

Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Departementet



Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug
og Fiskeri

Den 22. oktober 2013
Sagsnr.: 99

- ./.. Vedlagt fremsendes til udvalgets orientering besvarelse af spørgsmål nr. 95 ad EUU alm. del af den 25. september 2013 vedrørende salgsfremme i EU-regi.

Med venlig hilsen

Hanne Lauger



Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Folketingets Europaudvalg

København, den

Sagsnr.: 22571

Dok.nr.: 590363

FVM 198

Folketingets Europaudvalg har i skrivelse af den 25. november 2013 stillet følgende spørgsmål (spørgsmål nr. 95 (EUU alm. del)) efter ønske fra Per Clausen (EL):

Spørgsmål 95:

Ministeren bedes – som lovet på Europaudvalgets møde den 20. september 2013 – fremsende en række konkrete eksempler på sager, hvor Danmark har stemt imod salgsfremme, og som danner grundlag for at regeringen ønsker at revidere Danmarks hidtidige principielle modstand mod salgsfremme i EU-regi.

Svar:

Spørgsmålet har været forelagt for NaturErhvervstyrelsen, som oplyser følgende:

”Kommissionen behandler to gange årligt indsendte ansøgninger fra erhvervs- og brancheorganisationer om EU-støtte til gennemførelse af informations- og salgsfremme-programmer. Efterfølgende stemmes der i en forvaltningskomitéprocedure om én samlet pakke af de af EU-landene indsendte ansøgninger, som Kommissionen indstiller til godkendelse eller afvisning.

Medfinansieringen fra EU ligger typisk på 50 % af de godkendte programomkostninger.

Danmark er involveret i to igangværende programmer og Kommissionen vil træffe afgørelse om godkendelse af et tredje program efter et forvaltningskomitémøde den 23. oktober 2013.

Som danske eksempler kan de to igangværende programmer og et muligt kommende program nævnes:

1. ”Milk – nutritious by nature” igangsat i år. Formålet er at forbedre forbrugernes positive opfattelse af mælk og sætte fokus på mælks næringsværdi og genoprette forbruget af mælk som en naturlig del af dagligdagen i konkurrence med læsedrikke på EU's indre marked. Målgruppen er primært kvinder i alderen 18 – 44 år

samt mødre med børn i alderen 8 – 13 år. Udover Danmark er Frankrig, Holland, UK, Irland, Belgien og Østrig med i programmet, der har en økonomisk ramme på 119 mio. kr. I Danmark er Mejeriforeningen involveret.

Danmark var alene om at stemme imod.

2. "Promotion of EU-pork and pork by-products in the modern retailsector in China and Hong Kong" igangsat i efteråret 2012. Formålet er at øge den europæiske eksport af frosset svinekød og svinekødsprodukter i Kina, bl.a. i konkurrence med USA og Canada. Der forventes en øgning af eksporten på ca. 185 mio. kr. Programmet har en ramme på 52 mio. kr. Programmet gennemføres af Landbrug og Fødevarer og er en generisk kampagne, der er i tråd med Regeringens Vækstmarkedsstrategi.

Danmark var alene om at stemme imod.

3. "Season – Everyday food with fruit, vegetable and joy", der ønskes igangsat ultimo 2013. Formålet er at øge forbruget af frugt og grønt gennem bl.a. bladet "Sæson", og vende et faldende forbrug især hos børnefamilier ved at informere forbrugerne om, at frugt og grønt er billigere end man tror. Programmet har en ramme på 17 mio. kr. Det er det tredje program der gennemføres herom af Gartneriets Afsætningsudvalg i Danmark.

Som eksempel på programmer i andre medlemslande, som er i overensstemmelse med danske prioriteter, kan nævnes:

1. Et hollandsk program "The taste of organic". Formålet er at øge kendskabet til EU's økologilogo og øge efterspørgslen efter økologiske produkter, især hos den pragmatiske forbruger på det hollandske marked.
2. Et græsk program om økologisk frugt og grønt. Formål er at øge kendskabet til og salg af økologiske produkter i Tyskland, Holland og Sverige ved fokus på bl.a. fødevareresikkerhed, produktkvalitet og økologisk mærkning
3. Et belgisk program, der sigter på at øge kendskabet til særligt kartoflers rige anvendelsesmuligheder samt stoppe nedgangen af forbruget af kartofler blandt 18-45 årige.
4. Et græsk program, der har som formål at øge forbruget af friske grøntsager, især asparges i Grækenland, Frankrig og Tyskland.
5. Et irsk program "Just add mushrooms" rettet mod markedet i Irland og UK med henblik på at øge kendskabet til, at champignon kan indgå i "6 om dagen".