


Procedure file

Informations de base			
COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure 2013/0398(COD) codécision) Règlement		Procédure terminée	
Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion Abrogation Règlement (EC) No 3/2008 2007/0095(CNS)			
Sujet 3.10.02 Produits transformés, agroalimentaire 3.10.03 Commercialisation et échanges des produits agricoles et des animaux 3.10.14 Soutien aux producteurs, primes et aides agricoles 4.60.02 Information du consommateur, publicité, étiquetage 6.20 Politique commerciale commune en général			
Acteurs principaux			
Parlement européen	Commission au fond	Rapporteur(e)	Date de nomination
	AGRI Agriculture et développement rural		05/11/2013
		PPE HERRANZ GARCÍA Esther	
		Rapporteur(e) fictif/fictive S&D GARCÍA PÉREZ Iratxe ALDE GOULARD Sylvie Verts/ALE BOVÉ José ECR NICHOLSON James	
	Commission pour avis	Rapporteur(e) pour avis	Date de nomination
	IMCO Marché intérieur et protection des consommateurs	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
	CONT Contrôle budgétaire	La commission a décidé de ne pas donner d'avis.	
Conseil de l'Union européenne	Formation du Conseil	Réunion	Date
	Agriculture et pêche	3337	13/10/2014
	Agriculture et pêche	3307	24/03/2014
	Agriculture et pêche	3293	17/02/2014
	Agriculture et pêche	3285	16/12/2013
Commission européenne	DG de la Commission	Commissaire	
	Agriculture et développement rural	CIOLOȘ Dacian	
Comité économique et social européen			
Evénements clés			
21/11/2013	Publication de la proposition législative	COM(2013)0812	Résumé
09/12/2013	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 1ère lecture		

Evénements clés

21/11/2013	Publication de la proposition législative	COM(2013)0812	Résumé
09/12/2013	Annonce en plénière de la saisine de la commission, 1ère lecture		

16/12/2013	Débat au Conseil	3285	
17/02/2014	Débat au Conseil	3293	Résumé
18/03/2014	Vote en commission, 1ère lecture		
21/03/2014	Dépôt du rapport de la commission, 1ère lecture	A7-0217/2014	Résumé
24/03/2014	Débat au Conseil	3307	
15/04/2014	Résultat du vote au parlement		
15/04/2014	Décision du Parlement, 1ère lecture	T7-0362/2014	Résumé
13/10/2014	Adoption de l'acte par le Conseil après la 1ère lecture du Parlement		
22/10/2014	Signature de l'acte final		
29/10/2014	Fin de la procédure au Parlement		
04/11/2014	Publication de l'acte final au Journal officiel		

Informations techniques

Référence de procédure	2013/0398(COD)
Type de procédure	COD - Procédure législative ordinaire (ex-procedure codécision)
Sous-type de procédure	Législation
Instrument législatif	Règlement
	Abrogation Règlement (EC) No 3/2008 2007/0095(CNS)
Base juridique	Traité sur le fonctionnement de l'UE TFEU 042-p1; Traité sur le fonctionnement de l'UE TFEU 043-p2
Consultation obligatoire d'autres institutions	Comité économique et social européen
Etape de la procédure	Procédure terminée
Dossier de la commission parlementaire	AGRI/7/14631

Portail de documentation

Document de base législatif	COM(2013)0812	21/11/2013	EC	Résumé
Document annexé à la procédure	SWD(2013)0469	21/11/2013	EC	
Document annexé à la procédure	SWD(2013)0470	21/11/2013	EC	
Projet de rapport de la commission	PE524.588	16/01/2014	EP	
Amendements déposés en commission	PE529.733	17/02/2014	EP	
Rapport déposé de la commission, 1ère lecture/lecture unique	A7-0217/2014	21/03/2014	EP	Résumé
Comité des régions: avis	CDR8096/2013	02/04/2014	CofR	
Amendements déposés en commission	PE532.376	07/04/2014	EP	
Texte adopté du Parlement, 1ère lecture/lecture unique	T7-0362/2014	15/04/2014	EP	Résumé

Comité économique et social: avis, rapport	CES0010/2014	30/04/2014	ESC	
Réaction de la Commission sur le texte adopté en plénière	SP(2014)471	09/07/2014	EC	
Projet d'acte final	00090/2014/LEX	22/10/2014	CSL	
Document de suivi	COM(2018)0788	05/12/2018	EC	Résumé
Document de suivi	SWD(2018)0482	05/12/2018	EC	
Document de suivi	COM(2019)0437	27/09/2019	EC	Résumé
Document de suivi	SWD(2020)0399	22/12/2020	EC	
Document de suivi	SWD(2020)0401	22/12/2020	EC	
Document de suivi	COM(2021)0049	11/02/2021	EC	

Informations complémentaires

Commission européenne

[EUR-Lex](#)

Acte final

[Règlement 2014/1144](#)

[JO L 317 04.11.2014, p. 0056](#) Résumé

Acte législatif final contenant des dispositions relatives aux actes délégués

Actes délégués

[2015/2668\(DEA\)](#)

Examen d'un acte délégué

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

OBJECTIF : prolonger, tout en la modernisant, l'action d'information et de promotion européenne en faveur des produits agricoles.

ACTE PROPOSÉ : Règlement du Parlement européen et du Conseil.

RÔLE DU PARLEMENT EUROPÉEN : le Parlement européen décide conformément à la procédure législative ordinaire sur un pied d'égalité avec le Conseil.

CONTEXTE : avec environ 18% des exportations et 20% des importations mondiales, l'Union peut revendiquer, au coude à coude avec les États-Unis, la place de premier importateur et exportateur de produits agricoles. Au fil des années, la filière européenne s'est orientée vers la qualité et la valeur ajoutée, autour de produits transformés de plus en plus appréciés en Europe, mais aussi dans le monde.

Pourtant, sur le marché intérieur, seule une faible minorité de consommateurs européens a conscience des efforts réalisés par les agriculteurs européens pour fournir une production de bonne qualité, saine et sans danger. Seuls 14% des européens reconnaissent les logos des produits bénéficiant d'une appellation d'origine protégée (AOP) ou d'une indication géographique protégée (IGP), qui sont les principaux systèmes européens de qualité mis en place par l'Union.

L'agriculture européenne se heurte aujourd'hui à un environnement beaucoup plus concurrentiel du fait de la mondialisation des marchés. Cette tendance devrait se maintenir dans les années à venir, avec la conclusion éventuelle du cycle de Doha et d'accords bilatéraux et régionaux en cours de négociation. Souvent craints, ces accords peuvent aussi être porteurs d'opportunités majeures pour ce secteur.

Aujourd'hui, il existe déjà un régime d'information et de promotion en faveur des produits agricoles, dont les principes sont définis dans le règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil. Le contexte actuel requiert toutefois une réforme de la politique de promotion en faveur des produits agricoles qui tire les leçons des programmes promotionnels effectués jusqu'à présent. L'objectif est d'appuyer le secteur agricole, et notamment les PME et les organisations de producteurs qui constituent le socle de ce secteur.

ANALYSE D'IMPACT : le scénario «ciblé» est l'option privilégiée : ce scénario permet un ciblage des actions de promotion sur les marchés interne et externe au moyen de l'élaboration et de la mise en œuvre d'une stratégie. Il favorise également la collaboration entre les opérateurs de différents États membres (via le passage des programmes multi-pays en gestion directe).

La stratégie permettrait en outre l'élargissement des produits et thèmes éligibles au régime de promotion. Ce scénario propose enfin une meilleure utilisation des mentions de l'origine des produits et des marques commerciales (ex : marques en «bandeau»).

CONTENU : compte tenu de l'expérience acquise et des perspectives d'évolution du secteur agricole et des marchés tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Union, la Commission propose d'abroger le règlement (CE) n° 3/2008 et de le remplacer par un nouveau règlement.

La proposition vise à permettre la réalisation d'actions d'information et de promotion sur le marché intérieur et dans les pays tiers, nécessaires au secteur agricole pour relever les défis auxquels il est confronté dans un contexte de concurrence croissante et d'ouverture des marchés.

Les principaux éléments de la réforme proposée sont les suivants :

- sur le marché intérieur, des actions d'information sur les spécificités des modes de production agricole de l'Union ou sur des thèmes qui ont un intérêt pour l'Union comme les systèmes européens de qualité ;
- des actions relatives à la valorisation de l'authenticité des produits de l'Union afin d'améliorer la connaissance des consommateurs sur les qualités des produits authentiques par rapport aux produits d'imitation et de contrefaçon ;
- l'élargissement du régime d'information et de promotion à certains produits alimentaires à base de produits agricoles ;
- la limitation de l'éligibilité du vin pouvant faire l'objet d'actions d'information et de promotion au seul cas où le vin est associé à un autre produit agricole ou alimentaire ;
- un encadrement strict des possibilités de mentionner l'origine des produits ou les marques commerciales au titre d'illustration du message principal générique mettant en avant les caractéristiques intrinsèques des produits agricoles européens ;
- la réalisation d'un plus grand nombre d'actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles de l'Union dans les pays tiers, avec l'objectif d'atteindre 75% des dépenses estimées ;
- une ouverture du régime aux organisations de producteurs ;
- l'établissement d'un programme de travail définissant les priorités stratégiques de ces actions, en termes de populations, de produits, de thèmes ou de marchés à cibler, ainsi que les caractéristiques des messages d'information et de promotion ;
- le développement de nouveaux services de support technique pour les parties prenantes favorisant l'échange d'information et permettant de développer leur expertise ;
- une gestion facilitée des programmes soumis par des opérateurs de différents États membres ;
- une évaluation systématique de l'impact accompagnant toute action pour confirmer que les objectifs prévus ont bien été atteints ;
- une simplification des procédures administratives : la Commission serait plus active dans la gestion des programmes multi-pays pour faciliter leur création et leur mise en œuvre. Les rôles respectifs de l'État membre et de la Commission dans le suivi et le contrôle des actions seraient clarifiés afin d'éviter des doublons et des longues procédures. Une sélection uniquement au niveau de la Commission est proposée.

INCIDENCE BUDGÉTAIRE : par rapport à la situation actuelle, la proposition prévoit une augmentation graduelle mais significative du budget alloué aux actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles (de 61,5 million EUR dans le budget 2013 jusqu'à 200 millions EUR en 2020). Les dépenses totales sont estimées à 883 millions EUR pour la période 2014-2020.

ACTES DÉLÉGUÉS : la proposition contient des dispositions habilitant la Commission à adopter des actes délégués conformément à l'article 290 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

La commission de l'agriculture et du développement rural a adopté le rapport d'Esther HERRANZ GARCÍA (PPE, ES) sur la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

La commission parlementaire a recommandé que la position du Parlement européen adoptée en première lecture suivant la procédure législative ordinaire modifie la proposition de la Commission comme suit.

Objectifs : les députés ont proposé de clarifier que la fourniture d'informations et les mesures de promotion prévues par le règlement devraient poursuivre les objectifs suivants:

- l'augmentation des parts de marché des produits agricoles et alimentaires de l'Union, en accordant une attention particulière aux marchés à fort potentiel de croissance;
- l'information des consommateurs sur les normes élevées imposées aux productions de l'Union à la suite de la mise en œuvre de la politique agricole commune (PAC);
- le renforcement de la prise de conscience et de la reconnaissance des régimes de qualité de l'Union;
- l'amélioration de la compétitivité et la visibilité des productions de l'Union à l'intérieur et à l'extérieur de l'Union;
- le rétablissement des conditions normales de marché en cas de perturbations graves, de perte de confiance des consommateurs et de problèmes spécifiques.

Actions sur le marché intérieur et les marchés des pays tiers : alors que la Commission propose d'établir une distinction entre les actions qui peuvent être entreprises dans le marché intérieur et celles qui peuvent être réalisées dans des pays tiers, le rapport propose de maintenir un seul classement des actions pouvant être financées à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de l'Union européenne.

Les actions d'information devraient viser à :

- souligner les spécificités des modes de production agricole et alimentaire de l'Union, notamment en termes de sécurité des aliments, de qualité, d'étiquetage, de traçabilité, de durabilité, de normes sociales, de traditions culturelles, de goût, d'aspects nutritionnels et sanitaires, de bien-être des animaux ou de respect de l'environnement ;
- mettre en lumière les caractéristiques intrinsèques des produits agricoles et alimentaires.

Les actions de promotion devraient viser à :

- accroître les ventes de produits alimentaires agricoles et transformés à partir de produits agricoles de l'Union;
- protéger l'authenticité des appellations d'origine protégées, les indications géographiques protégées et les spécialités traditionnelles garanties.

Produits éligibles : les députés ont introduit le coton parmi les produits éligibles. Le vin d'appellation d'origine ou d'indication géographique protégée, ainsi que les vins dont le cépage est indiqué pourraient bénéficier des actions d'information et de promotion.

Les produits de la pêche et de l'aquaculture ne pourraient faire l'objet de campagnes d'information et de promotion dans les pays tiers que sous certaines conditions.

En ce qui concerne les produits alimentaires à base de produits agricoles, la priorité devrait être accordée aux produits pour lesquels l'origine de l'Union dans les matières premières est démontrée.

Dispositions financières relatives aux programmes simples : les députés ont proposé que la contribution financière de l'Union aux programmes simples s'élève à au moins 75% (plutôt que 50%) de la dépense admissible au bénéfice de l'aide. Ils ont supprimé la possibilité de porter ce pourcentage à 60% pour un programme simple visant un ou plusieurs pays tiers et pour les actions d'information et de promotion des fruits et légumes destinées spécifiquement aux enfants dans les établissements scolaires de l'Union.

Le pourcentage à la charge de l'Union en cas de perturbations graves du marché ou de perte de confiance des consommateurs ne serait pas inférieur à 85%.

Services de support technique : les députés ont précisé que les services développés par la Commission devraient permettre de favoriser la connaissance des différents marchés, y compris le financement de visites commerciales exploratoires, de maintenir un réseau professionnel dynamique autour de la politique d'information et de promotion, de conseiller et d'assister les opérateurs en matière de protection de leurs produits face aux produits d'imitation et aux falsifications dans des pays tiers.

Rapport : au plus tard le 31 décembre 2017, la Commission devrait présenter un rapport intérimaire sur l'application du règlement, comprenant le taux de mise en œuvre dans différents États membres, accompagné, le cas échéant, de propositions appropriées. À la demande du Parlement européen, la Commission présenterait le rapport intérimaire à la commission compétente.

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

Le Parlement européen a adopté par 557 voix pour, 103 contre et 12 abstentions, une résolution législative sur la proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Le Parlement a arrêté sa position en première lecture suivant la procédure législative ordinaire. Les amendements adoptés en plénière sont le résultat d'un accord négocié entre le Parlement européen et le Conseil. Ils modifient la proposition comme suit :

Objectifs : le Parlement et le Conseil sont convenus de clarifier que l'objectif général des actions d'information et de promotion devrait être de renforcer la compétitivité du secteur agricole. Les objectifs particuliers seraient :

- de généraliser la prise de conscience des mérites des produits agricoles de l'Union et des normes élevées qui s'appliquent aux modes de production dans l'Union ;
- d'accroître la compétitivité et la consommation des produits agricoles et de certains produits alimentaires de l'Union et de renforcer leur notoriété tant dans l'Union qu'à l'extérieur;
- d'augmenter la connaissance et la reconnaissance des systèmes de qualité de l'Union;
- d'augmenter la part de marché des produits agricoles et de certains produits alimentaires de l'Union, en accordant une attention particulière aux marchés de pays tiers à fort potentiel de croissance;
- de rétablir des conditions normales de marché en cas de grave perturbation du marché, de perte de confiance des consommateurs ou d'autres problèmes spécifiques.

Actions d'information et de promotion : comme proposé par les députés, le texte amendé a retenu un seul classement des actions pouvant être financées à la fois à l'intérieur et à l'extérieur de l'Union européenne. Ces actions devraient viser à :

- souligner : i) les spécificités des modes de production agricole de l'Union, notamment en termes de sécurité des aliments, de traçabilité, d'authenticité, d'étiquetage, d'aspects nutritionnels et sanitaires, de bien-être des animaux, de respect de l'environnement et de durabilité, et ii) les caractéristiques des produits agricoles et des produits alimentaires, en particulier en termes de qualité, de goût, de diversité ou de traditions;
- faire mieux connaître l'authenticité des appellations d'origine protégées, des indications géographiques protégées et des spécialités traditionnelles garanties de l'Union européenne.

Ces actions consisteraient en des opérations de relations publiques et des campagnes d'information et pourraient prendre la forme d'une participation à des manifestations, foires et expositions d'importance nationale, européenne ou internationale.

Caractéristiques des actions : il est précisé que les actions ne devraient pas être orientées en fonction de marques commerciales ou selon l'origine.

Néanmoins, dans le but d'améliorer la qualité et l'efficacité des démonstrations, des dégustations et du matériel d'information et de promotion, la possibilité de mentionner la marque d'un produit et son origine est prévue, pourvu que soit respecté le principe de non-discrimination et que les actions ne tendent pas à encourager la consommation d'un produit au seul motif de son origine.

Produits éligibles : en ce qui concerne le vin, seuls les vins d'appellation d'origine ou d'indication géographique protégée, ainsi que les vins dont le cépage est indiqué, devraient pouvoir faire l'objet d'actions d'information et de promotion.

En ce qui concerne les produits de la pêche et de l'aquaculture énumérés à l'annexe I du règlement (UE) no 1379/2013, l'éligibilité aux actions serait limitée au seul cas où les produits de la pêche et de l'aquaculture sont associés à un autre produit agricole ou alimentaire.

Seraient également admissibles : i) les produits relevant des systèmes européens de qualité ou d'autres systèmes de qualité reconnus par les États membres, ii) le mode de production biologique, et iii) le symbole graphique des produits agricoles de qualité spécifiques des régions ultra-périphériques.

La Commission pourrait adopter des actes délégués pour compléter la liste des produits alimentaires éligibles en fonction de l'évolution du marché.

Types d'action : les actions seraient menées à partir d'initiatives de la Commission et de programmes d'information et de promotion. Les programmes consisteraient en un ensemble cohérent d'opérations, qui sont exécutées sur une période d'un an au moins et de trois ans au plus.

Afin d'augmenter le nombre des actions proposées et d'améliorer leur qualité, les co-législateurs ont élargi le champ des bénéficiaires aux organisations de producteurs, aux groupements et aux organismes du secteur agroalimentaire dont l'objet et l'activité consistent à donner des informations sur les produits agricoles ou à faire leur promotion.

Programme de travail de la Commission : le programme de travail annuel adopté par la Commission devrait énoncer les objectifs opérationnels poursuivis. En particulier, il devrait prévoir des dispositions temporaires spécifiques concernant la réponse à apporter en cas de grave perturbation du marché ou de perte de confiance des consommateurs.

Dispositions financières relatives aux programmes simples : la contribution financière de l'Union aux programmes simples couvrirait 70% de la dépense admissible sur le marché intérieur et 80% dans les pays tiers. Le pourcentage à la charge de l'Union en cas de perturbations graves du marché ou de perte de confiance des consommateurs serait porté à 85%.

Services de support technique : comme proposé par les députés, les services développés par la Commission devraient permettre de favoriser la connaissance des différents marchés, y compris le financement de visites commerciales exploratoires, et de maintenir un réseau professionnel dynamique autour de la politique d'information et de promotion, y compris un service de conseils au secteur pour faire face à la menace des produits d'imitation et de contrefaçon dans des pays tiers.

Rapport : au plus tard le 31 décembre 2018, la Commission devrait présenter un rapport intermédiaire sur l'application du présent règlement, comprenant le taux de mise en œuvre dans différents États membres, accompagné, le cas échéant, de propositions appropriées.

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

OBJECTIF : adopter des actions de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

ACTE LÉGISLATIF : Règlement (UE) n° 1144/2014 du Parlement européen et du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisées sur le marché intérieur et dans les pays tiers et abrogeant le règlement (CE) n° 3/2008 du Conseil.

CONTENU : le règlement révisé le régime établi par le règlement (CE) n° 3/2008 en vue de le rendre plus efficace et cohérent. Il établit les conditions auxquelles les actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles et certains produits alimentaires à base de produits agricoles réalisées sur le marché intérieur ou dans des pays tiers peuvent être financées en tout ou partie par le budget de l'Union.

Objectifs des actions d'information et de promotion : il s'agit :

- de généraliser la prise de conscience des mérites des produits agricoles de l'Union et des normes élevées qui s'appliquent aux modes de production dans l'Union;
- d'accroître la compétitivité et la consommation des produits agricoles et de certains produits alimentaires de l'Union et de renforcer leur notoriété tant dans l'Union qu'à l'extérieur;
- d'augmenter la connaissance et la reconnaissance des systèmes de qualité de l'Union;
- d'augmenter la part de marché des produits agricoles et de certains produits alimentaires de l'Union, en accordant une attention particulière aux marchés de pays tiers à fort potentiel de croissance;
- de rétablir des conditions normales de marché en cas de grave perturbation du marché, de perte de confiance des consommateurs.

Les actions devraient tendre à :

- souligner les spécificités des modes de production agricole de l'Union, notamment en termes de sécurité des aliments, de traçabilité, d'authenticité, d'étiquetage, d'aspects nutritionnels et sanitaires, de bien-être des animaux, de respect de l'environnement et de durabilité, et les caractéristiques des produits, en particulier en termes de qualité, de goût, de diversité ou de traditions;
- mieux faire connaître l'authenticité des appellations d'origine protégées, des indications géographiques protégées et des spécialités traditionnelles garanties de l'Union.

Ces actions consisteraient notamment en des opérations de relations publiques et des campagnes d'information et pourraient aussi prendre la forme d'une participation à des manifestations, foires et expositions d'importance nationale, européenne ou internationale.

Les programmes d'information et de promotion devraient consister en un ensemble cohérent d'opérations, qui seraient exécutées sur une période d'un an au moins et de trois ans au plus.

Mention de marques et de l'origine: selon le règlement, les actions ne devraient pas être orientées en fonction des marques commerciales ni selon l'origine; néanmoins, la mention de marques et de l'origine dans les programmes de promotion serait possible dans certaines conditions à préciser dans un acte d'exécution concernant le marché intérieur.

Produits et thèmes éligibles : les actions pourraient couvrir :

- les produits énumérés sur la liste figurant à l'annexe I du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, à l'exclusion du tabac;
- les produits énumérés à l'annexe I du présent règlement;
- les [boissons spiritueuses](#) et les vins avec indication géographique protégée ainsi que la bière dans certaines conditions;
- dans le contexte de la promotion de plusieurs produits, les produits de la pêche et de l'aquaculture énumérés à l'annexe 1 du [règlement \(UE\) n° 1379/2013](#).

Entités proposant : alors que les programmes étaient jusqu'à présent déposés par des organisations professionnelles et/ou interprofessionnelles, le nouveau règlement élargit le champ des bénéficiaires aux organisations de producteurs et à leurs associations, aux

groupements et aux organismes du secteur agroalimentaire.

La Commission devrait procéder à l'évaluation et à la sélection des propositions de programmes simples reçues en réponse à l'appel de propositions prévu au règlement. Elle devrait fournir aux États membres, des informations sur tous les programmes proposés ou sélectionnés.

Services de soutien technique : en ce qui concerne les actions à l'initiative de la Commission, cette dernière devrait développer des services de soutien technique, en vue notamment:

- de favoriser la connaissance des différents marchés, y compris au moyen de missions commerciales exploratoires;
- de maintenir un réseau professionnel dynamique autour de la politique d'information et de promotion, y compris en fournissant des conseils au secteur concerné pour faire face à la menace des produits d'imitation et de contrefaçon dans des pays tiers.

Financement des mesures : la contribution financière de l'Union aux programmes simples couvrirait 70% de la dépense admissible sur le marché intérieur et 80% dans les pays tiers. Le pourcentage à la charge de l'Union en cas de perturbations graves du marché ou de perte de confiance des consommateurs est porté à 85%.

Rapport : au plus tard le 31 décembre 2018, la Commission devrait présenter un rapport intermédiaire sur l'application du règlement, comprenant le taux de mise en œuvre dans différents États membres, accompagné, le cas échéant, de propositions appropriées.

ENTRÉE EN VIGUEUR : 24.11.2014. Le règlement est applicable à partir du 1.12.2015.

ACTES DÉLÉGUÉS : la Commission peut adopter des actes délégués afin de compléter ou de modifier certains éléments non essentiels du règlement. Le pouvoir d'adopter de tels actes est conféré à la Commission pour une période de 5 ans (renouvelable) à compter du 24 novembre 2014. Le Parlement européen ou le Conseil peuvent formuler des objections à l'égard d'un acte délégué dans un délai de deux mois à compter de la date de notification (ce délai pouvant être prolongé de deux mois). Si le Parlement européen ou le Conseil formulent des objections, l'acte délégué n'entre pas en vigueur.

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

Conformément au règlement (UE) n°1144/2014 du Parlement européen, la Commission a présenté un rapport relatif à des actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisées sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Pour rappel, l'UE aide le secteur agroalimentaire à financer des campagnes d'information et de promotion. En expliquant aux consommateurs et aux importateurs les normes élevées et la qualité des produits agroalimentaires de l'UE, les programmes de promotion de l'Union soutiennent les producteurs européens dans un monde de plus en plus concurrentiel et encouragent l'ouverture de nouveaux marchés.

Le rapport a indiqué qu'à la lumière des statistiques sur les applications concernant les programmes de promotion, la participation à des missions de haut niveau depuis 2016 et du feedback des questionnaires d'évaluation, il y a un niveau d'intérêt élevé dans les politiques réformées de promotion.

Les programmes de promotion :

- en 2016, première année de mise en œuvre de la réforme de la politique de promotion, l'Agence exécutive pour les consommateurs, la santé, l'agriculture et l'alimentation (la «Chafea») a reçu 226 propositions: 199 pour les programmes simples (proposés par une ou plusieurs organisations émanant d'un seul État membre) et 27 pour les programmes multiples (proposés par deux ou plusieurs organisations venant d'au moins deux États membres différents ou au moins une organisation agissant à l'échelle européenne) à la suite de la publication des appels à propositions. Au total, 60 programmes simples ont été sélectionnés. Des propositions émanant de 16 États membres ont été approuvées. L'Italie compte le plus grand nombre de bénéficiaires (10), suivie par la France et la Grèce avec 8 bénéficiaires chacune.
- en 2017, 189 propositions de programmes simples et 35 propositions de programmes multiples ont été soumises. 53 programmes simples et 10 programmes multiples ont été sélectionnés. Sur les 53 propositions retenues pour des programmes simples, 17 ont bénéficié à des organisations provenant de France (sur 23 demandes de subvention présentées), ce qui correspond au total à 36 % du budget.
- en 2018, la Chafea a reçu 182 propositions (146 pour des programmes simples, 36 pour des programmes multiples) après la publication des appels à propositions. Dans l'attente de la signature des conventions de subvention, il est prévu que des organisations italiennes reçoivent au total 18 des 58 subventions (sur 31 propositions soumises par des organisations italiennes), ce qui correspond à 35% du budget. Le secteur des fruits et légumes, avec 17 demandes, devrait recevoir 31,2 % du budget, celui de la viande et des préparations de viande 22,7 % (12 subventions), le secteur du fromage et des produits laitiers 19,5 % (13 subventions) et le panier de produits 19,2 % du budget disponible (10 subventions). Ces quatre secteurs représentent la majorité des programmes évalués en vue de l'octroi d'une subvention et absorbent la majeure partie du budget disponible.

Le grand nombre de propositions reçues après la publication des appels à propositions en 2016, 2017 et 2018 témoigne d'un réel intérêt pour le système. En outre, la simplification de la procédure de soumission et les outils proposés pour aider les demandeurs à soumettre une proposition ont reçu un accueil favorable auprès de la majorité des participants.

Il ressort des statistiques sur le type de participants que ceux-ci ne se limitent pas aux organisations interprofessionnelles réputées, mais comprennent également un grand nombre d'organisations de producteurs ou d'associations d'organisations de producteurs, de groupements de producteurs et de transformateurs actifs dans le domaine des indications géographiques, etc.

Missions de haut niveau : la Commission a mis en œuvre des actions de promotion en Colombie, au Mexique, en Chine, au Japon, au Vietnam, à Singapour, en Indonésie, au Canada, en Iran et en Arabie Saoudite. Selon une enquête ultérieure de la Commission, le taux de satisfaction moyen parmi les délégués d'entreprises est généralement supérieur à 90 %.

Le rapport intermédiaire a ensuite indiqué que les procédures d'évaluation pour les programmes de promotion avaient montré leur efficacité pour

ce qui est de la soumission, de l'évaluation et de la mise en œuvre des actions concernées.

Chaque année, des questionnaires d'évaluation ont été envoyés aux demandeurs après la clôture de l'appel afin d'obtenir des conseils sur les domaines susceptibles d'être améliorés. En 2018, 22 % des demandeurs ont fourni un retour d'information. 79 % des personnes interrogées étaient satisfaites du système de soumission électronique, 76 % estimaient que les critères d'évaluation étaient clairement expliqués. La grande majorité (86 %) des documents des appels à propositions fournis ont été considérés comme utiles ou très utiles.

Le rapport a ajouté que, la nouvelle politique de promotion ne pouvant être évaluée qu'à partir de 2016, il était prématuré, à ce stade, de proposer des modifications. Une évaluation externe a été lancée pour le rapport final et sera accompagnée de propositions de modification.

Produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers: actions d'information et de promotion

La Commission a présenté un rapport relatif à l'exercice du pouvoir d'adopter des actes délégués conféré à la Commission en vertu du règlement (UE) n° 1144/2014 du Parlement européen et du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisées sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Délimitation de la délégation de pouvoirs

Le règlement (UE) n° 1144/2014 établit les conditions auxquelles les actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles et certains produits alimentaires à base de produits agricoles réalisées sur le marché intérieur ou dans des pays tiers peuvent être financées en tout ou partie par le budget de l'Union.

Le règlement habilite la Commission à adopter des actes délégués :

- afin de compléter la liste de produits figurant à l'annexe I du règlement en y ajoutant des produits alimentaires pour tenir compte de l'évolution du marché,
- pour établir les conditions particulières dans lesquelles les entités proposant, organisations, groupements ou organismes peuvent soumettre un programme,
- pour établir les conditions spécifiques d'éligibilité pour les programmes simples,
- pour établir les conditions applicables à la procédure de mise en concurrence destinée à sélectionner les organismes d'exécution,
- en ce qui concerne les conditions spécifiques d'éligibilité au financement de l'Union des coûts des actions d'information et de promotion et, si nécessaire, de coûts administratifs et de personnel.

Le pouvoir d'adopter des actes délégués est conféré à la Commission pour une période de cinq ans à compter du 24 novembre 2014. La Commission élabore un rapport relatif à la délégation de pouvoir au plus tard neuf mois avant la fin de la période de cinq ans. La délégation de pouvoir est tacitement prorogée pour des périodes d'une durée identique, sauf si le Parlement européen ou le Conseil s'oppose à cette prorogation trois mois au plus tard avant la fin de chaque période.

Exercice de la délégation

La Commission a adopté un acte délégué sur la base de l'article 7, paragraphe 2, de l'article 11, paragraphe 1, de l'article 13, paragraphe 1, et de l'article 15, paragraphe 8, à savoir: le [règlement délégué \(UE\) 2015/1829 de la Commission](#). Cet acte délégué établit les conditions régissant la soumission, par les entités proposant, de programmes simples et multiples, et notamment l'exigence que ces entités soient représentatives du secteur ou des secteurs concernés. Il dispose que tout programme simple doit avoir une taille suffisante pour être éligible et apporte des précisions à cet égard. Il précise également les critères de sélection des organismes d'exécution des programmes simples et définit les coûts admissibles.

Ni le Parlement européen ni le Conseil n'ont formulé d'objection à l'égard de ce règlement délégué. Après l'expiration du délai de deux mois, le règlement délégué de la Commission a été publié au Journal officiel de l'Union européenne et est entré en vigueur le 20 octobre 2015.

Les habilitations visées à l'article 5, paragraphe 2, et à l'article 29, paragraphe 2 du règlement, n'ont pas été utilisées, la Commission n'ayant constaté aucune nécessité d'ajouter des produits alimentaires à la liste des produits de l'annexe I, ni de prévoir de dispositions transitoires pour le passage de l'ancien au nouveau règlement.

La Commission conclut qu'elle a correctement exercé ses pouvoirs délégués. Bien qu'elle n'ait pas l'intention de recourir à ces habilitations dans un avenir proche, il ne peut être exclu que celles-ci deviennent nécessaires.