

Atskaite Par dalību COPA/COGECA rīkotajā seminārā „Ceļā uz jaunu ES veicināšanas politiku”:

13.–15.03.2012., Brisele

Izskatāmais jautājums:

Apaļā galda diskusija par nepieciešamajiem uzlabojumiem lauksaimniecības produktu veicināšanas programmās. Diskusijas dalībnieki- Eiropas Komisijas pārstāvis K.D.Borchardt, Eiropas Parlamenta pārstāvis E.Dollet, Copa-cogeca pārstāvis- Mr. Jochum, FIAB ekonomisko un starptautisko lietu direktors- Mr. Jaime Palafox un CELCAA ģenerālsekretārs Mr. Gruner.

Rezumējums (LV viedoklis/citu DV viedoklis/u.c. komentāri):

Komisijas pārstāvis K.D.Borchardt atgādināja, ka, lai gan Eiropas Savienībā ražotajai produkcijai ir gan pasaulē atzīta kvalitāte, gan augsti drošības standarti, vietējā tirgū ES dalībvalstīm kļūst arvien grūtāk konkurēt ar importa produkciju- no Jaunzēlandes, Austrālijas u.c. Līdz ar to ir nepieciešams nostiprināt ES lauksaimniecības produkcijas tēlu, izceļot un vēlreiz atgādinot par tās pozitīvajām īpašībām.

K.D.Borchardt norādīja, ka nepieciešams reformēt veicināšanas programmas- šobrīd tikai puse no veicināšanas programmām ir vērstas uz globālo tirdzniecību un spēj to ietekmēt. Ir novērota tendence, ka parasti veicināšanas programmās piedalās vienas un tās pašas dalībvalstis un veicināšana notiek tikai dotās valsts līmenī. Tādējādi rodas aizdomas, ka programmas tiek izmantotas tikai kā „vieglas naudas” gūšanas avots organizācijām, nevis dod kādu pievienoto vērtību visai ES. Programmās vairāk nepieciešams fokusēties uz mērķi, stratēģiju.

Nepietiekami izmantoti dalībvalstu vietējie tirgi- varētu attīstīt zemnieku veikaliņus, tādējādi saistot konkrēto produktu ar konkrēto ražotāju.

Reformējot veicināšanas programmas, jādomā arī par jauniem veidiem, kā atgriezt patērētāju uzticību krīzes situācijās (kā pagājušā gadā ar Koli baktēriju).

Jāattīsta daudz-valstu veicināšanas programmas un jaunu tirgu iekarošana, īpašu uzmanību pievēršot tām trešajām valstīm, ar kurām neseno noslēgti sadarbības līgumi.

Maksimāli jāsamazina administratīvās izmaksas. Jānodrošina tas, ka ES fondi ir pieejami tikai tad, ja var pierādīt, ka tiešām radīsies pievienotā vērtība ES līmenī.

E.Dollet norādīja, ka nepieciešams vienkāršot administratīvās procedūras, kā arī jānodrošina, ka veicināšanas programmas nedrīkst izmantot dalībvalstu izcelšanai. Nepietiekami tiek izmantotas arī kvalitātes shēmas- tā ir iespēja popularizēt vietējo produkciju.

J.Palafox ieteica veidot veicināšanas programmas, ņemot vērā pieprasījumu. Nākotnē jāpievērš uzmanība tādām valstīm kā Malaizija, Indija, Indonēzija u.c.



Izskatāmais jautājums:

Jauno mediju un tehnoloģiju laikmets

Rezumējums (LV viedoklis/citu DV viedoklis/u.c. komentāri):

Šobrīd ir aptuveni 2 miljoni interneta lietotāju un pasaulē valda informācijas pārpilnība. Ir kļuvis ļoti grūti piesaistīt patērētāja uzmanību. Jābūt ļoti interesantam Cilvēki kļuvuši par ciniķiem- būtībā paļaujas tikai uz savu draugu/ paziņu viedokļiem un ieteikumiem.

Lai panāktu to, ka cilvēks pats apskatās reklāmu un vēl iesaka to kādam citam, tā jāveido īpaši interesanta, aizraujoša un smieklīga. Ir piecas galvenās reklāmas veiksmes atslēgas- mērķis, stāsts, īsti cilvēki (nevis aktieri), iespēja piedalīties, reklāma pa vairākiem kanāliem- facebook, mājas lapas, twitter. Reklāmas izvērtēšanā ļoti labi noder „Vai man patiktu?” tests.

Vācijas pārstāvji pauda bažas, ka ne vienmēr pēc šādām interesantām reklāmām seko reāls pieprasījuma pieaugums. Reklāmas nozares pārstāvis savukārt norādīja, ka šādi jebkurā gadījumā pieaug atpazīstamība, tam ne vienmēr jānoved pie tūlītējas peļņas.

Izskatāmais jautājums:

Veicināšanas programmu administratīvo procedūru vienkāršošana

Rezumējums (LV viedoklis/citu DV viedoklis/u.c. komentāri):

Paveiktais: Pieteikšanās 2 reizes gadā (Pozitīvi. Nav tik ilgi jāgaida nākamā pieteikšanās kārtā. Var ātri uzlabot programmu un startēt atkal). Programmām jauns, uzlabots grafiks, tās tiks ātrāk izskatītas. Internetā izveidota tieša pieeja saistošajiem dokumentiem. Ir izveidots jauns dokuments- vadlīnijas. Pieejams: <http://ec.europa.eu/agriculture/promotion> Vadlīnijas tiek vērtētas divējādi- no vienas puses tās ir nepieciešamas, taču reizēm ir tik detalizētas, ka tikai apgrūtina programmas veidošanu.

Komisija ziņo, ka 2011.gadā tika apstiprināti 67% no iesniegtajām programmām (salīdzinot, 2010.g.- 33%).

Komentāri par nepieciešamajiem uzlabojumiem:

-Varbūt var atrast finansējumu arī programmas sagatavošanai, īpaši daudz-valstu programmām, kur administratīvās izmaksas jau sākotnēji ir ļoti lielas- atsevišķi pieteikumi, prezentācijas katrā valstī, dokumenti visās valodās, turklāt katra valsts tomēr nedaudz savādāk interpretē programmas prasības.

-Jāstrādā pie tā, lai vieglāk izdarīt izmaiņas programmā. 3 gadu programmām, piemēram, ļoti grūti paredzēt, kāda būs situācija pēc gada, diviem.

Izskatāmais jautājums:

Pieredze daudz-valstu un multi- produktu veicināšanās programmās.

Rezumējums (LV viedoklis/citu DV viedoklis/u.c. komentāri):

Tika apskatītas divas programmas:

- piena produktu veicināšanas programma, piedalās 8 organizācijas no 7 valstīm-šis ir jau otrais realizētais projekts;

- multi- produktu veicināšanas programma Indijā- ietvers seminārus, popularizēšanu caur medijiem, kā arī „Eiropas veselības parādi"- 9 pilsētās degustācijas, nelieli tirdziņi.

Ieteikumi:

Palielināt atbalsta intensitāti daudz-valstu veicināšanas programmām: programmas tiešām sarežģītākas, rodas papildus izmaksas tulkojot/ saskaņojot programmu, programmas dokumentus.

Svarīgi izpētīt vietējā tirgus īpatnības un pieprasījumu- īpaši tad, ja veicināšanas programma tiek orientēta uz trešo valstu tirgiem.

Izskatāmais jautājums:

Darba grupa par dzīvnieku izcelsmes produktu veicināšanas programmām

Rezumējums (LV viedoklis/citu DV viedoklis/u.c. komentāri):

Katra nozare iepazīstināja ar nozarē pastāvošo situāciju, izskaidroja veicināšanas programmu nepieciešamību. Kopumā tika uzsvērts, ka visām nozarēm nepieciešams iedalīt naudu veicināšanas programmu īstenošanai.

Aitkopība- plānots, ka 2012.gadā par 2.4% kritīs ES saražotās jēra gaļas produkcijas apjoms. Pieaug patēriņš- 500 miljoni ES iedz.tiek uzskatīti par labāko mērķauditoriju. Problēmas nozarē: novecojas patērētāju bāze, maz zināšanu par jēra gaļas pagatavošanu, daudz patērētāju zaudēts līdz ar pirk spējas samazināšanos.

Cūkkopība- Ķīna saražo 50.6%, Eiropa 22.9%, ASV 10% , citas valstis- 16.4% no pasaulē patērētās cūkgaļas. Āzijas tirgus aug- Ķīna būtu lieliska mērķauditorija. Tur arī arvien pozitīvāk tiek uztverta importa produkcija- neuzticas vietējam ražojumam. Galvenie konkurenti: ASV, Kanāda, Brazīlija, Čīle, Meksika. Mērķis: Palielināt tirgus daļu un tirdzniecības apjomu.

Liellopu gaļas ražošana- Īrijas pārstāvis. Pieeja: Atļaut izcelt vietējo produkciju. Uzstādījums: „The flavour shows, where the best grass grows". Uzskata, ka jāatļauj atbalstīt vietējie brendi. Īrijā būtu iespējas vēl vairāk attīstīt eksportu (šobrīd ap 85%

Īrijā saražotās liellopu gaļas tiek eksportēta, 96% no tā nonāk Eiropas tirgū).

Putnkopība: Jauna regula, tās ieviešanai zemnieki patērēja samērā daudz papildus līdzekļu. Nozarē radušās papildus izmaksas, sakarā ar dažādām dzīvnieku labturības un pārtikas drošuma prasībām. Nepieciešams skaidrot, kāpēc ES olu ražošanas izmaksas ir lielākas, nekā citur pasaulē.

Jautājumi apdomāšanai:

1. Vai nav labāk kā mērķa tirgu tomēr izmantot ES? – Ja nu Ķīna, piem., izdomā kādu dienu slēgt savu tirgu?
2. „Veselīgās pārtikas grozs”- varētu būt laba ideja veicināšanai.
3. Kā ir iespējams savienot nacionālo produktu veicināšanu ar kopējo ES produktu veicināšanu?
4. Nepieciešama vienota veicināšanas stratēģija- gan nacionālā, gan ES līmenī.
5. Sākotnēji jānodrošina tirgus pieejamība- vienošanās, „pilota projekti”, tikai tad jāveido veicināšanas programmas.

Kopsavilkums/ leteikumi nākamajam darbam:

Reforma ir tikai pašā sākuma posmā- tiek vāktas idejas, kuras vēlāk varētu tikt pētītas ES līmenī. Nepieciešams skatījums valstiskā līmenī: kuri produkti/produktu grupas tiek uzskatīti par stratēģiski nozīmīgākajiem.

Madara Mežvieta

Paraksts



PROJEKTU LĪDZFINANŠĒ
EIROPAS SAVIENĪBA

**ELFLA**
EIROPAS LAUKSAIMNIECĪBAS FONDS LAUKU ATTĪSTĪBAI:
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS