

# Η νέα πολιτική προώθησης

## Συνοπτική παρουσίαση

*Γενική Διεύθυνση Γεωργίας και  
Αγροτικής Ανάπτυξης  
Ευρωπαϊκή Επιτροπή*

*13/10/2015*

## General disclaimer

Αυτή η συνοπτική παρουσίαση αποσκοπεί στη διευκόλυνση της ανάγνωσης των διαφόρων πράξεων που συνθέτουν το νέο καθεστώς προώθησης.

- Κανονισμός (ΕΕ) αριθ 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου
- Κατ 'εξουσιοδότηση κανονισμός (ΕΕ) αριθ 1829/2015
- Εκτελεστικός κανονισμός (ΕΕ) αριθ 1831/2015
- Εκτελεστική απόφαση της Επιτροπής C (2015) 6852

# Προγραμματισμός

## Διαδικασία μεταρρύθμισης της πολιτικής προώθησης

4 Νοεμβρίου 2014

Δημοσίευση νέας βασικής πράξης  
Κανονισμός (ΕΕ) αριθ 1144/2014 της 10.22.14

Δεκέμβριος 2014

Έγκριση από 2 αποφάσεις ανάθεσης καθηκόντων σε εκτελεστικό οργανισμό

2015

Κατ  
'εξουσιοδότηση  
κανονισμός  
(ΕΕ) αριθ  
1829/2015

έγκριση από την  
Επιτροπή  
04/23/2015

Περίοδο ελέγχου  
καμία αντίρρηση

Εκτελεστικός  
κανονισμός  
(ΕΕ) αριθ  
1831/2015  
θετική

γνωμοδότηση  
της Επιτροπής  
08/09/2015

Έγκριση από την  
Επιτροπή  
07/10/2015

Ετήσιο  
πρόγραμμα  
εργασίας για το  
2016  
C (2015) 6852

Θετική  
γνωμοδότηση  
της Επιτροπής  
09/29/2015  
Εγκρίθηκε από  
την Επιτροπή  
10/13/2015

Οι  
προπαρασκευ  
αστικές  
εργασίες που  
σχετίζονται με  
την  
εξουσιοδότηση  
του  
εκτελεστικού  
οργανισμού  
στο  
Λουξεμβούργο

1 Δεκεμβρίου 2015

Εφαρμογή του νέου συστήματος

# Αυξημένη πίεση στον Ευρωπαϊκό αγροτικό τομέα

## Προκλήσεις

**Ο έντονος ανταγωνισμός  
έναντι των ευρωπαϊκών  
γεωργικών προϊόντων**

- Αυξημένη απελευθέρωση των συναλλαγών (FTA)
- Αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση της διεθνούς οικονομίας
- Πολιτικές προώθησης των ανταγωνιστών της ΕΕ
- Κατάργηση των επιστροφών κατά την εξαγωγή

**Αυξημένη πίεση του κόστους  
στην οικονομία της γεωργίας  
στην ΕΕ**

- Σταδιακή αύξηση των τιμών των γεωργικών προϊόντων / απότομη αύξηση της ενέργειας και των τιμών των λιπασμάτων
- Αυστηρότερα πρότυπα παραγωγής
- Αυστηρότερες απαιτήσεις που σχετίζονται με το περιβάλλον και την κλιματική αλλαγή

**Η έλλειψη ενημέρωσης των  
ιδιοτήτων των γεωργικών  
προϊόντων της ΕΕ**

- Μόνο το 14% των Ευρωπαίων αναγνωρίζει τα λογότυπα ΠΟΠ / ΠΓΕ

## Τι νέο υπάρχει στο πλαίσιο της μεταρρύθμισης για την επίτευξη των στόχων;

### Στοχεύει στην προστιθέμενη αξία για την ΕΕ

- Σαφείς προτεραιότητες που καθορίζονται ετησίως - το πρόγραμμα εργασίας
- Αύξηση των προγραμμάτων προώθησης στην αγορά τρίτων χωρών
- Ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των οργανώσεων παραγωγής από διάφορα κράτη μέλη μέσω πολυετών προγραμμάτων
- Κίνητρο- ποσοστά συγχρηματοδότησης από ΕΕ



### Εναρμόνιση με τις ανάγκες του τομέα

- Άνοιγμα σε νέους δικαιούχους
- Ευρύτερο κατάλογο των επιλέξιμων προϊόντων συμπεριλαμβανομένων των μεταποιημένων προϊόντων
- Η αναγνώριση της στρατηγικής σημασίας των εμπορικών σημάτων και προέλευσης
- Αντιδραση σε περίπτωση κρίσης
- Υπηρεσίες Τεχνικής Υποστήριξης



### μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα

- Νέα διαδικασία επιλογής με κέρδος σε χρόνο και αξιολόγηση αποκλειστικά στο επίπεδο Επιτροπής μέσω των εξωτερικών εμπειρογνομώνων
- Τέλος της εθνικής συγχρηματοδότησης
- Απλοποίηση της διοικητικής διαδικασίας για πολυεθνικά προγράμματα: διαχείριση απευθείας από την Επιτροπή
- Εξουσιοδότηση σε έναν εκτελεστικό οργανισμό

**Αυξημένες δαπάνες: έως 200M €**

## Επιλέξιμα προϊόντα και συστήματα



- ✓ Όλα τα γεωργικά προϊόντα καλύπτονται εξαιρουμένου του καπνού
- ✓ Ανοικτό σε ορισμένα μεταποιημένα προϊόντα που απαριθμούνται στο παράρτημα (μπύρα, σοκολάτα, ζυμαρικά, γλυκό καλαμπόκι, βαμβάκι ...)
- ✓ Τα οινοπνευματώδη ποτά με Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη

- ✓ κρασί:
- ✓ Απλή προγράμματα = προσέγγιση Καλαθιού
- ✓ Πολυεθνικά προγράμματα = Οίνος δυνατή η αποκλ. προώθηση
- ✓ Στην εσωτερική αγορά = Πληροφορίες για τα συστήματα ποιότητας ή της υπεύθυνης κατανάλωσης

- ✓ Προϊόντων αλειίας και υδατοκαλλιέργειας: προσέγγιση Καλαθιού

- ✓ συστήματα ποιότητας της ΕΕ, βιολογικά, RUP, εθνικά συστήματα για την ποιότητα

Ένα ευρύτερο κατάλογο των επιλέξιμων προϊόντων συμπεριλαμβανομένων των μεταποιημένων προϊόντων.

Συνεπής με άλλα μέτρα προώθησης της ΚΓΠ και της πολιτικής της ΕΕ σχετικά με την κατανάλωση αλκοόλ

## Επιλέξιμα προϊόντα / συστήματα και κατ'εξουσιοδότηση Κανονισμός

- ✓ Μήνυμα Ένωσης
- ✓ Στην εσωτερική αγορά, για τα καθεστώτα που αναφέρονται στο άρθρο 5 (4) του κανονισμού (ΕΕ) αριθ 1144/2014:
  - να επικεντρωθεί στα συστήματα στο κεντρικό μήνυμα της Ένωσης
  - ένα ή περισσότερα προϊόντα μπορούν να απεικονίσουν τα συστήματα
  - Τα προϊόντα πρέπει να εμφανίζονται ως δευτερεύον μήνυμα σε σχέση με το κύριο μήνυμα Ένωσης

## Προτεινόμενες Οργανώσεις



- ✓ Εμπορίου ή δι-επαγγελματικές οργανώσεις που εκπροσωπούν το τομέα στη Χώρα Μέλος
- ✓ Εμπορίου ή δι-επαγγελματικές οργανώσεις σε επίπεδο ΕΕ
- ✓ Οι οργανώσεις παραγωγών
- ✓ Οργανισμούς με αποστολή δημόσιας υπηρεσίας υπεύθυνοι για την προώθηση των γεωργικών προϊόντων (παράδειγμα: Agence Bio, Επιμελητήρια της γεωργίας)

Διευκρίνιση της  
κατάστασης των  
δικαιούχων

Νέοι δικαιούχοι συνεπής  
με ενιαία ΚΟΑ μετά το  
2013



## Προτείνοντας οργανώσεις και κατ'εξουσιοδότηση Κανονισμός

- ✓ Πρέπει να είναι **αντιπροσωπευτικός** του τομέα ή προϊόντος
- ✓ Εμπορίου ή δι-επαγγελματικές οργανώσεις:
  - ✓ Κανόνας του 50%,
  - ✓ Δι-επαγγελματικές οργανώσεις αναγνωρισμένες από το κράτος μέλος,
- ✓ Ομάδα - ΓΕ: κανόνας του 50%,
- ✓ Οι οργανώσεις παραγωγών που αναγνωρίζονται από το κράτος μέλος,
- ✓ Σώμα αγροτοδιατροφικού τομέα:
  - ✓ εκπρόσωποι του εν λόγω προϊόντος (ων) ή τομέα - ιδιότητα μέλους της,
  - ✓ εξαίρεση: τα προγράμματα που πραγματοποιούνται μετά την απώλεια της εμπιστοσύνης των καταναλωτών,
- ✓ **<50%: Ευελιξία** για χαμηλότερα όρια και τις ειδικές περιστάσεις που δικαιολογούν την αποδοχή της ΠΟ ως αντιπροσωπευτικής,
- ✓ **Καμία μόνιμη υποστήριξη:** Η προτείνουσα οργάνωση δεν λαμβάνουν στήριξη για προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης για το ίδιο προϊόν ή σύστημα, που πραγματοποιούνται στην ίδια γεωγραφική αγορά για **περισσότερο από δύο συνεχείς φορές.**

# Γενική προώθηση των αγροτικών προϊόντων της ΕΕ με την αναγνώριση της στρατηγικής σημασίας των εμπορικών σημάτων και της προέλευσης (1/2)

## ΟΡΑΤΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΗΜΑΤΩΝ

- ✓ Κάθε μάρκα είναι εξίσου εμφανή
- ✓ Γραφική παρουσίαση μικρότερο σχήμα από το βασικό μήνυμα της εκστρατείας της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- ✓ Σε γενικές γραμμές, εμφανίζονται αρκετές μάρκες

## Μάρκες και Εκτελεστικός Κανονισμός

- ✓ Μάρκες: Σήματα
- ✓ Μάρκες μπορεί να αναφέρεται μόνο για **ορισμένους τύπους δράσεων**:
  - Παρουσιάσεις (πχ εμπορικές εκθέσεις, εκδηλώσεις B2B) & γευσιγνωσίας
  - ιστοσελίδες
- ✓ Αιτιολόγηση γιατί η αναφορά των εμπορικών σημάτων είναι αναγκαία για την επίτευξη των στόχων της εκστρατείας που πρέπει να γίνουν στην αίτηση
- ✓ Ίση προβολή και σε μια ξεχωριστή περιοχή σε σύγκριση με το κύριο μήνυμα της ΕΕ
- ✓ Ελάχιστο όριο **5 μάρκες**
- ✓ Ανώτατο όριο **5% της συνολικής επιφάνειας**
  
- ✓ Συνθήκες που πρέπει να παρεκκλίνουν από τον ελάχιστο αριθμό 5:
  - Λιγότερο σήματα που παράγονται, και
  - Δεν είναι δυνατό να δημιουργηθεί μια καμπάνια με πολλά προϊόντα ή από πολλές χώρες,
- ✓ Παρέκκλιση για τα εθνικά συστήματα για την ποιότητα που έχουν καταχωρηθεί ως εμπορικά σήματα (Flandria, Label Rouge)

## Μάρκες: παράδειγμα αφίσας

Διαφήμιση με πολλές μάρκες κάτω από το κύριο μήνυμα



**Μόνο για το σκοπό απεικόνισης σχετικά με το πώς μπορεί να εμφανιστεί ένα εμπορικό σήμα, Κάθε συγχρηματοδοτούμενο πρόγραμμα της ΕΕ πρέπει να τηρεί όλες τις προϋποθέσεις επιλεξιμότητας του κανονισμού πολιτική προώθησης.**

## Μάρκες: παράδειγμα για ένα περίπτερο

Ατομικό αλλά πανομοιότυπο περίπτερο για κάθε εκπρόσωπο των εμπορικών σημάτων-Ίδιο μέγεθος των ονομάτων των σημάτων - υπό το μήνυμα της ΕΕ



**Μόνο για το σκοπό απεικόνισης σχετικά με το πώς μπορεί να εμφανιστεί ένα εμπορικό σήμα, Κάθε συγχρηματοδοτούμενο πρόγραμμα της ΕΕ πρέπει να τηρεί όλες τις προϋποθέσεις επιλεξιμότητας του κανονισμού πολιτική προώθησης.**

# Γενική προώθηση των αγροτικών προϊόντων της ΕΕ με την αναγνώριση της στρατηγικής σημασίας των εμπορικών σημάτων και την προέλευση (2/2)

## Η ΑΝΑΦΟΡΑ ΤΗΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ

- ✓ **Εσωτερική αγορά: πάντα δευτερεύον σε σχέση με το βασικό μήνυμα της εκστρατείας της ΕΕ**
- ✓ **Αγορά τρίτης χώρας μπορεί να είναι στο ίδιο επίπεδο με το βασικό μήνυμα της εκστρατείας της ΕΕ**
- ✓ **Προϊόντων που αναγνωρίζονται στο πλαίσιο των καθεστώτων ποιότητας της ΕΕ (ΠΟΠ, ΠΓΕ ...): η προέλευση, όπως έχει καταγραφεί στην ονομασία μπορεί να αναφερθεί χωρίς κανένα περιορισμό**

## Μη αποδεκτή: τα προγράμματα που ενθαρρύνουν προτίμηση ή αγορά των εγχώριων προϊόντων



- Article 34 TFUE
- Case 249/81 Commission v Ireland [1982] ECR 4005

## Προέλευση και Εκτελεστικός Κανονισμός

- ✓ Η αναφορά της προέλευσης πρέπει να περιορίζεται στην οπτική παρουσίαση υλικού
- ✓ Υπονοούμενη/Σιωπηρή ή ρητή αναφορά
- ✓ Δεν πρέπει να εκτρέψουν ή να παραπλανήσουν το μήνυμα Ένωσης
  
- ✓ Η αναφορά της προέλευσης πρέπει να είναι **η εθνική προέλευση ή η κοινή πολυεθνική προέλευση**
  
- ✓ **Συστήματα ποιότητας της ΕΕ** που αναφέρονται στην προέλευση μπορεί να αναφέρουν τη συγκεκριμένη προέλευσή τους, χωρίς κανένα περιορισμό
- ✓ **RUP λογότυπο** μπορεί να αναφέρει το όνομα των ιδιαίτερα απομακρυσμένων περιφερειών και τα σχετικά γραφικά σύμβολα στο συναφή οπτικό υλικό
- ✓ **Εθνικά συστήματα ποιότητας** που αναφέρονται στην προέλευση μπορεί να αναφέρουν την προέλευση αυτή, υπό την προϋπόθεση ότι:
  - Είναι δευτερεύουσα σε σχέση με το κύριο μήνυμα της Ένωσης της εκστρατείας στην εσωτερική αγορά,
  - μπορεί να είναι στο ίδιο επίπεδο με το κύριο μήνυμα της Ένωσης της εκστρατείας στις τρίτες χώρες



## Παράδειγμα Εσωτερικής Αγοράς: ΠΟΠ / ΠΓΕ / ΕΠΙΠ



**Discover the ORIGIN**

Bourgogne Wines  
Parma Ham  
Douro Wines,  
Parmigiano-  
Reggiano Cheese  
Porto

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE

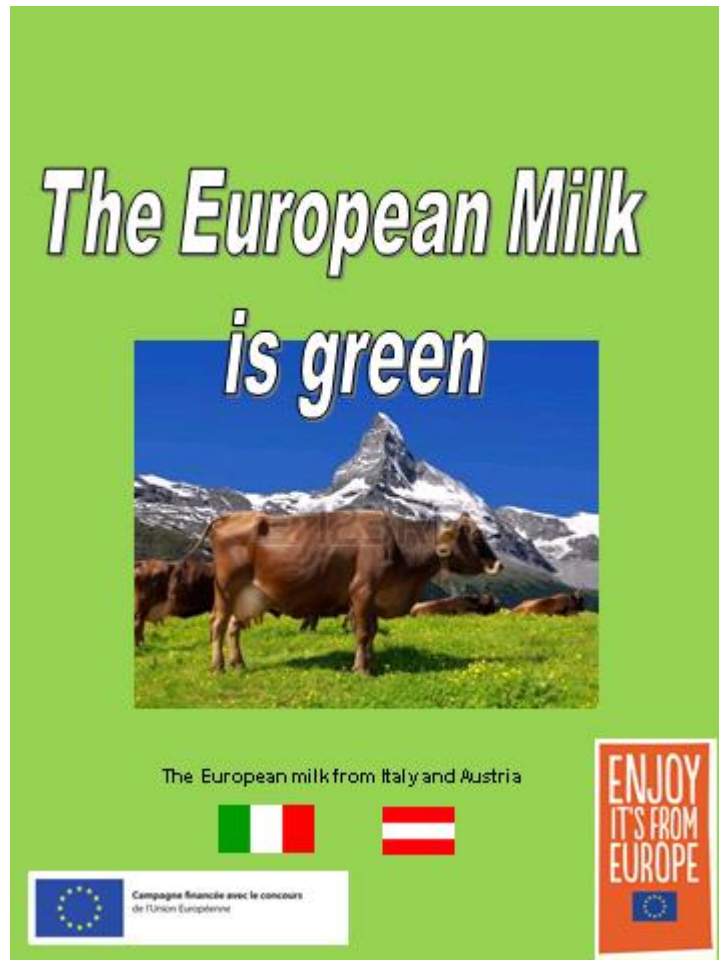
Campagne financée avec le concours  
de l'Union Européenne

The advertisement features a central image of wine glasses and cheese. It includes the European Commission logo, the text 'Discover the ORIGIN', a list of products, the slogan 'ENJOY IT'S FROM EUROPE', and the text 'Campagne financée avec le concours de l'Union Européenne'. It also displays the flags of France, Italy, and Portugal.

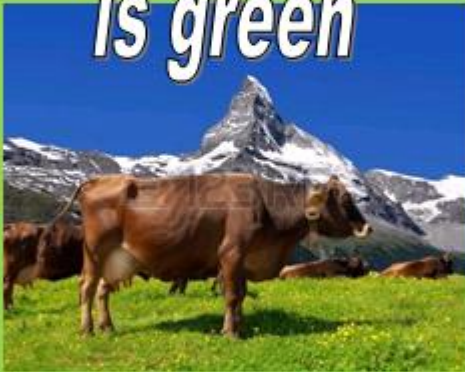
## Προέλευση παραδείγματα;

Προέλευση στην Εσωτερική αγορά



Προέλευση στις τρίτες χώρες




**The European Milk  
is green**



The European milk from Italy and Austria



 Campagne financée avec le concours  
de l'Union Européenne



**Le kiwi en Europe c'est possible !!**



**La force du Kiwi d'Italie,  
de France et d'Espagne**



 Campagne financée avec le concours  
de l'Union Européenne

Παράδειγμα :  
Πρόγραμμα στην εσωτερική αγορά  
εκστρατεία γενικής ενημέρωσης

- **Βασικό μήνυμα:** η ποιότητα των τυριών της ΕΕ
- **Στόχος:** να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με τις ιδιότητες των τυριών ΕΕ (διαφοροποίηση, κλπ ..)
- **Πρόγραμμα** = σύνολο συνεκτικών δράσεων για την αύξηση του στόχου

**TASTE THE EUROPEAN CHEESES !!**  
**Source of Diversity, Tradition and Authenticity**



The Alpine cheeses are fabulous

ENJOY IT'S FROM EUROPE

© PHOTO ARVIMEDIA

- **Ενέργειες για τα τυριά της ΕΕ**
- **Σκίτσα ή / και δευτεροβάθμιας μήνυμα με αναφορά των Άλπεων τυριά**

Alpine =  
Πολυεθνική  
προέλευση 😊  
Εσωτ αγορά: 2<sup>nd</sup> 😊

## Διαφορετικοί τύποι δράσεων

### **Ενημέρωση και προώθηση των προγραμμάτων:**

- ✓ 1 έως 3 χρόνια
- ✓ Υποβλήθηκε από τους προτείνοντες οργανισμούς (ΠΟ)
- ✓ Απλά προγράμματα: ένας ή περισσότεροι ΠΟ από το ίδιο Κράτος Μέλος-ΚΜ
- ✓ Πολυεθνικά προγράμματα: πολλές ΠΟ από διάφορους οργανισμούς ΚΜ + ΕΕ

### **Πρωτοβουλίες της Επιτροπής:**

- ✓ **Μέτρα Ενημέρωσης και προώθησης :**
  - **Αποστολές υψηλού επιπέδου**
  - **Συμμετοχή σε εκθέσεις**
  - **Εκστρατείες της ΕΕ**
- ✓ **Υπηρεσίες Τεχνικής Υποστήριξης**

## Εθνικά προγράμματα και κατ 'εξουσιοδότηση Κανονισμός

- ✓ Πρέπει να είναι σημαντικού μεγέθους
- ✓ Στην εσωτερική αγορά πρέπει να υλοποιηθεί:
  - ✓ σε τουλάχιστον 2 κράτη μέλη, ή
  - ✓ σε 1 κράτος μέλος, αν όχι ο ένας να είναι προέλευσης του προτείνοντος οργανισμού (εξ)
- ✓ Αυτή η απαίτηση δεν ισχύει για τα προγράμματα:
- ✓ για τα συστήματα ποιότητας της Ένωσης (σημεία α, β, γ του άρθρου 5,4)
- ✓ Μετάδοση μήνυμα / ορθές διατροφικές συνήθειες (Λευκή Βίβλος COM EK (2007) 279)

## Υλοποίηση Εθνικών προγραμμάτων - κατ 'εξουσιοδότηση Κανονισμός / Εκτελεστικός Κανονισμός

- ✓ Υλοποίηση από ένα Εκτελεστικό οργανισμό
- ✓ Η επιλογή του φορέα υλοποίησης/Εκτελεστικό οργανισμό μέσω ανταγωνιστικής διαδικασίας:
  - εξασφαλίζοντας καλύτερη αξία για τα χρήματα-best value for money-
  - Οργανισμός δημοσίου δικαίου: οδηγία 2014/24 / ΕΕ για τις δημόσιες συμβάσεις
- ✓ Η επιλογή πριν από την υπογραφή της σύμβασης
- ✓ Ο ΠΟ μπορεί να εφαρμόσει ορισμένα τμήματα του ίδιου του προγράμματος, υπό τους ακόλουθους όρους:
  - η ΠΟ πρέπει να διαθέτει πείρα τουλάχιστον τριών ετών από την εφαρμογή μέτρων προώθησης?
  - η ΠΟ πρέπει να εξασφαλίζει ότι το κόστος του μέτρου που προτίθεται να πραγματοποιήσει η ίδια δεν είναι υψηλότερο από τις συνήθεις τιμές της αγοράς.

## Νέες υπηρεσίες τεχνικής υποστήριξης που παρέχονται από την Επιτροπή

### *Ως παράδειγμα:*

- ✓ Προσφορά βοήθειας προς τις προτείνουσες οργανώσεις να σχεδιάζουν τα προγράμματά τους και να τα εφαρμόσουν με αποτελεσματικό τρόπο,
- ✓ Δημιουργία μίας πλατφόρμας ανταλλαγών απόψεων- την ανάπτυξη επαφών μεταξύ των προτεινόμενων οργανισμών (π.χ. τόκοι κατά την εκτέλεση ενός πολυεθνικού προγράμματος,
- ✓ Οργάνωση εκπαιδεύσεων, συνεδριων για την ανταλλαγή απόψεων και τη μεθοδολογία,
- ✓ Προσφορά βοήθειας προς τις προτείνουσες οργανώσεις να αναπτύξουν τις εξαγωγικές τους δραστηριότητες

## Επίπεδο χρηματοδότησης

✓ ~~Εθνική συγχρηματοδότηση~~

✓ ΕΕ συγχρηματοδότηση:



	Τύπος προγραμμάτων	
	Εθνικά	Πολυεθνικά
Εσωτερική αγορά	70%	<b>80%</b>
<b>Τρίτες χώρες</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>
Περιπτώσεις προβλήματος στην εμπιστοσύνη του καταναλωτή ή άλλης αναταραχής της αγοράς	85%	85%

+ 5% για τις χώρες σε χρηματοδοτική βοήθεια



## Νέες διαδικασίες επιλογής των προγραμμάτων

- ✓ Προγράμματα που υποβάλλονται απευθείας στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή



Όχι πια εθνική  
συγχρηματοδότηση

- ✓ 1 επιλογή για κάθε έτος, με βάση προτεραιότητες που καθορίζονται στο ετήσιο πρόγραμμα εργασίας
- ✓ Εφαρμογή προσαρμοσμένων στις ιδιαιτερότητες των απλών-πολλαπλών προγραμμάτων

Εφαρμ. Κανονισμός  
Διαδικασία εξέτασης

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**  
Εγκεκριμένο από την ΕΕ



**ΠΡΟΣΚΛΗΣΕΙΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ**  
Δημοσιευμένο από την ΕΕ

Εθνικά

Πολυεθνικά



Υποβολή προτάσεων προγραμμάτων  
Προτείνουσες οργανώσεις



Επιλογή από την ΕΕ

Εφαρμ. Κανονισμός  
Διαδικασία εξέτασης

**ΕΘΝΙΚΑ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ**

ΣΥΝΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ

Συμφωνία επιχορήγησης

**ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΑ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ**

ΑΜΕΣΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ  
ΕΕ

## Ενδεικτικό Χρονοδιάγραμμα!!!!

Πιθανές ημερομηνίες

Οκτώβριο του 2015 Ιανουάριος

Απρίλιος

Απρίλιος - Ιούνιος

Οκτώβριος

Νοέμβ / Δεκέμβ.



# Διαχείριση των προγραμμάτων; κατ 'εξουσιοδότηση και Εκτελεστικός Κανονισμός

## Στόχος της απλούστευσης

- ✓ **Πολυεθνικά προγράμματα που διαχειρίζεται άμεσα η Επιτροπή**
- ✓ **Απλουστευμένοι κανόνες για την υλοποίηση Εθνικών προγραμμάτων:**
  - Όχι πια εγγύηση καλής εκτέλεσης,
  - Έλεγχος των -visuals-, κατά την περιοδική τεχνική έκθεση που συνοδεύει κάθε αίτηση πληρωμής και όχι μέσω μιας εκ των προτέρων έγκριση από το κράτος μέλος,
  - Ευελιξία σε σχέση με την έναρξη της εφαρμογής του προγράμματος, δηλαδή έως 6 μήνες μετά τη σύναψη της σύμβασης,
  - Προκαταβολή: 20% της συνολικής συνεισφοράς της ΕΕ για το πρόγραμμα,
  - Ασφάλεια για προκαταβολή περιορίζεται στο 100%,
  - Πιστοποιητικό ελέγχου σχετικά με τις οικονομικές καταστάσεις εάν υπάρχουν περισσότερες από 325,000 €
  - Το κόστος των κινητών αξιών και πιστοποιητικό ελέγχου πρέπει να είναι επιλέξιμες
  - Οι ενδιάμεσες πληρωμές που καταβάλλονται στην κορυφή της προκαταβολής (περιορίζεται στο 90% της συνεισφοράς της ΕΕ)
- ✓ **Καλύτερη αξιολόγηση των επιπτώσεων**
  - Εργαλείο κιτ δεικτών
  - Τυποποίηση της αναφοράς

## **Ανάθεση σε εκτελεστικό οργανισμό της ΕΕ**

### ***Ποιόν εκτελεστικό οργανισμό;***

- ✓ ***Αντιπροσώπευση προβλέπεται για τους καταναλωτές, την υγεία, Γεωργία και Τρόφιμα (CHAFFEA) -βλέπε την απόφαση 2014/927 / ΕΕ***
- ✓ ***Με έδρα στο Λουξεμβούργο***

### ***Γιατί ένας εκτελεστικός οργανισμός;***

- ✓ ***Η εμπειρία και εξειδίκευση στη διαχείριση έργων***
- ✓ ***Βελτιωμένη παροχή υπηρεσιών***
- ✓ ***Αποδοτικότητα κόστους***
- ✓ ***Αύξηση της προβολής της ΕΕ***

## Καθορισμός των προτεραιοτήτων; Ποιο είναι το πρόγραμμα εργασίας;

Το εργαλείο για τον καθορισμό της στρατηγικής προώθησης

=> Η δυναμική  
της πολιτικής  
προώθησης

Με την συνεισφορά του κλάδου

=> Μια πολιτική  
ευθυγραμμισμένη  
με τις ανάγκες  
του τομέα

Καθορισμός προτεραιοτήτων και  
προϋπολογισμό

=> Σταθμισμένες  
προτεραιότητες,  
αλλά με κάποια  
ευελιξία

Ετήσια Έγγριση

=> Δυνατότητα  
προσαρμογής  
κάθε χρόνο

## Πώς ορίστηκαν οι προτεραιότητες της αγοράς;

- ✓ Οι στόχοι του κανονισμού: (i) την αύξηση του αριθμού των δραστηριοτήτων που απευθύνεται σε τρίτες χώρες όπου υπάρχει το υψηλότερο δυναμικό ανάπτυξης και (ii) στην εσωτερική αγορά, την ενημέρωση των καταναλωτών σχετικά με τις υψηλές προδιαγραφές των προϊόντων της ΕΕ, κυρίως των λογότυπων ποιότητας της ΕΕ ,
- ✓ Για τις τρίτες χώρες, μια μακρο-οικονομική ανάλυση σχετικά με την προβλεπόμενη αύξηση των εισαγωγών για την επιλογή των προϊόντων που είναι κατάλληλα για να συμπεριληφθούν στα προγράμματα προώθησης σε υφιστάμενες ή αναδυόμενες αγορές, συνοδευόμενη με δυνατότητες ανάπτυξης των εισαγωγών , καθώς επίσης και αξιολόγηση της πολιτικής για την FTA ή αναμενόμενη αφαίρεση των τεχνικών εμποδίων SPS,
- ✓ Συνεισφορές από τους ενδιαφερόμενους, διαμέσου του δημόσιου διαλόγου των πολιτών για την ποιότητα και την προώθηση την 21, Νοέμβρη του 2014
- ✓ Ειδική κατάσταση της αγοράς του γάλακτος και των χοίρων τομείς του κρέατος

## Οι προτεραιότητες της αγοράς; Ετήσιο πρόγραμμα εργασίας για το 2016

### Εσωτερική αγορά

- ✓ Πληροφορίες σχετικά με συστήματα ποιότητας της ΕΕ (ΠΟΠ / ΠΓΕ / ΕΠΙΠ, Οργανική, εξόχως απόκεντρες περιφέρειες)
- ✓ Άλλα καινοτόμα προγράμματα (= ποιότητα σε γενικές γραμμές, τα χαρακτηριστικά των προϊόντων της ΕΕ, κ.λπ.)
- ✓ Προγράμματα για γαλακτοκομικά προϊόντα / γάλα ή χοιρινό κρέας

### Αγορά τρίτης χώρας

- ✓ Κίνα / Ιαπωνία / Νότια Κορέα
- ✓ ΗΠΑ / Καναδά
- ✓ ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ
- ✓ Νοτιοανατολική Ασία
- ✓ Αφρική και Μέση Ανατολή
- ✓ Άλλες γεωγραφικές περιοχές
- ✓ Προγράμματα για γαλακτοκομικά προϊόντα / γάλα ή χοιρινό κρέας στόχευση σε καμία

## Λαμβάνονται υπόψη οι προτεραιότητες της αγοράς μέσω απλών / πολυεθνικών προγραμμάτων

- ✓ 10 προτεραιότητες της αγοράς
  - ✓ Περιορισμοί του προϋπολογισμού διαχείρισης: Ανάγκη να διαχωριστεί ο προϋπολογισμός για απλά προγράμματα από τον προϋπολογισμό για τα πολυεθνικά προγράμματα
  - ✓ Σταδιακός προϋπολογισμός για πολυεθνικά προγράμματα, αλλά το 2016 το ποσό είναι πολύ περιορισμένη για να χωριστεί
- 
- ✓ **Εθνικά προγράμματα:**
    - Εσωτερική αγορά: 3 προτεραιότητες
    - Αγορές τρίτων χωρών: 7 προτεραιότητες
    - Μετά από μια σοβαρή διαταραχή της αγοράς
- 
- ✓ **Πολυεθνικά προγράμματα: προτεραιότητα**



## Το ετήσιο πρόγραμμα εργασίας για το 2016: απλά προγράμματα

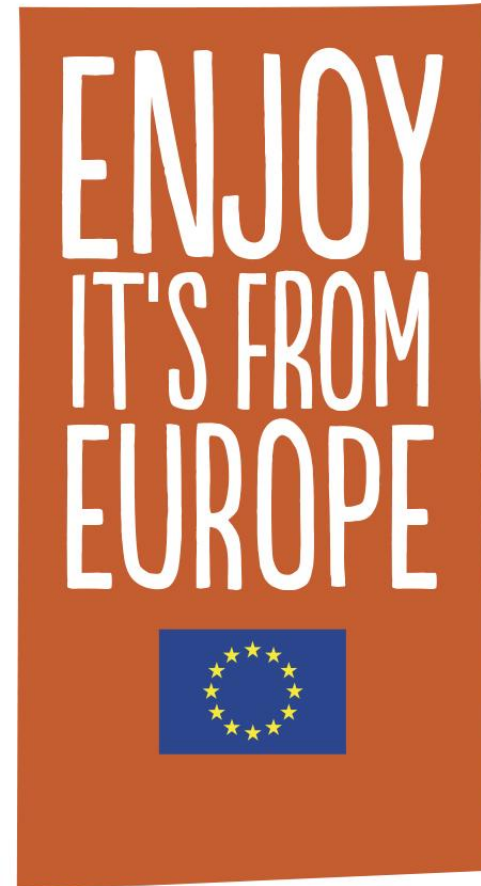
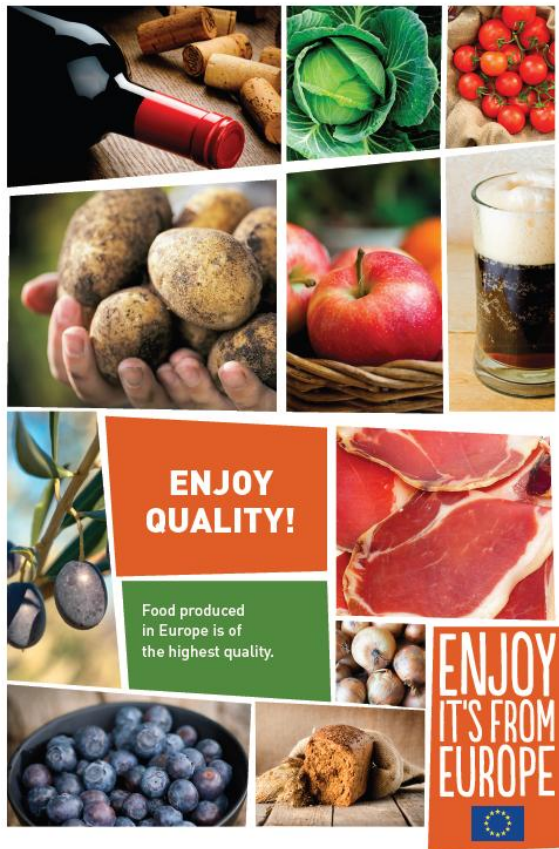
- ✓ **Εσωτερική αγορά** **27%**
  - Πληροφορίες για τα συστήματα ποιότητας της ΕΕ (ΠΟΠ / ΠΓΕ / ΕΠΙΠ, Οργανική, εξόχως απόκεντρες περιφέρειες)
  - Άλλα καινοτόμα προγράμματα (= ποιότητα σε γενικές γραμμές, characteristics των προϊόντων της ΕΕ, κ.λπ.)
  - Προγράμματα για το γάλα / γαλακτοκομικά προϊόντα ή χοιρινό κρέας
  
- ✓ **Αγορά τρίτης χώρας** **70%**
  - Κίνα / Ιαπωνία / Νότια Κορέα
  - ΗΠΑ / Καναδά
  - ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ
  - Νοτιοανατολική Ασία
  - Αφρική Μέση Ανατολή
  - Άλλες γεωγραφικές περιοχές
  - Προγράμματα για το γάλα / γαλακτοκομικά προϊόντα ή χοιρινού κρέατος που στοχεύουν
  - οποιαδήποτε τρίτη χώρα
  
- ✓ **Σοβαρή διαταραχή της αγοράς** **3%**

# The Annual Work Programme for 2016

## Indicative repartition of budget for cofinanced programmes

	Amount foreseen
<b>Εθνικά προγράμματα-Εσωτερική αγορά</b>	<b>26 Μ€</b>
<u>Δράση 1*</u> - Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης με στόχο την αύξηση της ευαισθητοποίησης και της αναγνώρισης των συστημάτων ποιότητας της Ένωσης, όπως ορίζεται στο άρθρο 5 (4) α, β και γ του κανονισμού (ΕΕ) 1144/2014	10 Μ€
<u>Δράση 2 *</u> -Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης με σκοπό την ανάδειξη των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των γεωργικών μεθόδων στην Ένωση και τα χαρακτηριστικά των ευρωπαϊκών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων	7 Μ€
<u>Δράση 3</u> - Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης για το γάλα / γαλακτοκομικά προϊόντα, προϊόντα χοιρινού κρέατος ή συνδυασμό των δύο αυτών	9 Μ€
<b>Εθνικά προγράμματα σε τρίτες χώρες</b>	<b>68 Μ€</b>
<u>Δράση 4*</u> - Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης που στοχεύουν την Κίνα, την Ιαπωνία, τη Νότια Κορέα και το τελωνειακό έδαφος της Ταϊβάν	12 Μ€
<u>Δράση 5*</u> -Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης που στοχεύουν ΗΠΑ ή / και τον Καναδά	12 Μ€
<u>Δράση 6*</u> - Κεντρική και Νότια Αμερική και την Καραϊβική	7 Μ€
<u>Δράση 7*</u> - Νοτιοανατολική Ασία, που σημαίνει ότι το Μπρουνέι, Καμπότζη, Ινδονησία, Λάος, Μαλαισία, Μιανμάρ, Φιλιππίνες, Σιγκαπούρη, Ταϊλάνδη, Ανατολικό Τιμόρ και το Βιετνάμ	7 Μ€
<u>Δράση 8*</u> - Αφρική και Μέση Ανατολή	4,5 Μ€
<u>Δράση 9*</u> - άλλες γεωγραφικές περιοχές	4,5 Μ€
<u>Δράση 10</u> - Προγράμματα ενημέρωσης και προώθησης στον τομέα του γάλακτος / γαλακτοκομικών προϊόντων, των προϊόντων χοιρινού κρέατος ή ένα συνδυασμό των δύο αυτών που στοχεύουν σε οποιαδήποτε τρίτη χώρα	21 Μ€
<b>Πολυεθνικά προγράμματα</b>	<b>14 Μ€</b>
<b>Εθνικά προγράμματα - σε περίπτωση σοβαρής διαταραχής της αγοράς</b>	<b>3 Μ€</b>
<small>* Τα προγράμματα αυτά δεν καλύπτουν το γάλα / γαλακτοκομικά προϊόντα, προϊόντα χοιρινού κρέατος ή ένα συνδυασμό αυτών των δύο. Μπορούν, ωστόσο, μπορεί να καλύπτει το γάλα / γαλακτοκομικά προϊόντα, προϊόντα χοιρινού κρέατος ή ένα συνδυασμό των δύο αυτών εφόσον συνδέονται με άλλα προϊόντα.</small>	<b>Total 111 Μ€</b>

# Τέλος, enjoy it's from Europe! Μια νέα Υπογραφή για μελλοντικές εκστρατείες



## Για περισσότερες πληροφορίες

### Europa web-site

[http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/agriculture/promotion/policy/index_en.htm)



Σας ευχαριστούμε για την υπομονή σας