

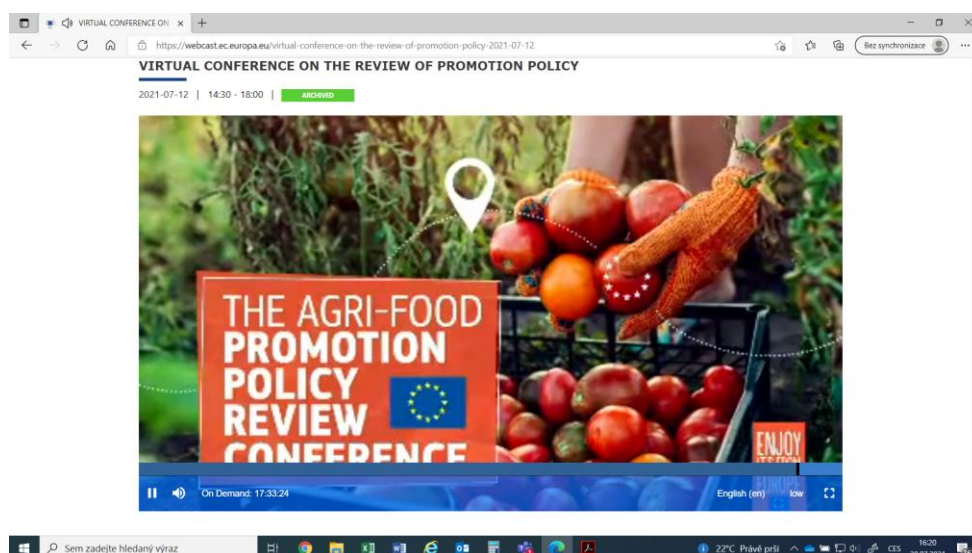
Zpráva z Konference k reformě propagační politiky

Datum: 12. – 13. 7. 2021

Místo konání: online videokonference

Konference k reformě propagační politiky byla organizována Evropskou komisí s cílem seznámit účastníky s reformou propagační politiky jejími politickými východisky, předběžným výsledkem veřejné konzultace a nastínit možné modely její budoucí podoby.

Akce zdůraznila potřebu silné a efektivní evropské propagační politiky, která je posílena a upravena tak, aby poskytovala přidanou hodnotu EU pro zemědělské produkty.



Pondělí 12. 7. 2021

14:40 – 15:00 Zahájení konference

Janusz Wojciechowski, komisař Evropské komise pro zemědělství

Jože Podgoršek, ministr zemědělství Slovinské republiky

Pan Wojciechowski uvítal účastníky semináře a zhodnotil význam zemědělskopotravinářského sektoru a úlohy a významu propagační politiky. Uvedl, že v souladu se strategií Farm to Fork (F2F) je důležité podporovat přechod k udržitelné produkci a stravě založené především na

roślinných produktech. Zároveň je nutné podporovat obchod jak na vnitřním trhu, tak v mezinárodním kontextu z pohledu konkurenceschopnosti.

Green Deal (GD) a F2F ukládá členským státům přechod na udržitelnost a zajištění udržitelné produkce a spotřeby. Takoví producenti se mají zvýhodňovat.

Zmínil také vliv pandemie COVID-19 na sektor zemědělství a produkci potravin.

Propagační politika se musí zejména zaměřovat na ochranu životního prostředí, udržitelnost a obecné snížení uhlíkové stopy při produkci potravin. Takový postoj podporují i občané EU. Podpora by měla směřovat k malým a středním podnikům produkujícím udržitelné potraviny. Zároveň je nutné zachovat tradice, které v EU existují.

Přechod k udržitelné produkci již není možné dle p. Wojciechovského odkládat, neboť je to nutné jak v kontextu dohod, tak z důvodu ochrany životního prostředí. Nová propagační politika by v tom měla sehrát iniciativní roli.

Pan Podgoršek uvítal účastníky konference a zmínil důležitost zemědělské produkce v EU a nutnost udržitelné produkce, která bude konkurenceschopná i na mezinárodních trzích. Zároveň je nutné zajistit dostupné a bezpečné kvalitní potraviny pro občany EU. Zmínil strategii F2F a nutnost naplnění jejích cílů. Za důležité považuje též ochranu evropských tradic ve stravování a kulinářských zvyklostí, neboť to patří do společného kulturního dědictví.

15:00 – 15:25 Prezentace předběžných výsledků veřejné konzultace

Giulia Martino, konzultantka Ecorys

Paní Martino prezentovala předběžné výsledky veřejné konzultace, která probíhala formou online dotazníku v období od 31. 3. do 23. 6. 2021. Respondenty byli občané EU, národní orgány a další zainteresované osoby (obchodní svazy, profesní sdružení apod.).

- konzultace byla zaměřena na reformu propagační politiky s cílem zjistit postoje široké veřejnosti
- cílem přezkumu propagační politiky je posílit konkurenceschopnost zemědělského a potravinářského odvětví Unie a současně posílit soudržnost s ostatními politikami EU, zjednodušit provádění programu a maximalizovat jeho dopad
- cílem veřejné konzultace bylo shromáždit informace a zpětnou vazbu od občanů EU a příslušných zúčastněných stran o třech možných politických možnostech, zejména o možných změnách legislativního rámce:
 - stavět na úspěchu současné politiky (možnost 1)

- změnit rozsah politiky (možnost 2)
- přehodnotit podmínky/způsobnost (možnost 3)
- zúčastnilo se celkem 7 528 respondentů, z toho 7 182 občanů EU, 110 občanských organizací,
17 národních orgánů a 219 respondentů z řad obchodních organizací
- nejvíce respondentů bylo z Francie (4 586), Nizozemí, a Belgie
- důvodem vysoké účasti respondentů z Francie bylo:
 - nevládní organizace ve Francii vyzvaly občany, aby přispěli do veřejné konzultace (např. Association Végétarienne de France – Francouzská vegetariánská konference, L124 a Greenpeace) a požadovali zastavení propagace živočišných produktů
 - nevládní organizace upozornily občany na konkrétní web vytvořený nevládní organizací L124, kde byly pokyny k vyplnění dotazníku poskytovány ve video formátu; toto výukové video poskytlo konkrétní pokyny pro šest otázek
- podpora politiky je slabá mezi občany, silná mezi podnikatelskými sdruženími a veřejnými orgány - většina podniků a veřejných orgánů podporuje zachování současné politiky
- panuje konsenzus o zvyšování povědomí o udržitelných a zdravých produktech v EU
- podpora občanů, občanské společnosti a veřejných orgánů při zavádění nových kritérií způsobilosti
- způsoby, jak zvýšit soudržnost s ostatními politikami EU – občané EU
 - dále propagovat - rostlinné produkty, vegetariánská/veganská strava
 - konec propagace - živočišné produkty, jako je maso, mléčné výrobky, vejce, ryby, produkty (intenzivní) živočišné výroby
- způsoby, jak zvýšit soudržnost s ostatními politikami EU – občanské organizace
 - dále propagovat - vegetariánská/veganská strava, udržitelná a vyvážená strava včetně masa
 - konec propagace - živočišné produkty, jako je maso, mléčné výrobky, vejce, ryby, produkty (intenzivní) živočišné výroby
 - politika propagace - sladění s ostatními politikami EU, revidovat politiku zahrnutím environmentálních, sociálních a zdravotních cílů
 - konec propagace – živočišné produkty, jako jsou maso a mléčné výrobky
- způsoby, jak zvýšit soudržnost s ostatními politikami EU – obchodní společnosti
 - propagační politika – nevylučovat žádné zemědělské produkty, zachovat konkurenceschopnost jako klíčový cíl, revidovat politiku zahrnutím environmentálních, sociálních a zdravotních cílů
 - dále propagovat - udržitelnou a vyváženou stravu včetně masa, informovat občany o výhodách zdravé a vyvážené stravy, udržitelnou výrobu

- způsoby, jak zvýšit soudržnost s ostatními politikami EU – národní orgány
 - revidovat politiku tak, aby byla udržitelnější, a to zahrnutím cílů v oblasti životního prostředí, sociální oblasti a zdraví, revidovat kritéria způsobilosti tak, aby zahrnovala rostlinné/udržitelné produkty, soulad s ostatními politikami EU
 - dále propagovat – udržitelnou výrobu, informovat občany o výhodách zdravé a vyvážené stravy
- klíčová sdělení - relevance a přidaná hodnota EU
 - odlišné názory - podniky a veřejné orgány jsou spíše pro zachování současné politiky (možnost 1)
 - občané a občanské organizace podporují zavedení nových kritérií způsobilosti (možnost 3)
 - konsenzus o zaměření propagace uvnitř EU - většina napříč skupinami podporuje zvyšování povědomí o udržitelnosti, opatřeních v oblasti změny klimatu a respektování životního prostředí, dobrých životních podmínek zvířat nebo zvyšování povědomí o vyvážené stravě a zdraví
 - konsenzus o propagační politice podporující udržitelně vyráběné výrobky, avšak rozdílné názory na to, zda to může zahrnovat propagaci masných výrobků
- klíčová sdělení - rozsah politiky
 - odlišné názory na cílové země – občané/občanská společnost: preference pro země EU, podniky/veřejné orgány: upřednostňují země EU i země mimo EU
 - konsenzus o podpoře udržitelně vyráběných produktů - majorita (> 50%) v každé skupině podporuje propagaci udržitelně vyráběných produktů při respektování všech prvků udržitelnosti, včetně welfare zvířat, respektu k životnímu prostředí a klimatu, jak je definováno ve strategii Farm to Fork, Většina respondentů je pro stejný přístup v EU i mimo ni
- klíčová sdělení - způsobilost a kritéria výběru
 - odlišné názory na kritéria způsobilosti - občané/občanské organizace: vyloučení produktů, které nejsou vyráběny udržitelným způsobem a nejsou v souladu s rostlinnou stravou
 - podniky/veřejné orgány: upřednostnění zachování současných kritérií
 - nízká úroveň podpory pro zahrnutí revidovaných výběrových kritérií
 - odlišné názory na propagaci alkoholických nápojů - Občané / občanská společnost: přibližně polovina respondentů je proti propagaci alkoholických nápojů; podniky/veřejné orgány: velká podpora propagaci alkoholických nápojů
- klíčová sdělení – provádění politiky propagace
 - konsenzus, že jsou relevantní jak jednoduché, tak i multinárodní programy
 - respondenti oceňují programy, které jsou řízeny na úrovni EU

- podpora, aby více programů řídila výkonná agentura EU
- příjemci a veřejné orgány označují proces podávání žádosti a komunikaci mezi výkonnou agenturou a příjemci jako potenciální oblasti pro zlepšení

Shrnutí:

Odpovědi respondentů naznačují pro přezkum politiky EU v oblasti zemědělství a potravin následující:

- **konsenzus upravit oblast působnosti politiky**
 - **zaměřit se na zvyšování povědomí o udržitelnosti, opatřeních v oblasti změny klimatu a respektování životního prostředí, dobrých životních podmínek zvířat nebo jejich příspěvku k vyvážené stravě a zdraví**
 - **podporovat udržitelně vyráběné produkty, které respektují všechny prvky udržitelnosti, včetně welfare zvířat, respektu k životnímu prostředí a klimatu, jak jsou definovány ve strategii Farm to Fork**
- **absence shody o nových kritériích způsobilosti a výběru**
 - **více než 80% občanů a organizací občanské společnosti chce vyloučit produkty, které nejsou vyráběny udržitelným způsobem a nejsou v souladu s rostlinnou stravou**
 - **zdá se, že vzhledem k nízké úrovni podpory pro začlenění kritérií způsobilosti nebo výběru mezi podniky a veřejné orgány upřednostňují informační a osvětové kampaně**
- **ocenění programů řízených na úrovni EU**
 - **existuje obecná tendence upřednostňovat řízení všech programů výkonnou agenturou Komise**

Paní Martino na závěr uvedla, že se jedná o předběžné výsledky průzkumu. Budou zpracovány kompletní výsledky a ty budou zveřejněny Evropskou komisí. EK při revizi propagační politiky přihlédně k jejím výsledkům.

Blok 1

15:30 – 16:30 Úloha propagační politiky pro zemědělské produkty - Jak může politika EU v oblasti propagace zemědělsko-potravinářských produktů podporovat přechod k udržitelnějšímu potravinovému systému EU v kontextu strategie „Farm to Fork“

Sébastien Treyer, výkonný ředitel, IDDRI

Pan Treyer zastupující organizaci IDDRI (The Institution For Sustainable Development and International Relations) představil hlavní teze přechodu k udržitelnému potravinovému systému

a rostlinné stravě z několika hledisek. Propagační politika na podporu přechodu k (více) udržitelnému potravinovému systému v souladu se strategií Farm to Fork a Green Deal:

- cíle na straně nabídky a cíle na straně poptávky
 - agroekologická Evropa: prostředek k dosažení výše uvedených cílů
 - důsledky pro trh EU
 - důsledky pro vývozní trh
- „TYFA“ (Ten Years For Agroecology) scénář
 - první krok: biotechnické modelování do roku 2050
 - soubor předpokladů sladěných s cíli F2F
 - řízení úrodnosti a uzavírání dusíkového cyklu
 - postupné vyřazování pesticidů
 - 10% krajinných prvků
 - pružné systémy živočišné výroby prostřednictvím extenzifikace
 - zdravá a vyvážená strava
 - probíhající práce: regionalizace, socioekonomické a politické aspekty
- důsledky pro trh EU
 - vše musí být doprovázeno skutečnou dietní změnou v EU
 - podpora propagace ovoce/zeleniny, luštěnin, ve větší míře než dnes
 - omezení podpory ultra zpracovaných potravin s vysokým obsahem tuku, cukru a soli
- podpora přechodu zemědělských podniků zvyšováním využívání skutečně udržitelných produktů
 - chráněná značení původu – zaměřit se na vysledovatelnost a udržitelnost
 - průběžné zlepšování schémat kvality a soulad s ekoschématy
- důsledky pro exportní trh
 - klíčová oblast pro obchodníky z EU, která by měla v následujících 10 letech růst
 - zaměřit se na vývoz kvalitního hovězího, masa, mléčných produktů a obilovin
 - vytvořit klíčové obchodní partnery, kteří budou uznávat a oceňovat zvýšení kvality životního prostředí a bezpečnosti výrobků EU

Shrnutí:

Klíčové výzvy, které doprovází dietní posun v EU a zavádění skutečně udržitelných produktů i do zahraničí při přeorientování politiky:

- **orientace na spotřebu ovoce a zeleniny, luštěnin**
- **podpora neustálého zlepšování schémat kvality na straně životního prostředí**
- **pro odvětví, která již dlouho těží z propagační politiky, je třeba se vyvíjet směrem k většímu ohledu na životní prostředí a zdraví**

Dále v tomto bloku vystoupili:

Mella Frewen, generální ředitelka Food&Drink Europe

Deirdre Ryan, ředitelka Quality Assurance and Origin Green, Bord Bia

Sophie Bertrand, manažerka vědeckých projektů, European Milk Forum

Výše uvedené prezentující představily názory daných sektorů. Souhlasí s nutností respektu k životnímu prostředí a přechodu k udržitelnější produkci, ale je potřeba brát ohled na ekonomické aspekty, zejména situaci na vnitřním trhu a zachování konkurenceschopnosti na trhu třetích zemí. Není nutné vylučovat produkty z propagace.

Blok 2

16:30 – 17:30 Podpora rostlinné a zdravé stravy pomocí propagační politiky

Jak může politika EU v oblasti propagace zemědělsko-potravinářských produktů podpořit přechod na zdravější stravovací návyky založené na rostlinných produktech v souladu s plánem boje proti rakovině?

Dr. Joao Bredda, zvláštní poradce regionálního ředitele, Divize zdravotnických systémů a programů - WHO Evropa

Dr. Bredda popsal vztah stravovacích návyků a výživy k nejčastějším civilizačním onemocněním. Zavedením zdravých a udržitelných potravinových systémů chce WHO posílit schopnosti zemí reagovat na okamžité a dlouhodobé výzvy v oblasti zdraví a životního prostředí.

Dr. Bredda uvedl, že ve vztahu k rostlinné stravě je třeba činit následující kroky:

- systematický přezkum – adekvátnost veganských diet
- revize rostlinných náhražek stravy
- výzkum ultra zpracovaných rostlinných potravin (např. veganské hamburgery) – z údajů supermarketů a stravovacích služeb

Rostlinná strava má potenciál expandovat do všech kategorií potravin a do všech zemí.

Dr. Bredda dále zmínil vliv konzumace alkoholických nápojů na zdraví, žádná míra konzumace alkoholu není považována za bezpečnou.

Dr. Bredda uvedl následující **doporučení** WHO:

- udržení zdravé hmotnosti
- vyvarování se zpracovaných masných produktů, neboť jsou karcinogenní a obsahují vysoké množství kalorií, nasycených tuků a soli, což přispívá k obezitě, kardiovaskulárním onemocněním a dalším nemocem
- omezení spotřeby červeného masa – obsahuje cenné živiny, jako jsou bílkoviny a železo, ale ve větším množství může být karcinogenní a obsahuje vysoké množství nasycených tuků
- preferovat celozrnné obiloviny před zpracovanými
- konzumace vysokého množství čerstvého ovoce a zeleniny - pomáhají udržovat zdravou váhu a obsahují živiny, které předcházejí rakovině a dalším nemocem
- omezení spotřeby soli a cukru
- vyloučení spotřeby alkoholu

Prof. Tim Lang, emeritní profesor potravinové politiky, Centrum potravinové politiky, City University of London

Prof. Lang ve své prezentaci „Velká potravinová transformace - potřebný rozsah a tempo“ uvedl, že k přechodu je nezbytné udělat následující kroky:

- změna paradigmatu – založená na vědeckém konsenzu, víceúrovňový přístup, EU dělá potřebné kroky, ale ne dost rychle, je třeba zahrnout následující faktory:
 - konsenzus o složitosti výzvy – jídlo je více než CO₂ nebo kalorie
 - potraviny tvoří 26% antropogenních skleníkových plynů
 - zemědělské a potravinářské produkty spotřebují až 70% pitné vody
 - potraviny jsou hlavní hnací silou ztráty biologické rozmanitosti
 - strava je hlavním průřezovým faktorem špatného zdraví
 - nárůst ultra zpracovaných potravin ve stravě
 - vzestup hladiny moře
 - pracovní místa: 1,1 miliardy v globálním zemědělství
 - využití půdy: 50% obyvatelné půdy se využívá k produkci potravin
 - plýtvání potravinami: kombinace „starého“ a „nového“ spotřebitele
 - potraviny = narušení veřejného zdraví v populačním měřítku
- multifaktoriální přístup – zemědělsko-potravinářská politika nejsou jen potraviny, uplatňuje se i sociální, ekonomické hledisko, zdraví, kvalita a životní prostředí
- mělo by být silné vedení (leadership) v této oblasti – spolupráce mezinárodních organizací, organizací na národní a regionální úrovni
- angažovanost spotřebitelů je prioritou
 - udržitelné stravování vyžaduje víceúrovňový zásah

- značení potravin není bezpodmínečně nutné, ale může pomoci
- přístup – buď jednoduchý, tj. kalorie a CO2 nebo komplexní (zohlednění dalších hodnot)
- ke stimulaci posunu ve stravování je potřeba využít celou řadu nástrojů
 - inovace: např. reformulace místo značení
 - pokyny k plánování: změna mikroprostředí
 - fiskální opatření: zvláštní daň na ultra zpracované potraviny
 - pokyny pro udržitelnou stravu: změna „zdravého talíře“
 - penzijní fondy a potraviny a nápoje s vysokým obsahem cukru a soli - „uvízlá aktiva“ – ztráta hodnoty aktiv
 - masivní program veřejného vzdělávání
 - zahrádnictví: masivní expanze napříč regiony

Dále vystoupili:

Klaus G. Grunert, Katedra managementu - MAPP - Výzkum tvorby hodnot v potravinářském sektoru, Aarhus University

Simona Rubbi, manažerka mezinárodních vztahů ve výzkumné a marketingové skupině CSO Itálie, prezidentka Civil Dialogue Group

Pan Grunert uvedl, že mezi nejdůležitější nástroje k dosažení přechodu na ekologický a udržitelný způsob produkce a spotřeby patří inovace jak v technologiích a výrobě, tak ve vývoji nových produktů. Důležité je také vhodné značení a využití synergických efektů různých nástrojů. Propagační kampaně mají svůj význam při zvyšování povědomí o nutnosti přechodu k „zeleným“ platformám, ale nepovedou k drastické změně spotřebitelského chování.

Paní Rubbi zmínila význam Evropské komise při naplňování cílů strategií a přechodu k ekologičtějšímu a udržitelnějšímu systému. Udržitelnost je nutné posuzovat z více hledisek – environmentální, sociální, ekonomické. Zavedení značení bude dobrým opatřením.

17:30 – 18:15 Závěr prvního dne konference

Nathalie Sauze-Vandevyver, ředitelka, Quality, Research & Innovation, Outreach, DG AGRI

Na závěr konference vystoupila paní Nathalie Sauze-Vandevyver, která uvedla, že budou diskutovány různé možnosti budoucí podoby propagační politiky. Bude docházet k postupným změnám, nebude se jednat o razantní náhlou změnu. EK zdůraznila, že propagační politika EU musí být v souladu s dalšími politikami a strategiemi EU.

Úterý 13. 7. 2021**9:00 – 10:00 Zahájení***Herbert Dorfmann, poslanec EP**Paolo De Castro, poslanec EP, Výbor pro mezinárodní obchod*

Zástupci Evropského parlamentu uvedli, že je nutné propagovat vysoce kvalitní produkty jak na vnitřním trhu, tak na trhu třetích zemí, při exportu je nutné vzít do úvahy poptávku na daném trhu, z EU by mohlo být exportováno např. víno a sýry. Spotřebitelům by mělo být vysvětlováno, proč konzumovat udržitelné produkty, ne direktivně přikazovat, co mají jíst a pít. Udržitelné produkty mají svou vyšší cenu a spotřebitelé by měli pochopit proč. Neměly by se diskriminovat určité skupiny produktů, ale v případě podpory z propagačních opatření by měly být produkty udržitelné. Spotřebitelům je nutné vysvětlit, že určité produkty by měly být konzumovány střídavě (maso, masné produkty, mléčné výrobky a víno). Není řešením určité skupiny produktů (např. masné produkty) nahrazovat produkty z importované sóji – to není udržitelnost, ta spočívá v lokálnosti a rozumném hospodaření, musí být stanovena přesná vodítka pro udržitelné produkty. Zemědělské produkty a potraviny z EU mají obecně vysokou kvalitu.

Propagační politika je úspěšným nástrojem obchodní politiky EU. Je potřeba ji ještě více zefektivnit.

Blok 3**10:00 – 11:00 Posílení konkurenceschopnosti zvyšováním povědomí o systémech jakosti EU a o specifikách zemědělsko-potravinářských výrobků EU na vnitřním trhu***Alessandro Banterle, Katedra environmentální vědy a politiky, University of Milan*

Pan Banterle se ve své prezentaci věnoval současnému stavu a budoucímu vývoji na vnitřním trhu EU ve vztahu ke značkám kvality.

Popsal současný politický rámec EU:

- EU se zavázala nejen dosáhnout cílů udržitelného rozvoje a cílů Pařížské dohody, ale zlepšit svou činnost v boji proti klimatickým změnám a při podpoře udržitelnosti reakce politiky EU musí být odvážná a komplexní a musí usilovat o maximalizaci přínosů pro zdraví, kvalitu života, odolnosti a konkurenceschopnosti, to vyžaduje intenzivní koordinaci za účelem využití synergií ve všech oblastech politiky
- v rámci mezinárodního politického rámce navrhla EU další opatření
 - Green Deal - stanoví celkový plán EU strategie pro zvýšení udržitelnosti; dále stanoví ambiciózní cíl dosáhnout nulových emisí do r. 2050
- Strategie Farm to Fork - F2F

- cílem F2F je celkově umožnit přechod na udržitelný potravinový systém, který zajišťuje bezpečnost potravin a zajišťuje přístup ke zdravé stravě pocházející ze zdravé planety
- F2F zahrnuje všechny fáze potravinového systému a staví spotřebitele a výrobce do centra zájmu
- tato strategie obsahuje 27 konkrétních opatření k transformaci potravinového systému EU do roku 2030, včetně snížení používání pesticidů o 50%, snížení používání hnojiv (vč. hnoje zvířat) nejméně o 20%, snížení prodeje antimikrobiálních látek používaných pro hospodářská zvířata a akvakulturu o 50%
- dosažení 25% zemědělské půdy v režimu ekologického zemědělství, přičemž současná úroveň je 8%
- mít do roku 2022 povinné harmonizované EU nutriční značení na přední straně balení
- mít značku udržitelnosti pro potravinářské výrobky do roku 2022
- konkurenceschopnost
 - schopnost prodávat výrobky, které uspokojí poptávku, požadavky a zároveň zajistí zisky v průběhu času, které firmě umožní vydělávat
 - na domácích trzích
 - mezinárodní trhy
 - domácí potravinářské výrobky jsou vystaveny cizím vlivům konkurence kvůli dováženým výrobkům, to dělá domácí produkty konkurenceschopnější
- režimy kvality potravin v EU
 - geografické indikace - způsob označení produktů, které mají určité kvality nebo dobrou pověst z důvodu jejich zeměpisného původu nebo tradičního know-how (CHOP, CHZO)
 - zaručená tradiční specialita - Některé tradiční potravinářské výrobky se speciálními kvalitami nejsou spojeny s konkrétním regionem, značka chrání tyto produkty před paděláním a zneužitím
 - ekologické zemědělství a jeho produkty
- propagační politika EU pro zemědělské produkty
 - určená k vytváření nových tržních příležitostí pro zemědělce EU a potravinářský průmysl
 - v roce 2021 přidělí Evropská komise na financování propagačních programů 182,9 milionu EUR na propagaci na vnitřním trhu i na trhu třetích zemí
 - pracovní program na rok 2021 je v souladu s GD a F2F – polovina rozpočtu půjde na kampaně propagující ekologické produkty a udržitelné zemědělství EU

- zpráva EU podrobně popisuje provádění propagační politiky EU pro EU zemědělské produkty
- mezi konkrétní cíle politiky patří – zvýšení konkurenceschopnosti, zvyšování povědomí spotřebitelů a uznávání systémů kvality EU
- propagační politika je zásadní při podpoře současných režimů kvality stejně jako budoucích systémů označování potravinářských výrobků EU – welfare zvířat, zdravé stravovací návyky, EU iniciativa při sekvestraci uhlíku v zemědělské půdě
- označování potravinářských výrobků EU - **nutriční označování**
 - dle strategie F2F Komise navrhuje mít povinné harmonizované nutriční označování potravin do r. 2022 s cílem poskytování jasných informací, aby si spotřebitelé mohli vybrat zdravé a udržitelné potraviny, nicméně dohoda o finální podobě označování nebyla ještě přijata
 - zdá se, že francouzské Nutri-score dosáhlo největšího úspěchu v rámci EU
- označování potravinářských výrobků EU - **udržitelné označování**
 - PROČ? – podpora nákupu produktů šetrných k životnímu prostředí, informovat spotřebitele o vlivu na životní prostředí
 - JAK? – Komise vyvíjí metodiku pro stanovení vlivu na životní prostředí produktu během celého životního cyklu s ohledem na environmentální prostředí produktu; Footprint (PEF) je vícekritériální běžná metoda měření životního prostředí výkon zboží nebo služby – jednotné kritérium pro značení

Shrnutí:

Propagační politika je nezbytná pro zvýšení konkurenceschopnosti na vnitřním trhu:

- **zvyšuje povědomí spotřebitelů o bezpečnosti, zdraví, udržitelnosti a vysoké kvalitě potravinářských produktů EU**
- **zvyšuje preference spotřebitelů pro domácí výrobky**
- **může podpořit přechod k udržitelnějšímu zemědělství**
- **přispívá k plnění cílů Green Deal, F2F a Evropského plánu boje proti rakovině**
- **pomoci s umístěním zemědělsko-potravinářského a potravinářského systému EU jako globálního referenčního bodu pro udržitelnost**

Zásady propagace v současné době procházejí revizí, je nutné definovat nejlepší strategii; existují **3 možnosti**, všechny mají klady a zápory:

- **možnost 1 - stavět na úspěchu současné politiky při podpoře zemědělsko-potravinářského průmyslu a konkurenceschopnosti odvětví, k tomu EK přispívá ročními pracovními programy, jak tomu bylo do r. 2021**
 - **výhody: umožňuje všem produktům těžit z propagační politiky**
 - **nevýhody: nezaměřuje se konkrétně na přechod k udržitelnosti**

- **možnost 2 – změna zaměření oblasti politiky - v EU propagace na podporu udržitelného rozvoje zemědělské výroby a spotřeby v souladu se strategií F2F a Evropskou strategií boje proti rakovině s cílem přimět spotřebitele ke zdravější stravě; mimo EU na konkurenceschopnost a mezinárodní rozměr F2F**
 - **výhody: sladění s cíli strategie F2F/rozšířit propagační politiku na nové režimy kvality/upřednostňovat udržitelné výrobky**
 - **nevýhody: některé kategorie potravin mohou být penalizovány (i když vysoce kvalitní), protože dosud nezapočal udržitelný výrobní proces**
- **možnost 3 - přezkoumat podmíněnost/způsobnost: zavést nové požadavky a kritéria způsobilosti, která motivují žadatele k prokázání souladu se strategií F2F nebo dojde k vyloučení produktů z podpory**
 - **výhody: rozpočet je přidělen konkrétním dodavatelským řetězcům, které jsou považovány za shodné s F2F strategií**
 - **nevýhody: některé dodavatelské řetězce mohou být výrazně penalizovány (maso)**

Dále v tomto bloku vystoupili zástupci sektorů zastupujících výrobce:

Claude Vermot-Desroches, prezident, EU-OriGIn

Ondina Afonso, vedoucí oddělení kvality a výzkumu, SONAE MC

Birthe Steenberg, generální sekretář, AVEC

Marian Blom, místopředsedkyně správní rady, IFOAM

Pan Vermot-Desroches zmínil význam chráněných značení původu zejména s ohledem na jejich lokálnost a tradiční, často rodinné vazby na region a dále jejich specifické produkční metody, zajišťující jejich vysokou kvalitu. Při reformě propagační politiky by měly být tyto aspekty zahrnuty.

Paní Afonso hovořila o vlivu změny propagační politiky ve vztahu k obchodním řetězcům a k jejich zákazníkům. Ukazuje se důležitost nutričního značení. Není ale možné některé produkty penalizovat na základě jejich složení (např. vysoký obsah soli u sýrů – je přirozený). Řetězec sdružuje lokální producenty kvalitních produktů.

Paní Steenberg hovořila o podmínkách produkce drůbežího masa v EU, která se vyznačuje důrazem na welfare v chovech a je nejvíce udržitelná na světě. Paní Steenberg je přesvědčena, že masné a mléčné produkty a vejce jsou nutričně velmi hodnotné produkty a v žádném případě by neměly být ze stravy vyřazovány ve prospěch rostlinné stravy.

Paní Blom je přesvědčena, že nejvíce konkurenceschopné produkty budou ty z udržitelného a ekologického zemědělství a na tyto produkty by se měla propagační politika zaměřit. Přechod na tyto produkty je nezbytný. Ocenila, že více 50% prostředků na propagaci v r. 2021 je vyčleněno na udržitelné a ekologické produkty, tato částka by měla být ještě zvýšena. Důležité je podporovat způsob produkce. Navrhuje zvýšit podíl spolufinancování pro producenty udržitelných a ekologických produktů.

Blok 4

11:05 – 12:05 Jak může propagační politika posílit mezinárodní rozměr zemědělsko-potravinářského odvětví EU na globálních trzích (podporovat vývoz zemědělsko-potravinářského zboží z EU a jako nositel globálních standardů) v kontextu přezkumu obchodní politiky EU?

Alan Matthews, emeritní profesor evropské zemědělské politiky na katedře ekonomiky, fakulty sociálních věd a filozofie na Trinity College v Dublinu

Exportní propagační politika

- cíle propagačních opatření jsou stejné na vnitřním trhu EU i třetích zemí
- silnější důraz je však třeba věnovat aktivitám na podporu vývozu za účelem zvýšení prodeje, zvýšení podílu na trhu a zvýšení spotřeby produktů z EU v zahraničí, zejména se zaměřením na země, které mají nejvyšší růstový potenciál
- poslední reforma propagační politiky zvýšila zaměření na země mimo EU
- hodnotící studie uvádí, že programy na podporu exportu vytvářejí příležitost ke zvýšení vývozu a prodeje na cílových trzích

Soudržnost se strategií Green Deal a Farm to Fork

- strategie Farm to Fork stanovuje potřebu urychlit přechod k udržitelnějšímu potravinovému systému
- politika propagace zaměřená na export může podporovat vnější rozměr strategie F2F, jejímž cílem je podpora globálního přechodu k udržitelnosti
- musí být posuzováno, zda exportované produkty nepodporují neudržitelný přístup k produkci v závislosti na spotřebě v zemi dovozce

Zajištění důvěryhodnosti tvrzení o udržitelnosti

- argument, že z důvodu vysokých povinných standardů všechny produkty EU jsou udržitelné, je vyvrácena existencí Green Deal a strategie F2F
- pracovní program na rok 2021 zahrnul nové podkritérium „relevance“ konkrétně příspěvek navrhovaných propagačních a informačních opatření s ohledem na cíle EU a ambice SZP v oblasti klimatu a životního prostředí, dohody Green Deal a strategie F2F, zejména pokud jde o udržitelnost výroby a spotřeby
- je žádoucí mít více ověřitelných a objektivních kritérií
- závazek Komise k udržitelnému rámci pro označování potravin

Výhled do budoucnosti - reforma politiky propagace zemědělsko-potravinářského průmyslu

- která ze tří možností politiky, o kterých uvažuje Komise, s největší pravděpodobností podpoří požadavky EU na udržitelnost při komunikaci ve třetích zemích
- možnost 1: použití rozšířených kritérií při výběru a hodnocení programů k pozitivní diskriminaci
ve prospěch propagačních programů v souladu se strategií F2F
- možnost 2: cílit propagační politiku na propagační opatření, která budou upřednostňovat udržitelnou zemědělskou výrobu a spotřebu
- možnost 3: jasnější a priori omezení propagovaných produktů zavedením nových požadavků na podmíněnost kritérií a způsobilosti a/nebo vyloučení určitých odvětví s cílem motivovat žadatele k podpoře cílů strategie F2F

Dále v tomto bloku vystoupili zástupci sektorů zastupujících výrobce:

Frans van Dongen, ředitel pro mezinárodní vztahy, COV

Miguel Torres, prezident a výkonný ředitel, Bodegas Torres

Micol Bertoni, vedoucí obchodní sekce, Italian Cooperatives

Výše uvedení mluvčí prezentovali postoje sektorů zastřešujících producenty k exportní politice a reformě propagační politiky. Vyjádřili podporu k budoucímu financování exportních aktivit z prostředků na propagační opatření. Přejít k udržitelnosti označili jako nezbytný a je potřeba ho podpořit s ohledem na kvalitativní a environmentální aktivity.

**12:05 – 12:30 Závěr konference**

Tassos Haniotis, zástupce generálního ředitele DG AGRI

Pan Haniotis shrnul nejdůležitější otázky reformy propagační politiky (udržitelnost, přechod na více rostlinnou stravu) a její význam. Konference zdůraznila potřebu silné, efektivní a efektivní evropské propagační politiky, která je posílena a upravena tak, aby poskytovala přidanou hodnotu EU pro zemědělské produkty a byla v souladu se strategiemi Farm to Fork, Green Deal a Evropským plánem boje proti rakovině.