



COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN

Brussel, 22.01.1999
COM(1999) 11 def.

Mededeling van de Commissie aan de Raad

**betreffende de aan de Internationale Olijfolieraad (IOR) te betalen bijdrage voor
het promotiefonds voor de voorlichtingscampagne 1999/2000 ter bevordering
van het verbruik van olijfolie en tafelolijven in derde landen**

Mededeling van de Commissie aan de Raad

betreffende de aan de Internationale Olijfolieraad (IOR) te betalen bijdrage voor het promotiefonds voor de voorlichtingscampagne 1999/2000 ter bevordering van het verbruik van olijfolie en tafelolijven in derde landen

1. Op grond van artikel 11, lid 1, van Verordening nr. 136/66/EEG van de Raad houdende de totstandbrenging van een gemeenschappelijke ordening der markten in de sector oliën en vetten¹, laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 1638/98², is de Gemeenschap gemachtigd om, direct of indirect, voorlichtingscampagnes of andere acties uit te voeren om in de lidstaten en in derde landen het verbruik van in de Gemeenschap geproduceerde olijfolie en tafelolijven te bevorderen.

In artikel 11, lid 2, van diezelfde Verordening nr. 136/66/EEG wordt de Commissie verzocht de Raad het programma te verstrekken van de acties die zij van plan is in het volgende verkoopseizoen of in de volgende verkoopseizoenen uit te voeren.

2. Als volwaardig lid van de Internationale Overeenkomst voor Olijfolie en Tafelolijven, die in Genève is ondertekend in 1986 en per 1 januari 1994 vijf jaar is verlengd en later nog eens met twee jaar tot en met 31 december 2000, moet de Gemeenschap elk jaar bijdragen voor het promotiefonds van de Internationale Olijfolieraad dat moet dienen om het verbruik van olijfolie en tafelolijven in derde landen te bevorderen.

Bij de opstelling van de begroting 1999 is het beginsel van de bijdrage opgenomen in hoofdstuk B1-38 (marktontwikkeling).

3. Sedert een aantal jaren betaalt de Gemeenschap een verplichte en een vrijwillige bijdrage die in 1998 waren opgelopen tot 5 970 450 ECU voor een programma waarmee een totaalbedrag van 6 109 400 ECU gemoeid is.

Dit programma heeft hoofdzakelijk betrekking op voorlichtings-, educatie- en onderzoekacties die in de loop der jaren in diverse derde landen zijn uitgevoerd.

De promotieacties zijn begonnen op de Amerikaanse markt (1983/84) en voortgezet in Australië (1989/90) en Japan (1991/92). Sindsdien zijn ook reclamecampagnes georganiseerd in Canada (1994/95), Argentinië (1994/95), Thailand (1996/97), Zuid-Oost-Azië (Taiwan 1998/99) en Brazilië (1998/99).

Rekening houdend met enerzijds de zeer positieve resultaten wat betreft de stijging van het verbruik van olijfolie in de landen waar de promotieprogramma's van de IOR zijn uitgevoerd (zie tabel in de bijlage) en anderzijds de vooruitzichten voor de ontwikkeling van het olijfolieaanbod in de Gemeenschap, is de Commissie van oordeel dat de promotieacties in bepaalde derde landen via de Internationale Olijfolieraad moeten worden voortgezet, parallel met de in de Gemeenschap gevoerde campagnes.

¹ PB 172 van 30.9.1966, blz. 3025/66.

² PB L 210 van 28.7.1998, blz. 32.

Daarom wordt voorgesteld het promotiefonds voort te blijven steunen met een financiële bijdrage uit hoofde van het verkoopseizoen 1999/2000.

4. In juli 1998 heeft de Internationale Olijfolieraad (IOR) de Commissie een actieprogramma voor het verkoopseizoen 1999/2000 (van maart 1999 tot en met februari 2000) doorgegeven, evenals een uitgesplitst ontwerp-budget voor de financiering van dit programma.

De grote lijnen van het programma zijn:

- acties inzake promotie, public relations en voorlichting (vanuit wetenschappelijk, voedings- en gastronomisch oogpunt) in de bovengenoemde derde landen,
- voortgezet wetenschappelijk onderzoek en verspreiding van de resultaten van eerder onderzoek,
- productie van voorlichtingsmateriaal en verspreiding daarvan bij internationale evenementen in diverse landen,
- marktonderzoeken en evaluaties van de uitgevoerde programma's.

Het door de IOR gepresenteerde programma kost 6 148 950 EUR.

De middelen zouden als volgt over de belangrijkste onderdelen worden gespreid:

– acties derde landen	4 325 400 EUR
– wetenschappelijk onderzoek	400 000 EUR
– verspreiding van de resultaten	171 000 EUR
– productie van materiaal en internationale evenementen	510 000 EUR
– marktonderzoek/evaluaties	120 000 EUR
– andere (tafelolijven, kwaliteitscontrole, enz.)	622 550 EUR
	6 148 950 EUR

5. De Commissie heeft het ontwerp-programma bestudeerd, dat een voortzetting is van de eerder gevoerde acties. De strategie lijkt in overeenstemming met de doelstellingen en de voorgestelde middelen lijken te beantwoorden aan de gekozen strategie.

De evaluaties van de laatste jaren bevestigen overigens de doeltreffendheid van de uitgevoerde acties.

Rekening houdend met de achteruitgang van de economische en financiële situatie in de betrokken gebieden door de significante waardevermindering van bepaalde valuta's, en met het oog op een deugdelijk financieel beheer acht de Commissie het gerechtvaardigd de middelen voor de in deze derde landen uit te voeren acties te verminderen (in euro), zonder dat dit echter de doeltreffendheid van die acties in gevaar mag brengen. Deze vermindering varieert van 3% (dollarzone) tot 8% (Japan en Brazilië) en zelfs 14% (Zuid-Oost-Azië).

Bijgevolg moet de door de IOR voorgestelde totale begroting als volgt worden aangepast:

– acties derde landen*	4 054 000 EUR
– wetenschappelijk onderzoek	400 000 EUR
– verspreiding van de resultaten	171 000 EUR
– productie van materiaal en internationale evenementen	474 950 EUR
– marktonderzoek/evaluaties	120 000 EUR
– andere (tafelolijven, kwaliteitscontrole, enz.)	616 450 EUR
	5 836 400 EUR

6. Het bovenbedoelde bedrag wordt gefinancierd met:

- een verplichte bijdrage van de leden van de IOR ten bedrage van 500 000 EUR (het aandeel van de Gemeenschap bedraagt 405 050 EUR op grond van de in de Overeenkomst vastgestelde verdeelsleutel),
- een vrijwillige bijdrage van de Gemeenschap van maximaal 5 301 400 EUR,
- geraamde ontvangsten ten bedrage van 35 000 EUR uit de verkoop van IOR-publicaties.

De maximale financiële bijdrage van de Gemeenschap voor het verkoopseizoen 1999/2000 bedraagt dus 5 706 450 EUR, dat wil zeggen 4,4% minder dan voor het voorgaande verkoopseizoen (5 970 450 EUR).

Niettemin is de Commissie van oordeel dat de promotieacties in Argentinië voorlopig beter niet worden voortgezet omdat in dit land een invoerheffing toepast.

Als deze situatie vóór het begin van het volgende verkoopseizoen (1 maart 1999) niet verandert, zou het daardoor vrijkomende bedrag kunnen worden gebruikt om de middelen voor andere acties, met uitzondering van die in de producerende landen buiten de EU, in het kader van het programma te verruimen.

Mocht de Argentijnse maatregel echter worden opgeheven, dan zou de Commissie met voortzetting van de promotieactiviteiten van de IOR in Argentinië kunnen instemmen.

* Voor de acties in Argentinië is voorzien een budget van 302 000 EUR.

Ontwikkeling van het verbruik op basis van de gegevens betreffende de invoer

(x 1 000 ton)

	USA	JAP	AUS	CAN	ARG	BRA	AZIË	TOTAAL
Oorspronkelijk verbruik	25	2	4	6	1	26	3	67
Verbruik begin activiteiten IOR	38	4	10	11	1	26	4	94
Huidig verbruik	140	30	21	19	7	29	6	252
Doelstellingen m.b.t. het verbruik voor 2000/2001	160	50	24	30	20	40	15	339