ЧРЕЗ ПРОГРАМИТЕ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ ПРЕЗ 2018 г.



КОМИСИЯТА СЕ ФОКУСИРА ВЪРХУ РАЗВИВАЩИТЕ СЕ

ПАЗАРИ ЗА ХРАНИ И НАПИТКИ В ЕС

Програмите за популяризиране на земеделски и хранителните продукти на ЕС за 2018 г. ще бъдат съсредоточени основно върху пазарите с най-голям потенциал за растеж и по-специално в страни извън Европейския съюз (ЕС).

Работната програма за 2018 г. беше приета на 15 ноември 2017 г., която, както и през предходните години, ще позволи европейското финансиране от бюджета на Общата селскостопанска политика да се използва за съфинансиране на рекламни кампании за земеделски и хранителните продукти в ЕС.

Общо 179 млн. евро ще бъдат на разположение за програми за насърчаване, избрани за съфинансиране от ЕС през 2018 г., в сравнение с 142 млн. евро през 2017 г.

Работната програма за 2018 г. продължава по същите насоки като предишните програми за популяризиране, като по-специално ще бъде съсредоточена върху увеличаването на броя на отделните кампании, насочени към страни извън ЕС с най-голям потенциал за растеж. В рамките на самия ЕС фокусът е по същество върху кампаниите за съфинансиране, предназначени да информират потребителите за различните схеми и етикети на ЕС за качество (биологично, защитено наименование за произход - PDO, защитено географско указание - PGI, традиционно гарантирана специалност - TSG).

Отново, както и през предходните години, част от средствата, отпуснати за кампании за популяризиране през 2018 г., са насочени към определени сектори. През тази година фокусът ще бъде върху насърчаването на устойчиво производство на овчи/кози продукти, за да се противодейства на продължаващите трудности в секторите. Допълнителна сума беше отделена за кампании, насочени към насърчаване на здравословното хранене и увеличаване на консумацията на плодове и зеленчуци в рамките на ЕС, катопряк отговор на трудностите, които се срещнаха в частност със сектора на плодовете и зеленчуците в резултат на руското ембарго.

Поканите за представяне на предложения за конкретни кампании ще бъдат публикувани през януари 2018 г. Поканата е отворена за широка гама от групи, като например търговски организации и организации на производители, както и органи от хранително-вкусовия сектор, отговарящи за дейностите по популяризиране. Така наречените „обикновени“ програми може да бъдат представяни от една или повече организации от една и съща държава от ЕС; „многонационалните“ програми може да се представят от поне две национални организации от най-малко две държави членки или от една или повече европейски организации.

ГОДИШНА РАБОТНА ПРОГРАМА 2018, ВКЛЮЧВАЩА

ПРИОРИТЕТИ И БЮДЖЕТНИ СРЕДСТВА

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ОБИКНОВЕНИ ПРОГРАМИ** | % | €m |
| **Фокус на програмите насочени към ЕС** | **20%** | **20** |
| Тема 1. Програми за схеми за качество на ЕС | 55% | 11 |
| Тема 2. Програми, които подчертават особеностите на селскостопанските методи в ЕС и характеристиките на селскостопанските хранителни продукти | 35% | 7 |
| Тема 3. Програми за устойчивост на овчи/кози продукти | 10% | 2 |
| **Фокус на страните извън ЕС** | **75%** | **75** |
| Тема 4. Китай, Япония, Южна Корея, Тайван, Югоизточна Азия, Южна Азия | 35% | 26.25 |
| Тема 5. Канада, САЩ, Мексико, Колумбия | 30% | 22.5 |
| Тема 6. Други географски райони | 35% | 26.25 |
| Смущения на пазара/допълнително подаване на предложения | **5%** | **5** |
| **Общо „обикновени“ програми** | **100%** | **100** |
| **МНОГОНАЦИОНАЛНИ ПРОГРАМИ** | % | €m |
| Тема A. Програми за устойчивост на продуктите от овче/козе месо на вътрешния пазар | 5% | 4 |
| Тема B. Програми за увеличаване на потреблението на плодове и зеленчуци на вътрешния пазар в рамките на правилата за правило хранене | 10% | 8 |
| Тема C. Програми, които подчертават особеностите на селскостопанските методи в ЕС и характеристиките на селскостопанските хранителни продукти в ЕС или на схемите за качество на ЕС на вътрешния пазар | 38% | 30 |
| Тема D. Програми, които подчертават специфичните особености на селскостопанските методи в ЕС и характеристиките на селскостопанските хранителни продукти в ЕС или на схемите за качество на ЕС в трети страни | 41% | 32.1 |
| Смущения на пазара/допълнително подаване на предложения | 6% | 5 |
| **Общо „многонационални“ програми** | **100%** | **79** |
| **Общо „обикновени“ и „многонационални“ програми** |  | **179.1** |
| Инициативи на комисията (бизнес мисии, кампании, изложения и др.) |  | 9.5 |
| **Общо бюджет за популяризиране** |  | **188.6** |