

Information från kommittémöte för säljfrämjande åtgärder den 29 oktober 2018

Från Sverige deltog Susanna Axelsson, Jordbruksverket.

1. Röstning om årligt arbetsprogram för 2019

Vid mötet röstade kommittén igenom kommissionens förslag till nytt arbetsprogram för 2019. Programmet är planerat att publiceras i november. Möjligheten att ansöka om stöd kommer därefter att utlysas någon gång i januari. Nedan ges en sammanfattning av innehåll och prioriteringar i programmet.

Budgeten för 2019 års program uppgår till 201,1 miljoner euro. Det kan jämföras med 111 miljoner euro under 2016, 132 miljoner euro under 2017 och 188,6 miljoner euro under 2018. I programmet avsätts 100 miljoner euro för enkla program (d.v.s. där stödsökanden kommer från ett medlemsland), 75 miljoner euro för multiprogram (d.v.s. där ansökan lämnas gemensamt av organisationer från minst två medlemsländer eller av unionsorganisationer) och 9,5 miljoner euro för kommissionens egna aktiviteter.

Nytt i 2019 års program är att:

- Medel har reserverats för bordsoliver p.g.a. de problem sektorn har haft vid export till USA,
- Medel har reserverats för hållbart producerat ris,
- Medel har reserverats för nötkött då denna produkt mötts av lägre efterfrågan i tredje land.

Av totalt 100 miljoner euro för de enkla programmen reserveras 20 miljoner euro till åtgärder på den inre marknaden, varav:

- 60 procent till kvalitetsordningarna,
- 40 procent till åtgärder som lyfter fram EU:s specifika produktionsmetoder.

75 miljoner euro för de enkla programmen används till åtgärder i tredje land, varav:

- Ca 34 procent till den asiatiska marknaden (Kina, Japan, Sydkorea, Taiwan, Sydostasien och indiska subkontinenten),
- Ca 29 procent till marknader på den amerikanska kontinenten (Kanada, USA, Mexiko och Colombia),

- Ca 34 procent till övriga geografiska områden.
- Ca 3 procent till program avseende bordsoliver.

I budgeten för de enkla programmen har även 5 miljoner euro reserverats till åtgärder vid störningar på marknaden.

Av totalt 91,6 miljoner euro för multiprogrammen reserveras 43,3 miljoner euro till åtgärder på den inre marknaden, varav

- Ca 75 procent till åtgärder som lyfter fram EU:s specifika produktionsmetoder samt kvalitetsordningarna,
- Ca 18 procent till åtgärder som främjar goda kostvanor och för att öka konsumtionen av frukt och grönsaker,
- Ca 8 procent till åtgärder avseende hållbart producerat ris.

43,3 miljoner euro för multiprogrammen används till åtgärder i tredje land, varav

- Ca 88 procent till åtgärder som lyfter fram EU:s specifika produktionsmetoder samt kvalitetsordningarna,
- Ca 12 procent till åtgärder avseende nötkött.

I budgeten för multiprogrammen har även 5 miljoner euro reserverats till åtgärder vid störningar på marknaden.

2. Övriga frågor

2.1 Genomförda och planerade högnivåmöten, kommunikationsåtgärder etc.

Kommissionen betonade vikten av återkommande besök för att åstadkomma en löpande utveckling. Syftet med kommunikationskampanjerna är att skapa en positiv kännedom och kunskap om EU programmen, främja export, distribution, marknadsföring, inköp och konsumtion, samt öka kännedomen om frihandelsavtal. Det huvudsakliga budskapet är EU:s livsmedelsprodukters säkerhet och kvalitet.

Det kommer att genomföras ett högnivåbesök i Shanghai på China International Import Expo den 5 – 10 november 2018. Kommunikationsåtgärderna i Kina kommer därefter att fortsätta under 2019 – 2020 med fokus på bl.a. Shanghai och Peking.

Ytterligare ett högnivåbesök kommer att äga rum i Dubai den 17 – 21 februari 2019 under Gulfood, världens största mat och dryckesmässa. Kommissionen kommer att bedriva en kommunikationskampanj i mellanöstern som ska pågå under ett år, där fokus främst kommer att ligga i Förenade Arabemiraten och Saudiarabien, men även delvis i övriga mellanöstern.

Det kommer även att genomföras ett högnivåbesök i Tokyo den 5 – 8 mars på mat- och dryckesmässan Foodex Japan 2019. En kommunikationskampanj kommer att genomföras i Japan under 2019 – 2020 med fokus på Stortokyo och Osaka.

Den tidigare kampanjen i Kanada kommer att följas upp med en ny kommunikationskampanj, vilken ska påbörjas i början av 2019 och därefter löpa under tre år. Insatserna kommer att riktas mot Toronto, Vancouver och Montreal.

Ett SPS-seminarium kommer att äga rum i Iran 19 – 20 november 2018. Seminariet kommer att beröra livsmedelsstandarder, SPS, ekologisk mat och kvalitetsordningarna (GI). Ytterligare SPS-seminarier kommer att anordnas i mellanöstern, Mexiko, Colombia och Indien.

Kommissionen ombads förtydliga hur de produkter som visas upp väljs ut. Kommissionen berättade att man inför ett besök skickar ut ett frågeformulär till ländernas representant i det aktuella landet för att få information om vilka produkter länderna vill visa upp. Det kom även frågor om uppföljning och utvärdering av kommissionens insatser. Kommissionen meddelade att en generell utvärdering som även kommer att inkludera kommissionens egna åtgärder kommer att genomföras nästa år.

2.2 Uppdatering om information rörande säljfrämjande åtgärder

I syfte att informera om programmet och hjälpa sökanden att hitta samarbetspartners anordnade kommissionen ett informationssammanträde och ett match-making event under den internationella matmässan SIAL i Paris i slutet av oktober 2018. En liknande informationsdag kombinerad med ett match-making event kommer att äga rum i Charlemagnebyggnaden på 170 rue de la Loi i Bryssel den 7 februari 2019.