

Планиране и организиране на промоционални кампании за селскостопанските продукти на ЕС

Общата организация на пазара на земеделски продукти в Европейския съюз е част от Общата селскостопанска политика, чрез която се осигурява стабилност и предвидимост на пазарите на земеделски продукти, устойчиви изкупни цени, които гарантират стабилни доходи на земеделските производители и е предпоставка за постоянното снабдяване с качествени храни на потребителите. Мерките, свързани с подкрепата на пазарите на селскостопански продукти се финансират от Европейския фонд за гарантиране на земеделието /ЕФГЗ/. Част от мерките за подкрепа на пазарите са хоризонтални и се прилагат за всички сектори на земеделието, други се прилагат само по отношение на един или няколко земеделски продукта.

Политиката на ЕС за насърчаване на производителите от ЕС им помага да продават своите селскостопански продукти на все по-конкурентен глобален пазар, като същевременно осигурява работни места и растеж у дома.

Промоционалните кампании за селскостопанските продукти на ЕС са предназначени да открият нови пазарни възможности за фермерите в ЕС и хранителната промишленост като цяло, както и да им помогнат да изградят съществуващия си бизнес.

Има два вида промоционални действия:

- управлявани от европейски търговски или междутърговски асоциации и съфинансирани от ЕС;
- такива, управлявани директно от самия ЕС, като дипломатически офанзиви на комисаря в страни извън ЕС за развитие на търговията със селскостопански храни или участие в панаири и комуникационни кампании.

Правилата на политиката за насърчаване определят как финансирането от ЕС може да се използва за инициативи за информиране и насърчаване както в страните от ЕС, така и в страните извън ЕС.

Какво е направено през изтеклия програмен период по темата за организация на промоционалните кампании за селскостопанските продукти на ЕС? Това става ясно от Доклада на Комисията до Европейския парламент и Съвета се описва прилагането на Регламент (ЕС) № 1144/2014 на ниския парламент и на Съвета за мерки за информиране и други, свързани със селскостопанските продукти, приложени на вътрешния пазар и в трети държави.

Докладът е изготвен въз основа на оценка 2 по изпълнение на политиката на ЕС и специално на селското стопанство в период от 2016 г. до началото на 2020 г. по отношение на нейната ефективност, ефикасност, целесъобразност, съгласуваност и добавена стойност за ЕС.

Прегледът на политиката предлага възможност за определяне на нейните цели и правила, за да се подкрепят по-добрите общи цели на политиката на ЕС, които са отразени през 2021 и 2022 г. Политиката конкретно трябва да изпълни основната роля в повишаването на прехода към по-екологосъобразен и по-устойчив селскостопански сектор чрез изграждане на икономическите, екологичните и социалните аспекти на устойчивостта на продуктите и производствените процеси на ЕС както в ЕС, така и в страните извън ЕС. В международен план политиката за организация на промоционалните кампании за селскостопанските продукти на ЕС трябва да подкрепи усилията за установяване на продоволствената система на ЕС като световен еталон за устойчивост. В това отношение може да се предприемат мерки по инициатива на Комисията по-специално да се допринесе за засилване на усилията на ЕС за създаване на ангажирани, включително за изграждането на „зелени алианси“. Новите схеми, имат за цел да повишат осведомеността на потребителите за устойчиво етикетироване на храните, хуманното отношение към животните, здравословните начини на хранене и инициативата на ЕС за улавяне на въглероден диоксид. Кампанията ще подкрепи и Европейския план за борба с рака по различни начини, например чрез разширяване на основните аспекти на потреблението на плодове и зеленчуци в контекста на балансираното и здравословно хранене, както и на други здравословни хранителни продукти и категории, които съществуват с недостатъчно съдържание в ЕС, което оказва отрицателно въздействие върху общественото здраве.

Ролята на земеделските организации в промоционалната политика

Политиката на ЕС относно мерките за информиране и насърчаване на селскостопанските продукти има за цел да подпомогне земеделските организации да навлязат или да затвърдят своите позиции на атрактивни за тях пазари. Промоционалните програми предвиждат дейности, които повишават осведомеността сред потребителите относно усилията, положени от европейските земеделски производители за осигуряване на качествени и безопасни продукти.

Промоционалната политика има ясни приоритети, които се определят годишно – в работна програма. За бенефициери са определени браншови и междубраншови организации на производители на национално и европейско ниво, както и организации, извършващи обществени услуги за популяризиране на земеделски продукти като Селскостопанските камари например. Списъкът на допустими продукти включва всички селскостопански продукти (без тютюн) и преработени продукти като бира, макаронени изделия, сладка царевича, памук и др. При определени изисквания могат да се популяризират вино, спиртни напитки със защитено географско наименование и риба и рибни продукти. Европейските схеми за качество, включително национални схеми за качество, био продукти и продукти от отдалечените райони са водещ приоритет за политиката. В същата посока се признава стратегическото значение на показването на търговските марки и произхода на европейските продукти.

За всяка година Европейската комисия утвърждава Работна програма с насоки, която може да определя целеви сектори и/или схеми за насърчаване за част от финансирането. Поканите за представяне на предложения за конкретни кампании се публикуват в началото на годината. 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. Процедурата за подбор и оценка на подадените заявления е само на ниво Комисия.

Политиката за конкретно показване на способността на ЕС за съгласуване с новите политически приоритети се извършва посредством годишната работна програма за 2021 г., която бе заделила 50 % от бюджета си за теми, които са съществени за постигането на целите на стратегията „От фермата до трапезата“. Заделени бяха 49 милиона евро за специално потребление на биологичните продукти, 19,1 милиона евро за специално потребление на плодове и зеленчуци в балансиран и подходящ хранителен режим, и на 18 милиона евро за увеличаване на осведомеността относно устойчивото селско стопанство, политика за контекста на специално предоставяне на осезаема подкрепа за стратегията въз основа на работната програма.

Работните програми предвиждаха бюджети за действие в отговор на неочаквани сериозни смущения на пазара, загуба на доверието на потребителя и други специфични проблеми (при вземане на изключителни мерки в съответствие с част V, глава 1 от Регламент (ЕС) № 1308/2013 9). В контекста на пътя на пандемията от COVID-19 за първи път бяха отработени допълнителни покани, представени за предложение за финансиране на дейностите, които планират пакета за извънредното положение.

Работната програма за финансиране на мерките за информиране и насърчаване относно селскостопанските продукти, реализирани на вътрешния пазар и в трети страни за 2022 г. също е приета. За бюджетните кредити по тази работна програма представлява решение за финансиране по смисъла на член 110 от Регламент (ЕС, Евратом) 2018/1046.

Член 2 гласи: „Максималният принос на Съюза за изпълнението на множество програми и мерки по инициатива на Комисията за 2022 г. е определен на 96 900 000 евро и ще бъде финансиран от бюджетните кредити, вписани в бюджетен ред 08 02 03 03 от общия бюджет на Съюза. Бюджетните кредити, предвидени в първия параграф, могат също да покриват дължими лихви за забава плащане.

Изпълнението на настоящото решение зависи от наличието на бюджетни кредити предвидени в проекта за общ бюджет на Съюза за 2022 г., след приемането му бюджет от бюджетния орган или както е предвидено в системата на временните дванадесети.

Общата сума, предвидена за финансиране на прости програми през 2022 г., е определена на 89 000 000 EUR и се финансира от бюджетните кредити, вписани в бюджетен ред 08 02 03 02 от общия бюджет на Съюза.

Европейската комисия отпуска 185,9 милиона евро през 2022 г. за финансиране на дейности за насърчаване на селскостопански хранителни продукти от ЕС у дома и в чужбина.

Кампаниите, насочени към страни извън ЕС, са насочени към пазари с висок потенциал за растеж, като Япония, Южна Корея, Канада и Мексико.

Член 4 допълва „Кумулирани промени в разпределенията по мултипрограми и мерки по инициатива на Комисията не надвишава 20 % от максималния принос на Съюза, определен в член 2 от настоящото решение не се счита за съществено за целите на член 110, параграф 5 от Регламент (ЕС, Евратом) 2018/1046, когато тези промени не засягат значително естеството на действията и целта на работната програма. Увеличението на максималната вноска, определена в член 2 от настоящото решение, не надвишава 20 %.

Отговорният разпоредител с бюджетните кредити може да приложи типа промени, посочени в първия параграф в съответствие с принципите на доброто финансово управление и пропорционалност.

Изпълнението на настоящото решение зависи от наличието на бюджетни кредити предвидени в проекта за общ бюджет на Съюза за 2022 г., след приемането му като бюджет от бюджетния орган или както е предвидено в системата на временните дванадесети.“¹

Ето и какви са поканите за предложенията – промоция на селскостопански продукти отразени в Годишната работна програма за 2022 г., която се фокусира върху кампании, които са в съответствие с амбициите на Европейския зелен пакт, подкрепящи целите от стратегията „От фермата до вилицата“, плана на Европа за преодоляване на рака, плана за действие на ЕС за биологични продукти и съобщението относно европейската гражданска инициатива „Край възрастта на клетката“. Кампаниите също така ще подчертаят високите стандарти за безопасност на селскостопанските хранителни продукти на ЕС, както и разнообразната и традиционна гама от продукти, поддържани от схемите за качество на ЕС.

Съдържание на програмите за специално информиране

Програмата за специално информиране представлява съгласуван набор от операции, които могат да се съпоставят:

- рекламни кампании в пресата, по телевизията/радиото или в интернет;
- промоции на мястото на продажба;
- кампании за връзки с обществеността;
- участие в изложения и панаири;

Програмите за съответните, които се изпълняват от бенефициерите за период от една до три години, могат да бъдат под формата на:

- обикновени програми, представени от една или повече предлагащи организации от една и съща държава членка — над половината от бюджета, отпуснат за такава програма за периода 2016—2020 г., беше насочен към пазарите извън ЕС; или
- многонационални програми, представени от две или повече предлагащи организации от поне две държави или от една или повече паневропейски организации — въпреки че делът на тези програми, посочени към пазарите извън ЕС, расте през периода 2016—2019 г. те бяха използвани главно за финансиране на дейности за отделните на вътрешния пазар.

Пазарни мерки

Публичната интервенция, като основна пазарна мярка в сектор Полски култури, която се прилага от ЕС, има за цел стабилизиране на пазарите и осигуряване на минимален праг на доходите на европейските земеделски производители. *Прилаганите схеми са „Интервенционно изкупуване на зърнени култури и ориз“, „Съхранение на интервенционни запаси“ и „Продажба на интервенционни запаси“.*

¹ Съставено в Брюксел на 15.12.2021 г.

Периодът на изкупуване при публична интервенция е: за зърнени култури от 1 ноември до 31 май; а за неолющен ориз - от 1 април до 31 юли. За периода на членството на България в ЕС, българските производители са проявили интерес само към схемата за изкупуване на пшеница и ечемик.

Изкупуването на полски култури може да се реализира по 2 начина: на фиксирана цена или чрез тръжна процедура. Ежегодно, през периода на изкупуване, на територията на България, интервенционната агенция изкупува, на фиксирана цена, зърнени култури и неолющен ориз до достигане на определените количества. В България интервенционната агенция е ДФ „Земеделие”- Разплащателна агенция. Изкупуването на обикновената пшеница чрез публична интервенция, на фиксирана цена е 3 млн. тона за целия ЕС, за периода от 1 ноември до 31 май. Минималното количество, за което могат да се отнасят офертите и тръжните предложения е 80 тона за обикновена пшеница, ечемик, царевица и сорго.

Условията, на които трябва да отговарят операторите (кандидатите) са: всеки оператор (кандидат), установен и регистриран за целите на ДДС в ЕС, може да подаде оферта или тръжно предложение по схема за публична интервенция. За целите на изкупуването на зърнени култури и ориз обаче е достатъчна регистрацията в регистъра на стопанствата, в случай че операторът не е регистриран за целите на ДДС. Когато се подава оферта или тръжно предложение за изкупуване, се внася гаранция в полза на интервенционната агенция, до която е подадена офертата или тръжното предложение. За зърнените култури тя е 20 евро/тон. Разплащателната агенция (РА) изкупува полските култури, при условие, че те са с произход територията на ЕС (ожънати на територията на ЕС) разделени са на хомогенни партии, отговарят на определени изисквания по отношение на количество и качество по Регламент 1272/2009 г. и са на разположение за незабавна доставка.

Референтна цена на зърнените култури, обект на интервенция – 101.31 EUR/тон. В случай, че ЕК приеме регламент за откриване на тръжна процедура, се публикува покана за участие в търг, в която се описват условията и изискванията за подаване на оферти. За количествата над 3 млн. тона обикновена пшеница, както и за твърда пшеница, ечемик, царевица, сорго и ориз, интервенционните цени и количествата за интервенция, се определят от ЕК чрез тръжни процедури. Изкупуването на зърнени култури/неолющен ориз чрез тръжна процедура се извършва въз основа на тръжни предложения, които операторите представят в ДФЗ-РА. Тръжното предложение, попълнено по образец и ценовото предложение се подават в съответната областна дирекция по постоянен адрес и седалище на оператора.

Покани за предложения - Насърчаване на селскостопански продукти

Европейската комисия съфинансира кампании за успешно популяризиране на европейски селскостопански продукти в световен мащаб и повишаване на осведомеността за селскостопанските продукти на ЕС на нови пазари.

Ето и индикативния график за публикуваните покани за предложения за 2022 г. в България:

1. ноември-декември 2021 г
Публикуване на годишната работна програма
2. 20 януари 2022 г
Стартиране на поканата за предложения

3. 1-2 февруари 2022 г
Информационен ден на ЕС
4. 21 април 2022 г
Краен срок за подаване на предложения от кандидатите
5. април-септември 2022 г
Независими експерти оценяват предложенията
6. октомври-ноември 2022 г
Кандидатите се уведомяват, ако тяхното предложение е избрано
7. Към декември 2022 г
Подписани споразумения за безвъзмездна помощ за успешни проекти
8. януари 2023 г
Старт на промоционалните кампании

Планирането и организирането на промоционални кампании за селскостопанските продукти на ЕС са насочени към кампании, преследващи пазари извън ЕС с потенциал за висок растеж, като Канада, Китай, Япония, Корея, Мексико и САЩ и др. Допустимите сектори през годините са различни и включват: млечни продукти и сирене, трапезни маслини и зехтин, вина, зърно, ориз и др. Очаква се избраните кампании да повишат конкурентоспособността и потреблението на селскостопански и хранителни продукти в ЕС, да повишат техния профил и да увеличат пазарния си дял в тези целеви страни.

Източници на информация:

https://rea.ec.europa.eu/funding-and-grants/promotion-agricultural-products-0/calls-proposals-promotion-agricultural-products_en

<https://www.mzh.government.bg/bg/politiki-i-programi/politiki-i-strategii/obshta-selskostopanska-politika/obshta-organizaciya-na-pazarite-na-selskostopanski-produkti/>

https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_en

<https://nivabg.com/es-dava-nad-200-mln-evro-za-promotsionalni-kampanii-na-selskostopanska-produktsiia/>

https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cmef_bg

https://agriculture.ec.europa.eu/sustainability/economic-sustainability/cap-measures_bg

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e9e739da-f87f-11e8-9982-01aa75ed71a1>

<https://www.mzh.government.bg/bg/politiki-i-programi/politiki-i-strategii/obshta-selskostopanska-politika/obshta-organizaciya-na-pazarite-na-selskostopanski>

Проект „Подкрепа на предприемачеството в областта на вътрешната преработка на качествени селскостопански продукти в областите Еврос, Хасково, Смолян и

Кърджали“(QUALFARM), е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие (ЕФРР) и от национални фондове на страните, участващи в Програмата за трансгранично сътрудничество ИНТЕРРЕГ V-A Гърция-България 2014–2020.

Съдържанието на този материал е изцяло отговорност на Сдружение „Съюз за възстановяване и развитие“ и по никакъв начин не може да се счита, че отразява възгледите на Европейския съюз, участващите страни, Управляващия орган и Съвместния секретариат.