tilgang vil indebære, at der bliver bedre mulighed for målrettet at støtte eksport af varer med de særlige egenskaber, der efterspørges på eksportmarkederne – det inkluderer økologi, dyrevelfærd, ernæringshensyn og fødevarerikkerhed. Samtidig vil en sådan lempelse sikre, at danske varer konkurrerer på lige fod med andre medlemsstaters varer. Det skal endvidere nævnes, at eksportrestitutionerne i øjeblikket er nulstillet.

Nærhedsprincippet

De forslag, der fremsættes i henhold EU's salgsfremmeordning, er en del af den fælles landbrugspolitik, hvorfor nærhedsprincippet er tilgodeset.

Formål og indhold

Salgsfremmeordningen giver virksomheder og erhvervsorganisationer mulighed for at søge om EU-tilskud til oplysningskampagner og salgsfremstød for landbrugsprodukter. Kampagnerne kan både gennemføres på det indre marked eller i tredjelande. Initiativet og gennemførelsen af programmerne varetages af de udførende organisationer.

Medlemsstaterne foretager en indledende screening af virksomhedernes ansøgninger. Det er Kommissionen, der foretager den endelige godkendelse af ansøgningerne efter at have fået komitéens udtalelse.

EU-tilskuddet udgør 50 % af de samlede omkostninger til kampagnen. Den ansvarlige virksomhed betaler selv mindst 20 %. Den resterende andel finansieres af medlemsstaten. I Danmark kommer den nationale medfinansiering i reglen fra produktionsafgiftsfondene. Den samlede årlige EU-finansiering udgør ca. 50 mio. € om året. Hertil kommer national medfinansiering og virksomhedernes egenfinansiering.

Der ydes støtte til en række forskellige typer markedsføringstiltag, blandt andet følgende:

- PR-virksomhed, salgsfremstød og reklame, særligt for at fremhæve EU-produkters fortrin med hensyn til kvalitet, fødevarerikkerhed, særlige produktionsmetoder, næringsværdi, hygiejne, mærkning, dyrevelfærd og miljøhensyn.
- Oplysningskampagner især for beskyttede oprindelsesbetegnelser, geografiske betegnelser, traditionel specialitet og økologisk produktion samt andre EU kvalitetsordninger,
- Deltagelse i internationale arrangementer, messer og udstillinger, der kan fremme EU-produkternes image over for både europæiske forbrugere og forbrugerne i tredjelande.

Tendensen i programansøgningerne synes at gå i retning af, at programmerne i højere grad fokuserer på oplysnings- og salgsfremmekampagner, der omfatter elementer som blandt andet fødevarerikkerhed, fødevarerikkerhed, økologi, sundere ernæring, bæredygtig produktion og dyrevelfærd.

I øvrigt skal det bemærkes, at EU's salgsfremmeordning i WTO-regi er klassificeret som grøn boks. Det vil sige en ikke handelsforvridende støtte.

Endelig skal det nævnes, at danske virksomheder pt. får støtte til et salgsfremstød for svinekød på det kinesiske marked, et salgsfremstød for mejerivarer i samarbejde med blandt andet Frankrig, Nederlandene og Belgien, og endelig gives der støtte til Gartnerernes Afsætningsudvalgs kampagne for frugt og grønt. De udgiver blandt andet bladet "Sæson", der indeholder opskrifter og lignende.

Udtalelser

Europa-Parlamentet skal ikke udtale sig.

Konsekvenser

En ændring af afstemningspraksis i komitéen skønnes ikke at have umiddelbare statsfinansielle, samfundsøkonomiske, erhvervsmæssige eller administrative konsekvenser.

Høring

Sagen har været i høring i § 2-udvalget (landbrug).

Landbrug & Fødevarer er meget tilfreds med den foreslåede lempelse af dansk praksis på promotion-området. Landbrug & Fødevarer har i flere omgange fremhævet følgende holdninger samt argumenter for en lempelse:

Landbrug & Fødevarer er stærkt bekymret for, at den hidtidige danske holdning til promotion-ansøgninger ikke gavner Danmarks arbejde med henblik på at få indflydelse på ordningens fremtidige udformning for at sikre, at særlige danske ønsker og prioriteter i et vist omfang tilgodeses.

På trods af den danske regerings holdning til EU's promotion-ordning, har Danmark haft glæde af ordningen, især fordi den danske landbrugsproduktion er så stærkt eksportorienteret. Af samme grund undrer det Landbrug og Fødevarer meget, at man fra officiel dansk side ikke har støttet disse initiativer.

Landbrug & Fødevarer bemærker, at argumenterne for etablering af promotion-ordning uden for EU var, at der skulle ske en udfasning af eksportrestitutionerne, og at man fra Kommissionens og erhvervenes side ønskede at få en facilitet til rådighed som dels var WTO-medholdig og dels kunne matche de instrumenter, som konkurrenter i blandt andet USA og Canada har til rådighed. Således betragtes EU's promotion-ordning ikke som eksportstøtte, og den type aktiviteter der gives EU-støtte til (typisk 50 % medfinansiering) omfatter ikke varemærker men derimod typisk informationer om EU's produktionsmetoder, dyrevelfærd, sundhed, fødevarer sikkerhed, kvalitet med videre, som skal understøtte de europæiske landmænd, virksomheder og organisationer i deres bestræbelser på at få afsat europæiske varer.

Endelig påpeger Landbrug & Fødevarer, at fortolkningen af disse aktiviteter i WTO-sammenhæng er defineret som ikke-handelsforvridende støtte, og derfor ikke skal sidestilles med for eksempel eksportrestitutioner, hvor støtten gives som et kontant tilskud per kilo vare, der eksporteres. Det er således ikke en gængs fortolkning at betragte promotion på lige fod med for eksempel eksportrestitutioner.

Dansk Industri mener ligeledes, at der er god grund til at ændre den hidtidige danske tilgang til EU's salgsfremmeordning og den restriktive afstemningspraksis. Danmark bør aktivt arbejde for at få del i EU's midler til salgsfremmeinitiativer. Ikke mindst med baggrund i Regeringens målsætning om en markant forøgelse af dansk eksport og anbefalingen fra Vækstteam Fødevarer.

Dansk Industri ser gerne, at der snart kommer et lovinitiativ fra Kommissionen til revision af ordningen, således at det ikke kun er producentsammenslutninger, der kan søge om tilskud, og således at forarbejdede fødevarer i højere grad kan få støtte under ordningen. Kommissionen har selv lagt op til disse justeringer i sin meddelelse i 2011, og Dansk Industri vil opfordre den danske regering til at presse på for, at Kommissionen snarest kommer med får et lovinitiativ på området.

Regeringens foreløbige generelle holdning

Det vurderes hensigtsmæssigt, at Danmark ændrer praksis for arbejdet i komitéen og mere aktivt udnytter de muligheder, der ligger i salgsfremmeordningen.

Det forventes, at Kommissionen i den sidste halvdel af 2013 fremsætter forslag om en revideret salgsfremmeordning. Indtil en ny forordning er vedtaget og trådt i kraft, bør Danmark som udgangspunkt kunne stemme for de fremlagte programansøgninger, såfremt det vurderes, at disse i vidt omfang indeholder elementer, der understøtter danske prioriteter som oplysning om fremme af sundere ernæring, EU's standarder for fødevarer-kvalitet, fødevarer-sikkerhed, økologi, bæredygtig produktion samt dyrevelfærd eller fokus på vækstmarkeder som BRIK-lande.

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri vil fremover én gang årligt ved begyndelsen af de næstfølgende kalenderår orientere Folketingets Europaudvalg om, hvilke salgsfremmeforanstaltninger, der er blevet behandlet i komitéen for de fælles markedsordninger. Endvidere skal det oplyses, hvorledes Danmark har udtalt sig om de forskellige forslag.

Generelle forventninger til andre landes holdninger

Generelt er der bred opbakning til salgsfremmeordningen blandt de andre medlemsstater.

Tidligere forelæggelse for Folketingets Europaudvalg

Sagen har ikke tidligere været forelagt Folketingets Europaudvalg.