

## **Zpráva z informačního dne k Výzvě k předkládání programů pro rok 2022 (Info Day) v rámci propagačních opatření pro zemědělské produkty**

**Datum:** 1. – 2. 2. 2022

**Místo konání:** online videokonference

**Informační den k Výzvě k předkládání programů pro rok 2022 v rámci propagačních opatření pro zemědělské produkty** - cílem konference bylo poskytnout zástupcům kompetentních orgánů státní správy, potenciálním žadatelům a zástupcům provádějících organizací kompletní informace týkající se předkládání a administrace jednoduchých a složených (multinárodních) programů na základě Výzvy k předkládání programů pro r. 2022.

### **Agenda 1. 2. 2022:**

#### **09:05 – 09:20 - Uvítání**

*Janusz Wojciechowski – komisař pro zemědělství, Evropská komise*

Pan Wojciechowski oficiálně přivítal všechny účastníky konference a připomněl, že nejdůležitějším pilířem propagace zemědělských produktů je strategie F2F, udržitelnost, zdravá výživa a bezpečnost potravin napříč EU. Informoval, že rozpočet na r. 2022 je stanoven na 185 mil EUR a kromě hlavních pilířů strategie EU je maximální podpora organické produkce v celém zemědělství, hlavním tématem pro farmáře by měla být udržitelná produkce nejlépe v bio kvalitě a maximální welfare zvířat. Potraviny na bázi rostlinných produktů a ovoce a zelenina by měly být u konzumentů preferovány a mělo by dojít k omezení konzumace červeného masa a výrobků z nich. Budoucnost EU směřuje po úpravě legislativy zejména směrem udržitelnosti v EU a ve světě, avšak se zachováním tradic v gastronomii a ke zvykům typickým v dané oblasti. Koncem února 2022 by měla být veřejná konzultace, kde bude možné se k problematice vyjádřit. EU bude pořádat odborné semináře a připraví handbooky pro exportní trhy.

#### **09:20 – 10:50 Propagační politika: podpora přechodu k udržitelnějšímu evropskému potravinovému systému – strategie Farm to Fork: současný stav a politické perspektivy**

*Nathalie Sauze-Vandevyver - ředitelka, Outreach, Research & Geographical Indications, DG AGRI*

Paní Sauze-Vandevyver informovala o propagační politice, která je navržena tak, aby maximálně podporovala konkurenceschopnost v zemědělském sektoru - cílenou propagací potravin a produktů s vysokou kvalitou jakosti nejenom na trhu EU, ale i mimo ni. EU se musí otevřít pro nové příležitosti na trhu a základem je pomoc obchodníkům, farmářům a celému potravinovému průmyslu. Produkty by měly být nabízeny na světovém trhu, aby byly známé a konzumenti si byli jisti maximální kvalitou, vysokou nutriční hodnotou a zároveň bezpečností.

Cílem propagační politiky bylo otevřít nové tržní příležitosti a pomoci vybudovat podnikání pro zemědělce z EU a pro zemědělsko-potravinářské odvětví EU a prodávat evropské produkty na stále více konkurenčním globálním trhu a také zvýšit povědomí o systémech kvality produktů. Revize této politiky, oznámená ve strategii Farm to Fork, měla přispět k udržitelné zemědělské produkci a spotřebě v souladu s vývojem stravovacích návyků a zároveň zvýšit konkurenceschopnost zemědělského sektoru EU. Dále se paní Sauze-Vandevyver zmínila o citlivé otázce týkající se masa; uvedla, že přezkum by se měl zaměřit na to, jak může propagační politika podporovat nejudržitelnější uhlíkově účinné metody živočišné produkce. Propagační politika by mohla sehrát skutečně důležitou roli při podpoře přechodu k udržitelnější výrobě a spotřebě zemědělsko-potravinářských produktů, ale také je třeba pokračovat v posilování konkurenceschopnosti produktů z EU, což byl její původní cíl. Udržitelný potravinářský sektor musí být potravinářský sektor, který je ziskový, zároveň je třeba, aby měl pozitivní a neutrální dopad na přírodní prostředí. Současný politický kontext je poměrně složitý s měnícím se postojem spotřebitelů k potravinám a zemědělství, s novými trendy v oblasti životního prostředí, zdravotní politiky a s tvrdou konkurencí. Poukázala také na důležitost Evropského plánu boje proti rakovině a akčního plánu pro ekologické zemědělství. Návrh nové legislativy se předpokládá před letní přestávkou.

*Nathalie Chaze, Director – ředitelka, Food sustainability, international relations, DG SANTE*

Paní Chaze ve své prezentaci vysvětlila důležitost propagační politiky pro strategii Farm to Fork. Uvedla, že přechod na udržitelný potravinový systém je nutností. Zdůraznila také důležitost udržitelnosti pro zabezpečení potravin, zejména proto, že zemědělství je závislé na přírodních zdrojích a ekosystémových službách a je často první obětí změny klimatu. Paní Chaze vysvětlila, že akční plán strategie Farm to Fork obsahuje výzvu k revizi propagačních opatření, která osloví aktéry v celém potravinovém řetězci od výroby, zpracování, výroby, distribuce, maloobchodu a spotřeby.

Poukázala na typy udržitelnosti v EU. Vnímání a dodržování udržitelnosti neznamena nerentabilitu a může být ziskové. Z ekonomického hlediska je důležité zachovat tzv. ekonomickou udržitelnost. Udržitelnost se musí stát základem i v rámci společnosti a sociálního chování tzv. sociální udržitelnost, které má pozitivní nebo neutrální dopad na přírodu a udrží se tak tzv. environmentální udržitelnost.

Základní pilíře propagační politiky jsou strategie F2F, Evropský plán boje proti rakovině a Akční plán pro ekologické zemědělství. Všechny tyto pilíře vyvažují potřeby na trhu, přispívají k ochraně životního prostředí a veřejného zdraví, ekonomické udržitelnosti, welfare zvířat, splňují očekávání spotřebitelů a udržují tradice. Bylo zdůrazněno, jakým způsobem se EU dostane k plnění této politiky:

- roční pracovní programy, které definují priority a základní témata
- revize propagační politiky, která stanovuje budoucí směr, právní úpravu a definice problematiky

#### **Akce na podporu zdraví a udržitelného stravování:**

- školní projekty
- EU propagace potravin
- úprava sazeb daní a DPH ve prospěch udržitelných potravin
- informace o nutričních hodnotách na obalech potravin
- označení země původu

**Evropský plán boje proti rakovině:**

- přezkoumání propagační politiky v oblasti konzumace alkoholických nápojů
- přezkoumání propagační politiky ve zlepšení chování konzumentů, upřednostnění rostlinné stravy (maximální konzumace ovoce a zeleniny) a omezení konzumace červeného masa a výrobků z nich, čímž se sníží riziko vzniku rakoviny a povede k celkovému zdraví obyvatel.

*Christian Holzleitner, vedoucí oddělení, DG Climate Action at European Commission*

Pan Holzleitner se ve své prezentaci zaměřil na klimatickou politiku a cíl učinit z Evropy první klimaticky neutrální ekonomiku na světě do roku 2050, což znamená dramatické snížení využívání fosilních paliv. Důležitým prvkem bude uhlíkové zemědělství," Pan Holzleitner uvedl, že existuje silný důvod pro propagaci výroby evropských potravin jako klimaticky neutrálních.

Informoval účastníky o způsobu klimaticky neutrálního zemědělství. Nyní v roce 2022 jsme na začátku cesty k neutralitě v produkci potravin, které je cílem dosáhnout na 100% v roce 2050. Snížení uhlíkové stopy je základem moderního zemědělství a začíná v managementu podniku a nastavení všech systémů, které vede k minimální produkci uhlíku do prostředí.

Hlavní benefity „uhlíkového zemědělství“:

- zvýšené odstraňování uhlíku z půdy
- dodatečné příjmy pro majitele půdy
- zvýšení biodiverzity v přírodě
- zvýšení zdravotní odolnosti (rostlin i zvířat)

Obecně tento způsob zemědělství povede ke zlepšení: zalesňování a přelesňování ploch, ke kvalitnímu zpracování půdy – využití meziplodin a krycích plodin, obnovu rašelinišť a mokřadů, orná půda nebude ležet ladem, podpora agrolesnictví a podpora akvakultur a permakultur.

**Klimatická neutralita potravin a biomasy do roku 2035:**

- snížení uhlíku v přírodě o 20%
- snížení CO<sub>2</sub> o 20 %

**10:50 – 11:20 The 2022 Annual Work Programme and Calls for proposals**

*Christina Gerstgrasser – vedoucí oddělení vnější komunikace a propagační politiky, DG AGRI*

Informovala o Ročním pracovním programu 2022 (dále jen RPP), který byl připravován v souladu s nařízením Komise 1144/2012 a na základě strategie a priorit EK (udržitelná produkce). Základem propagace zemědělských potravin jsou kvalitní a bezpečné produkty, nejlépe v organické kvalitě. Třetí země jsou stanoveny na základě makro ekonomické analýzy a exportního potenciálu. Zpracování RPP vychází z dialogů s odbornou veřejností a navazuje na výsledky a analýzy komunikace s členskými státy.

Celkový rozpočet na propagační opatření pro rok 2022 je 185,9 mil. EUR. Termín pro předkládání návrhů propagačních programů je stanoven na 21. dubna 2022 (17:00 středoevropského času), rozhodnutí o výsledku hodnocení návrhů programů bude uveřejněno na podzim 2022. Programy zaměřené na vnitřní trh musí být v souladu s Evropským bojem proti rakovině, přechod na rostlinnou stravu s omezením konzumace červeného masa a výrobků z nich. Nové kritérium pro všechny propagační programy: musí být v souladu Národním dietním planem.

### **11:20 – 11:50 Preparing the future. The review of the promotion policy**

*Bruno Alves - team leader - propagační politika a podpora informačních opatření, oddělení vnější komunikace a propagační politiky*

Budoucnost propagační politiky se buduje v souladu s ročním pracovním programem a strategiemi EU, politika musí být více efektivní nejenom napříč EU. Propagační politika musí pomoci producentům a farmářům v EU, aby se jejich produkty dostaly na celosvětový trh ve vynikající kvalitě a reflektovaly hodnoty, dle kterých byly vyrobeny. Propagační kampaň má za cíl efektivně informovat o produktech a schématech kvality, čímž se otevřou i ostatní trhy a zemědělství se tak bude rozvíjet a bude rentabilní.

Pan Alves seznámil účastníky konference s hodnocením propagační politiky, které probíhalo formou externí hodnotící studie a otevřené veřejné konzultace organizované Evropské komisí. Studie prokázala, že propagační politika je vhodným nástrojem ke zvýšení povědomí o evropských produktech, jejich kvalitách a produkčních standardech, a to zejména na trzích třetích zemí. Propagační politika hrála důležitou roli pro vstup na trhy třetích zemí.

Revize propagační politiky bude ve smyslu posílení vlivu na strategii F2F – udržitelná a ekologická produkce, změna stravovacích návyků směrem k rostlinné stravě a omezení konzumace červeného masa a masných produktů; mělo by dojít ke zvýšení spotřeby čerstvého ovoce a zeleniny. V souvislosti s produkcí masa budou podporovány udržitelné chovy zajišťující minimální uhlíkovou stopu.

Revize propagační politiky bude vycházet ze zjištění a závěrů provedených studií a otevřené veřejné konzultace. První návrhy na změnu legislativního rámce budou předloženy během června 2022.

### **Agenda 2. 2. 2022**

#### **9:30 – 9:50 Setting a good campaign strategy**

*Polymeros Chrysochou, profesor, MAPP Centre - Aarhus University*

Pan Chrysochou ve své prezentaci uvedl, že v poslední době došlo ke značné změně komunikačního prostředí. Pro úspěšnou kampaň je potřeba: zkrácení délky podávaných informací, hierarchické rozložení a komplexní prezentace produktu. Základy komunikace s cílením na koncového zákazníka musí být kreativní a nápadité, musí přinášet věcné informace, budovat důvěru, vyvolat emoce a spojit. Dalším aspektem je způsob prezentace, balení a označení propagovaných výrobků – explicitní komunikace (štítky, text na obalu), implicitní komunikace (způsob zabalení, design a použité materiály, barva a celkový vizuál) prezentace musí zapůsobit na zákazníka komplexně a oslovit ho. Při přípravě dobré kampaně se v úvodu musí stanovit: popis cílových zákazníků a vybrat správný segment cílové skupiny, zvolit vhodné komunikační stupně a způsoby, tak aby byl program efektivní a účelný.

## **10:00 – 10:40 How to address sustainability in 2022 programme proposals. Available guidance and tips for success**

*Bruno Alves - team leader - propagační politika a podpora informačních opatření, oddělení vnější komunikace a propagační politiky*

Pan Alves informoval o důležitosti udržitelnosti jako potřebného kritéria v propagačních programech, 87 % občanů by uvítalo, aby EU byla v rámci prosazování udržitelnosti více proaktivní. Mezinárodní závazky musí být plněny a v souladu s Evropským klimatickým právem s cílem klimatické neutrality do roku 2050. Programy musí splňovat kritéria v souladu s cíli Evropského plánu boje proti rakovině, zejména pak podporovat přechod k více rostlinné stravě s omezením konzumace červeného masa a omezení alkoholických nápojů. Pro všechny projekty je stanoveno sub-kritérium udržitelnosti na všechna témata (udržitelná produkce potravin, zpracování a konzumace) a musí být v souladu s národním výživovým plánem v cílové zemi programu. Veškeré informace jsou k dispozici v Ročním pracovním programu, kde jsou definice detailně popsány.

## **Developing communication campaigns on EU sustainable production and consumption: highlights from recent successful applicants**

*Nuria Maria Arribas, ředitelka, InLac*

Informovala o komunikační kampani EU a udržitelné produkce v oblasti mléčných výrobků (InLac). Organizace InLac je španělská organizace, která slučuje producenty mléka. Pro tuto organizaci je udržitelnost při produkci mléčných výrobků základem a předpokladem v budoucnu je zvyšování organické produkce v sektoru mléka.

*Nele Van Avermaet, manažer propagace, VLAM*

Informovala o komunikační kampani EU zaměřené na udržitelnou produkci brambor, ovoce a zeleniny.

*Antonios Siarkos, prezident, European Cotton Alliance*

Informoval o propagačním programu zaměřeného na kvalitní bavlnu (produkce bavlny ze Španělska a Řecka) produkovanou v prémiové kvalitě v souladu s udržitelností.

*Noa Simon Delso, Scientific Director and Project Manager at BeeLife European Beekeeping Coordination*

Informovala o projektu na podporu včel a včelařů, do kterého je zařazeno 25 členů z 12 členských států. Základním pilířem je udržitelná produkce a snaha o zvýšení spotřeby a využívání medu a včelích produktů. Dalším důležitým bodem je nepostradatelnost včel jako opylovačů v zemědělství, které má dopad na celou Evropu, biodiverzitu a klima.