



## «Απολαύστε το, είναι ευρωπαϊκό»: πάνω από 100 εκατ. ευρώ για την προώθηση της ευρωπαϊκής γεωργίας το 2016

Βρυξέλλες, 13 Οκτωβρίου 2015

**Το 2016 οι Ευρωπαίοι παραγωγοί θα ωφεληθούν από προγράμματα ύψους 111 εκατ. ευρώ που στοχεύουν στο άνοιγμα νέων αγορών και στην προώθηση της κατανάλωσης, τόσο εκτός όσο και εντός της ΕΕ. Η προώθηση είναι σημαντικό μέρος των μέτρων που προτείνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τη στήριξη των αγροτών.**

«Απολαύστε το, είναι ευρωπαϊκό»: η νέα πολιτική προώθησης που ενέκρινε σήμερα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα βοηθήσει τους επαγγελματίες του γεωργικού τομέα να εισέλθουν στις διεθνείς αγορές ή να ισχυροποιήσουν την παρουσία τους σ' αυτές, και θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση των Ευρωπαίων καταναλωτών όσον αφορά τις προσπάθειες που καταβάλλουν οι Ευρωπαίοι αγρότες. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, η Επιτροπή θα διαθέσει περισσότερα κονδύλια, θα αυξήσει το ποσοστό συγχρηματοδότησης και θα μειώσει τη γραφειοκρατία κατά την έγκριση των σχετικών έργων. Τα μέτρα αυτά εντάσσονται σε μια πρωτοβουλία για σταδιακή αύξηση του προϋπολογισμού της ΕΕ που διατίθεται για την προώθηση, από 61 εκατ. ευρώ το 2013 (όταν προτάθηκαν οι νέοι κανόνες) σε 200 εκατ. ευρώ το 2019.

Σύμφωνα με τους νέους κανόνες, τα ποσοστά συγχρηματοδότησης της ΕΕ θα αυξηθούν από 50% σε 70-80% (σε 85% για την Ελλάδα και την Κύπρο). Ταυτόχρονα, η εθνική συγχρηματοδότηση καταργείται και δημιουργούνται, με τον τρόπο αυτό, ισότιμοι όροι ανταγωνισμού μεταξύ των κρατών μελών. Η γραφειοκρατία θα μειωθεί αισθητά κατά τη διαδικασία επιλογής των έργων, με αποτέλεσμα να διευκολυνθεί η υποβολή σχετικών αιτήσεων.

Το πρόγραμμα του 2016 στοχεύει σε επιλεγμένες τρίτες χώρες (ο πλήρης κατάλογος διατίθεται στο παράρτημα) με το υψηλότερο αναπτυξιακό δυναμικό, κυρίως στους τομείς που αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα δυσχερείς συνθήκες στην αγορά, όπως τα γαλακτοκομικά προϊόντα και το χοιρινό κρέας. Από το συνολικό ποσό, 30 εκατ. ευρώ προορίζονται ειδικά για τη δέσμη μέτρων στήριξης που ανακοίνωσε ο επίτροπος Χόγκαν στις αρχές Σεπτεμβρίου με στόχο την ενίσχυση των μέτρων προώθησης σε αυτούς τους δύο τομείς.

Ο επίτροπος Γεωργίας και Αγροτικής Ανάπτυξης Φιλ Χόγκαν δήλωσε σήμερα: «Η ευρωπαϊκή παραγωγή γεωργικών ειδών διατροφής είναι ασυναγώνιστη στην παγκόσμια αγορά. Η εξαγωγική αγορά της ΕΕ, ύψους 110 δισ. ευρώ, δημιουργεί θέσεις εργασίας και ανάπτυξη στις αγροτικές περιοχές όλης της Ευρώπης. Προκειμένου να συνεχιστεί η θετική πορεία των εξαγωγών, είμαι στην ευχάριστη θέση να σας παρουσιάσω αυτό το νέο καθεστώς προώθησης, που περιλαμβάνει μόχλευση ύψους 111 εκατ. ευρώ, περισσότερες ευκαιρίες για τη διοχέτευση των γεωργικών ειδών διατροφής της ΕΕ σε νέες αγορές, καθώς και την ισχυροποίηση της παρουσίας μας στις αγορές που ήδη υπάρχουν. Ανακοινώνω με ιδιαίτερη ικανοποίηση τη διάθεση 30 εκατ. ευρώ για τους προβληματικούς τομείς του γάλακτος και του χοιρινού κρέατος, στο πλαίσιο της δέσμης μέτρων ύψους 500 εκατ. ευρώ για τις γεωργικές αγορές που ανακοινώθηκε πρόσφατα. Προσβλέπω στη διεξαγωγή μιας «διπλωματικής επίθεσης» κατά τους επόμενους μήνες, με αποτέλεσμα οι εμπορικές αποστολές να δημιουργήσουν περαιτέρω ευκαιρίες για τους παραγωγούς της ΕΕ σε όλο τον κόσμο.»

### Ιστορικό:

Τα κυριότερα στοιχεία των νέων κανόνων για την προώθηση είναι:

- Σημαντική αύξηση της βοήθειας που διατίθεται για εκστρατείες ενημέρωσης και προώθησης: οι ευρωπαϊκές ενισχύσεις πρέπει να αυξηθούν σταδιακά από 61 εκατ. ευρώ στον προϋπολογισμό του 2013 σε 200 εκατ. ευρώ το 2019 (111 εκατ. ευρώ το 2016).
- Σημαντικά υψηλότερα ποσοστά συγχρηματοδότησης της ΕΕ σε σύγκριση με το ισχύον καθεστώς (ποσοστό συγχρηματοδότησης της ΕΕ 70% για τα απλά προγράμματα που υποβάλλονται από οργάνωση ενός κράτους μέλους, 80% για τα πολυπρογράμματα και τα προγράμματα που αφορούν τρίτες χώρες, 85% για τα προγράμματα αντιμετώπισης της κρίσης και 75-85% για τις χώρες που λαμβάνουν χρηματοδοτική συνδρομή, όπως η Κύπρος και η Ελλάδα), ενώ η εθνική συγχρηματοδότηση καταργείται ώστε να δημιουργηθούν ισότιμοι όροι ανταγωνισμού.

- Θέσπιση μιας ευρωπαϊκής στρατηγικής προώθησης, που θα συμβάλει στη μεγαλύτερη στόχευση των σχετικών μέτρων. Η στρατηγική αυτή θα έχει ως αποτέλεσμα:
- την αύξηση του αριθμού των προγραμμάτων που προορίζονται για τρίτες χώρες και των πολυκρατικών προγραμμάτων (προγράμματα που καταρτίζονται από οργανώσεις διαφόρων κρατών μελών), μέσω ενός υψηλότερου ποσοστού συγχρηματοδότησης για αυτές τις δύο κατηγορίες στην εσωτερική αγορά, την κάλυψη του κενού ενημέρωσης των καταναλωτών σχετικά με τα πλεονεκτήματα των ευρωπαϊκών γεωργικών προϊόντων, εν γένει, και, ειδικότερα, των προϊόντων που είναι αναγνωρισμένα από τα ευρωπαϊκά συστήματα ποιότητας.
- Διεύρυνση του πεδίου εφαρμογής των μέτρων με τα εξής: επέκταση των επιλέξιμων δικαιούχων, ώστε να συμπεριληφθούν οργανώσεις παραγωγών· επέκταση των επιλέξιμων προϊόντων, ώστε να συμπεριληφθούν κυρίως, τα μεταποιημένα γεωργικά είδη διατροφής, όπως π.χ. το ψωμί, τα ζυμαρικά ή η σοκολάτα· δυνατότητα προσδιορισμού, εντός ορισμένων ορίων, της προέλευσης των προϊόντων και των εμπορικών σημάτων τους.
- Απλούστευση των διοικητικών διαδικασιών, με την αξιολόγηση και την επιλογή των προγραμμάτων να γίνεται σε ένα μόνο στάδιο στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αντί των δύο σταδίων που ισχύουν σήμερα (πρώτα στο κράτος μέλος και μετά στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή).
- Ευκολότερη διαχείριση των πολυκρατικών προγραμμάτων που καταρτίζουν από κοινού οι οργανώσεις διαφόρων κρατών μελών χάρη σε μια υπηρεσία ενιαίας εξυπηρέτησης στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή (τον εκτελεστικό οργανισμό CHAFEA).

Προκειμένου να τεθεί πλήρως σε εφαρμογή αυτή η βασική πράξη η Επιτροπή εξέδωσε κατ' εξουσιοδότηση και εκτελεστικούς κανονισμούς.

Οι σχετικές νομικές πράξεις δημοσιεύονται σήμερα στην [Επίσημη Εφημερίδα](#).

Βασικό στοιχείο της νέας πολιτικής για την προώθηση είναι η κατάρτιση ενός ετήσιου προγράμματος εργασίας (εκτελεστική απόφαση της Επιτροπής), το οποίο θα καθορίζει τις στρατηγικές προτεραιότητες για τα μέτρα προώθησης όσον αφορά τα στοχευόμενα προϊόντα, συστήματα και αγορές, και τα αντίστοιχα διαθέσιμα κονδύλια. Στόχος είναι να υπάρχει μια δυναμική και δραστική πολιτική, που θα προσαρμόζεται κάθε χρόνο στις νέες ευκαιρίες της αγοράς και τις ανάγκες του τομέα.

Περισσότερες πληροφορίες για την πολιτική προώθησης γεωργικών προϊόντων θα βρείτε [εδώ](#).

## Παράρτημα

Κατανομή του προϋπολογισμού ανά προτεραιότητα για τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα στο πλαίσιο του ετήσιου προγράμματος εργασίας για το 2016

	Προβλεπόμενο ποσό
<b>Απλά προγράμματα - Εσωτερική Αγορά</b>	<b>26 εκατ. ευρώ</b>
Δράση 1 *- Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης με στόχο την αύξηση της ευαισθητοποίησης και της αναγνώρισης ως προς τα συστήματα ποιότητας της Ένωσης όπως ορίζονται στο άρθρο 5, παράγραφος 4 στοιχεία α, β και γ του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1144/2014	10 εκατ. ευρώ
Δράση 2 *- Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης με στόχο να τονιστούν οι ιδιαιτερότητες των μεθόδων γεωργικής παραγωγής στην Ένωση και τα χαρακτηριστικά των ευρωπαϊκών γεωργικών προϊόντων και ειδών διατροφής	7 εκατ. ευρώ
Δράση 3- Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης για το γάλα/τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα προϊόντα με βάση το χοιρινό κρέας ή και για τα δύο είδη προϊόντων	9 εκατ. ευρώ
<b>Απλά προγράμματα - σε τρίτες χώρες</b>	<b>68 εκατ. ευρώ</b>
Δράση 4 *- Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης που στοχεύουν στην Κίνα, την Ιαπωνία, τη Νότια Κορέα και το τελωνειακό έδαφος της Ταϊβάν	12 εκατ. ευρώ
Δράση 5 * - Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης που στοχεύουν στις ΗΠΑ και/ή τον Καναδά	12 εκατ. ευρώ
Δράση 6 * - Κεντρική και Νότια Αμερική και Καραϊβική	7 εκατ. ευρώ
Δράση 7 * - Νοτιοανατολική Ασία, δηλαδή Μπρουνέι, Καμπότζη, Ινδονησία, Λάος, Μαλαισία, Μιανμάρ, Φιλιππίνες, Σιγκαπούρη, Ταϊλάνδη, Ανατολικό Τιμόρ, Βιετνάμ	7 εκατ. ευρώ
Δράση 8 * - Αφρική και Μέση Ανατολή	4,5 εκατ. ευρώ

Δράση 9 * - άλλες γεωγραφικές περιοχές	4,5 εκατ. ευρώ
Δράση 10 - Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης για το γάλα/τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα προϊόντα με βάση το χοιρινό κρέας ή και για τα δύο είδη προϊόντων	21 εκατ. ευρώ
<b>Πολυπρογράμματα</b>	<b>14 εκατ. ευρώ</b>
<b>Απλά προγράμματα - σε περίπτωση σοβαρής διατάραξης της αγοράς</b>	<b>3 εκατ. ευρώ</b>
<i>* Τα εν λόγω προγράμματα δεν καλύπτουν το γάλα/τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα προϊόντα με βάση το χοιρινό κρέας ή συνδυασμό αυτών των δύο ειδών προϊόντων. Μπορούν, ωστόσο, να καλύπτουν, το γάλα/τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα προϊόντα χοιρινού κρέατος ή συνδυασμό αυτών των δύο αν συνδέονται με άλλα προϊόντα.</i>	<b>ΣΥΝΟΛΟ 111 εκατ. ευρώ</b>

ΣΗΜ:

Απλό πρόγραμμα είναι ένα πρόγραμμα προώθησης που υποβάλλεται από μία ή περισσότερες προτείνουσες οργανώσεις του ίδιου κράτους μέλους.

Πολυπρόγραμμα είναι ένα πρόγραμμα που υποβάλλεται από τουλάχιστον δύο προτείνουσες οργανώσεις που προέρχονται από τουλάχιστον δύο κράτη μέλη ή από μία ή περισσότερες ευρωπαϊκές οργανώσεις.

IP/15/5804

Αρμόδιοι επικοινωνίας:

[Daniel ROSARIO](#) (+ 32 2 295 61 85)

[Clemence ROBIN](#) (+32 2 29 52509)

Ερωτήσεις του κοινού: [Europe Direct](#) τηλεφωνικά [00 800 67 89 10 11](#) ή με [ηλεκτρονικό μήνυμα](#)