Evropský parlament
2024–2029

Výbor pro zemědělství a rozvoj venkova

2025/2089(INI)

3.3.2026

NÁVRH ZPRÁVY

o provádění politiky EU na podporu zemědělsko-potravinářského odvětví po reformě z roku 2014
(2025/2089(INI))

Výbor pro zemědělství a rozvoj venkova

Zpravodaj: Salvatore De Meo

OBSAH

Strana

NÁVRH USNESENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU 3

VYSVĚTLUJÍCÍ PROHLÁŠENÍ.....8

NÁVRH USNESENÍ EVROPSKÉHO PARLAMENTU

o provádění politiky EU na podporu zemědělsko-potravinářského odvětví po reformě z roku 2014
(2025/2089(INI))

Evropský parlament,

– s ohledem na nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 ze dne 22. října 2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 3/2008 Rady,

– s ohledem na studii výzkumné služby Evropského parlamentu z prosince 2025 nazvanou „Evaluation of EU agri-food promotion policy: Insights and lessons learnt – European Implementation Assessment“ (Hodnocení politiky EU na podporu zemědělsko-potravinářského odvětví: poznatky a získané zkušenosti – Hodnocení provádění na evropské úrovni),

– s ohledem na to, že Evropská komise v září 2025 vyhlásila kampaň na podporu nákupu evropských potravin (kampaň „Buy European Food“),

– s ohledem na sdělení Komise Evropskému parlamentu a Radě „Evropský plán boje proti rakovině“ COM(2021) 0044 final.

– s ohledem na studii výzkumné služby Evropského parlamentu ze srpna 2022 s názvem „Farm certification schemes for sustainable agriculture – State of play and overview in the EU and in key global producing countries, concepts and methods“ (Systémy certifikace zemědělských podniků pro udržitelné zemědělství – Současný stav a přehled v EU a v hlavních světových producentských zemích, koncepce a metody),

– s ohledem na zprávu Komise Evropskému parlamentu a Radě o uplatňování nařízení (EU) č. 1144/2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích (COM(2021)0049),

– s ohledem na nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/2115 ze dne 2. prosince 2021, kterým se stanoví pravidla podpory pro strategické plány, jež mají být vypracovány členskými státy v rámci společné zemědělské politiky (strategické plány SZP) a financovány Evropským zemědělským záručním fondem (EZZF) a Evropským zemědělským fondem pro rozvoj venkova (EZFRV), a kterým se zrušují nařízení (EU) č. 1305/2013 a (EU) č. 1307/2013,

– s ohledem na pracovní dokument útvarů Komise o hodnocení dopadu politiky EU na podporu zemědělství na domácí trhy a trhy třetích zemí (SWD(2020)0399)

– s ohledem na studii Evropské komise, společností Deloitte, IPSOS a Tetratech International Development z července 2020 s názvem „Evaluation support study of the EU agricultural promotion policy, internal and third country markets“ (Studie na podporu

hodnocení politiky EU v oblasti podpory zemědělství, vnitřních trhů a trhů třetích zemí), Úřad pro publikace,

– s ohledem na nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2024/1143 ze dne 11. dubna 2024 o zeměpisných označeních pro víno, lihoviny a zemědělské produkty, jakož i zaručené tradiční speciality, a o nepovinných údajích o jakosti pro zemědělské produkty, kterým se mění nařízení (EU) č. 1308/2013, (EU) 2019/787 a (EU) 2019/1753 a o zrušení nařízení (EU) č. 1151/2012,

– s ohledem na prováděcí nařízení Komise (EU) 2015/1831 ze dne 7. října 2015, kterým se stanoví pravidla pro uplatňování nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1144/2014 o informačních a propagačních opatřeních na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích,

– s ohledem na nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/2117 ze dne 2. prosince 2021, kterým se mění nařízení (EU) č. 1308/2013, kterým se stanoví společná organizace trhů se zemědělskými produkty, nařízení (EU) č. 1151/2012 o režimech jakosti zemědělských produktů a potravin, nařízení (EU) č. 251/2014 o definici, popisu, obchodní úpravě, označování a ochraně zeměpisných označení aromatizovaných vinných výrobků a nařízení (EU) č. 228/2013, kterým se stanoví zvláštní opatření v oblasti zemědělství ve prospěch nejvzdálenějších regionů Unie,

– s ohledem na prováděcí rozhodnutí Komise ze dne 15. prosince 2025 o financování informačních a propagačních opatření na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích a na přijetí pracovního programu na rok 2026 (Commission implementing decision of 15.12.2025 on the financing of information and promotion measures concerning agricultural products implemented in the internal market and in third countries and the adoption of the work programme for 2026),

– s ohledem na prováděcí rozhodnutí Komise ze dne 12. prosince 2024 o financování informačních a propagačních opatření na podporu zemědělských produktů na vnitřním trhu a ve třetích zemích a na přijetí pracovního programu na rok 2025 (Commission implementing decision of 12.12.2024 on the financing of information and promotion measures concerning agricultural products implemented in the internal market and in third countries and the adoption of the work programme for 2025)

– s ohledem na sdělení Komise ze dne 19. února 2025 s názvem „Vize pro zemědělství a potraviny – Společné utváření atraktivního zemědělského a potravinářského odvětví EU pro budoucí generace“ (COM(2025)0075),

– s ohledem na článek 55 jednacího řádu,

– s ohledem na zprávu Výboru pro zemědělství a rozvoj venkova (A10-0000/2026),

A. vzhledem k tomu, že na propagační politiku byl pro rok 2025 vyčleněn rozpočet ve výši 132 milionů EUR rozdělený mezi jednoduché a složené programy, který je základním nástrojem pro posílení konkurenceschopnosti evropských odvětví na vnitřních a mezinárodních trzích, zejména prostřednictvím podpory kolektivních akcí;

B. vzhledem k tomu, že složené programy, na které je v roce 2025 vyčleněno přibližně 40

milionů EUR, podporují spolupráci mezi členskými státy a přispívají k rozvoji partnerství mezi příjemci programů, čímž posilují integraci vnitřního trhu;

C. vzhledem k tomu, že v období 2016-2024 poptávka po financování propagačních programů, zejména ve třetích zemích, pravidelně převyšovala rozpočet a podíl přidělený na složené programy se v letech 2021–2024 snížil, což ukazuje na strukturální nerovnováhu mezi potřebami a dostupnými zdroji;

D. vzhledem k tomu, že prostředky na některé iniciativy, jako je podpora ekologických a udržitelných produktů ve třetích zemích, jsou často nedostatečně využívány, zatímco u jiných produktů existuje velký převis poptávky, což ukazuje na potřebu lepšího přizpůsobení současné tržní realitě;

E. vzhledem k tomu, že tři čtvrtiny vzorku použitého ve studii tvoří malé a střední podniky nebo organizace, které je zastupují, a že tyto subjekty čelí nárůstu výrobních nákladů a omezeným investičním možnostem, je třeba posílit spravedlivý, zjednodušený a přiměřený přístup k nástrojům propagace;

F. vzhledem k tomu, že od roku 2021 je část finančních prostředků vyčleněna na kategorie, jako je *udržitelnost* a *zdravé potraviny*, a zároveň podporuje ekonomické zhodnocení evropské produkce;

G. vzhledem k tomu, že více než polovina příjemců, kteří se zúčastnili studie provedené EPRS, se domnívá, že slogan „Enjoy, it's from Europe“ významně přispěl ke zlepšení rozpoznatelnosti výrobků, zejména ve třetích zemích, kde je úroveň povědomí o evropských značkách a označení původu stále nižší než na území EU;

H. vzhledem k tomu, že zemědělské trhy, zejména ve třetích zemích, jsou vystaveny rychlým hospodářským a geopolitickým výkyvům a jednoduché programy řízené na vnitrostátní úrovni mají často omezenější schopnost přizpůsobení než složené programy, je třeba posílit mechanismy flexibility a přesměrování rozpočtu;

I. vzhledem k tomu, že složité administrativní postupy představují významné překážky pro značnou část hospodářských subjektů, zejména těch, které se nacházejí ve venkovských oblastech, a že je třeba je více zjednodušit, aby byla zajištěna účinnost veřejného financování;

J. vzhledem k tomu, že pro hospodářské subjekty v horských nebo znevýhodněných venkovských oblastech jsou podpůrné programy důležitým nástrojem pro udržení zaměstnanosti, hospodářské činnosti a územní soudržnosti;

Doporučení

Financování

1. zdůrazňuje význam složených programů, které umožňují spolupráci mezi členskými státy a kterým by proto mělo být přiděleno více finančních prostředků;

2. konstatuje, že je třeba umožnit převoditelnost finančních prostředků mezi programy a odvětvími, aby byly uspokojeny potřeby hospodářských subjektů, aniž by byla narušena

předvídatelnost a stabilita finančního rámce;

3. zdůrazňuje význam propagační politiky pro podporu malých a středních podniků, které se potýkají s vysokými výrobními náklady a nízkou investiční kapacitou;

4. konstatuje, že propagační politiky musí být přístupné všem zemědělským producentům, se zvláštním důrazem na malé a střední podniky, aby je neodrazovaly složité byrokratické a administrativní postupy;

5. zdůrazňuje, že je třeba i nadále vyčleňovat zvláštní prostředky na podporu vývozu a uvádění produktů, které jsou předmětem propagačních programů, na trh, se zvláštním zaměřením na třetí země, neboť by to zajistilo větší zviditelnění a konkurenceschopnost zemědělského odvětví;

6. zdůrazňuje, že je třeba zachovat moderní propagační nástroje založené na analýze poptávky spotřebitelů a podporovat cílené komunikační kampaně, které mohou evropským potravinářským výrobkům přinést přidanou hodnotu;

Propojení s dalšími evropskými iniciativami

7. konstatuje, že propagační politiky odpovídají tomu, co je prosazováno v kampani „Buy European Food“ (Kupujte evropské potraviny), která podporuje výrobce a evropské hospodářství;

8. konstatuje, že propagační politiky přispívají k cílům dalších evropských iniciativ navržených Komisí, zejména prostřednictvím podpory uvádění ovoce a zeleniny na trh;

9. zároveň zdůrazňuje, že propagační politika nesmí být podřízena jiným politikám EU; nesouhlasí se zavedením nových kritérií způsobilosti pro přístup k těmto finančním prostředkům a s možným omezením propagace určitých druhů výrobků nebo kategorií výrobků zahrnutých v nařízení;

Správa opatření

10. oceňuje slogan „Enjoy, it's from Europe“ (Evropský produkt pro Vaši spokojenost), který umožnil zvýšit rozpoznatelnost evropských výrobků prodávaných ve třetích zemích;

11. přimlouvá se za to, aby mohl být slogan „Enjoy, it's from Europe“ používán společně s označením původu, aby se zvýšila rozpoznatelnost evropských potravinářských výrobků;

12. konstatuje, že jednoduché programy řízené na úrovni jednotlivých členských států jsou v případě změn méně flexibilní než složené programy řízené Komisí, a že je proto nutné zajistit větší pružnost členského státu při schvalování žádostí o přizpůsobení programu změnám na trhu;

13. doporučuje větší flexibilitu při řízení (složených i jednoduchých) programů v případě, že je třeba je po zahájení přesměrovat na jiné než původně plánované trhy;

14. zdůrazňuje, že je důležité soustředit zdroje na menší počet cílových trhů, aby se zabránilo přílišnému rozptýlení propagačního úsilí a zvýšil se dopad financovaných kampaní;

15. konstatuje, že priority ročního pracovního programu je třeba lépe přizpůsobit skutečné poptávce na trhu, aby se zabránilo nedostatečnému čerpání prostředků v některých odvětvích, jako je odvětví ekologických produktů;

16. vyzývá Komisi, aby posoudila, zda je paušální sazba správních nákladů dostatečná k pokrytí finanční zátěže spojené se správou programu;

Hodnocení, účinnost a kvalita programů

17. zdůrazňuje, že je třeba harmonizovat ukazatele dopadu podpůrných programů, aby se zlepšila srovnatelnost výsledků a umožnilo se přesnější hodnocení účinnosti akcí financovaných EU;

18. vyzývá k vypracování společných pokynů pro zprávy o hodnocení programů, aby se zajistila lepší kvalita shromážděných údajů a účinnější využití výsledků při stanovování budoucích priorit;

Hospodářský rozvoj v okrajových územích

19. konstatuje, že propagační politiky mohou podpořit producenty ve venkovských oblastech, stimulovat hospodářství a místní rozvoj okrajových oblastí a malých a středních podniků, a že je proto užitečné podporovat programy, které pocházejí z těchto oblastí;

°

° °

20. pověřuje svou předsedkyni, aby předala toto usnesení Radě, Komisi, Evropskému účetnímu dvoru a také vládám a parlamentům členských států.

VYSVĚTLUJÍCÍ PROHLÁŠENÍ

Úvod

Tato zpráva poskytuje informace o stavu provádění podpůrné politiky a předkládá několik politických doporučení, jejichž cílem je zlepšit režim podpory této politiky a přístup hospodářských subjektů k financování, jakož i k podpořit konkurenceschopnosti zemědělsko-potravinářského odvětví.

Hlavní výsledky

1. Konkurenceschopnost zemědělsko-potravinářského odvětví (se zaměřením na malé a střední podniky)

Posílení konkurenceschopnosti evropského zemědělsko-potravinářského odvětví vyžaduje větší podporu malých a středních zemědělců, kteří tvoří základ produkce, zejména ve venkovských oblastech. To by nemělo být vykládáno jako vyloučení podpory velkých podniků, které hrají klíčovou roli při propagaci evropských výrobků, ale jako potřeba věnovat zvláštní pozornost malým zemědělským podnikům, které se musí vyrovnat s vysokými výrobními náklady, nízkou investiční kapacitou a silnou mezinárodní konkurencí. Pro zlepšení jejich postavení na trzích je nezbytné usnadnit jim přístup k propagačním nástrojům. Podpora modernizace, diverzifikace a zvyšování kvality (zeměpisná označení, obchodní značky, udržitelná produkce atd.) by mohla posílit atraktivitu malých a středních podniků. Stejně tak je pro jejich větší zviditelnění důležitá podpora v oblasti vývozu a marketingu. Zvýšení konkurenceschopnosti malých a středních zemědělských podniků znamená v konečném důsledku posílení odolnosti a udržitelnosti celého zemědělsko-potravinářského odvětví EU.

2. Flexibilita politiky

Jedním z hlavních omezení podpůrné politiky – jak je zdůrazněno ve studii EPRS „Evaluation of EU agri-food promotion policy: Insights and lessons learnt“ (Hodnocení politiky EU na podporu zemědělsko-potravinářského odvětví: poznatky a získané zkušenosti) z prosince 2025 – je nedostatečná flexibilita tohoto nástroje. Bylo zdůrazněno, že je obtížné program po jeho zahájení upravit a přesměrovat, například v případě narušení trhu. Považuje se proto za nezbytné přijmout opatření, která by účastníkům programu zajistila větší pružnost a umožnila jim změnit místo určení nebo kategorii produktu v případě potřeby související například s geopolitickou nestabilitou. Komise by měla být požádána, aby se zamyslela nad postupy, které by zjednodušily provádění této politiky, a to i ve vztahu k členským státům, které hrají klíčovou roli v řízení jednoduchých programů.

3. Propojení s ostatními evropskými strategiemi

V květnu 2020 Komise představila strategii „Farm to Fork“ (Od zemědělci ke spotřebiteli) a v únoru 2021 následoval evropský plán boje proti rakovině. Cílem těchto dvou návrhů je rozvoj udržitelnější zemědělské produkce a podpora zdravého stravování, mohly by však vést k vyloučení některých zemědělsko-potravinářských produktů, které jsou považovány za potenciálně rizikové pro zdraví, jako je červené maso a víno.

Studie nicméně ukázala, že podpůrná politika podporuje cíle v oblasti veřejného zdraví, zejména v odvětvích, jako je ovoce a zelenina, a je tedy dobře propojena se strategiemi předloženými Komisí.

Zpravodaj uznává význam těchto strategií, ale připomíná obsah kampaně „Buy European Food“ (Kupujte evropské potraviny), kterou koncem roku 2025 zahájila předsedkyně Ursula von der Leyenová. Zdůrazňuje také, že je třeba zajistit všem evropským produktům stejné možnosti účasti a financování v rámci podpůrných programů a zabránit vyloučení nebo dokonce démonizaci některých z nich.

4. Podpora komunikace a uvádění zemědělsko-potravinářských produktů na trh

Posílení komunikace a uvádění evropských zemědělsko-potravinářských produktů na trh je základním nástrojem pro zvýšení jejich zviditelnění a konkurenceschopnosti, zejména na mezinárodních trzích. Je proto nutné i nadále investovat do cílených komunikačních akcí přizpůsobených specifikům trhů třetích zemí a rozvíjet moderní propagační nástroje založené na analýze poptávky spotřebitelů. Malým a středním podnikům by měla být poskytnuta zvláštní podpora, aby mohly optimalizovat svou marketingovou strategii a získat přístup k širším distribučním sítím. Kromě toho by lepší zhodnocení evropské kvality (udržitelnost, sledovatelnost, zeměpisná označení atd.) zvýšilo dopad propagačních kampaní, zatímco větší marketingová podpora by umožnila posílit přítomnost evropských produktů na mezinárodních trzích a vytvořit nové obchodní příležitosti.

5. Podpůrné programy a jejich rozpočty

Studie EPRS analyzovala dva typy propagačních programů: složené a jednoduché programy se zaměřením na programy v odvětví ekologické produkce. Pokud jde o složené programy, na nichž se podílejí nejméně dvě organizace z různých členských států nebo unijní organizace, studie ukázala pokles přidělených prostředků v období 2021–2024 a jejich následné zvýšení v letech 2025 a 2026. Tento typ programů subjekty zemědělsko-potravinářského odvětví zvláště oceňují, neboť jej považují za příležitost spolupracovat se zúčastněnými stranami z jiných členských států a rozvíjet společné projekty zaměřené na EU nebo třetí země. Dalším důvodem jejich oblíbenosti je skutečnost, že jejich řízení probíhá na úrovni Evropské komise prostřednictvím Výkonné agentury pro výzkum (REA), která poskytuje jasné a pružné odpovědi v případě změn programu ze strany příjemců. I při ocenění pozitivního vývoje finančního krytí těchto programů v posledních dvou letech je nezbytné požadovat zachování této zvýšené podpory, zejména proto, že představuje významnou příležitost k otevírání nových tržních příležitostí nebo k jejich posílení, aniž by byly dotčeny příděly prostředků na jednoduché programy. Ty stanoví, že žádost o uvedení na trh v EU nebo ve třetích zemích může podat jedna nebo více organizací z téže země EU. Tyto programy zaznamenaly navíc v období 2021-2024 stabilitu finančních prostředků a v následujících dvou letech jejich nárůst. Omezení, které studie EPRS zdůraznila, však spočívá v tom, že tyto programy, které jsou spravovány na úrovni jednotlivých členských států, vykazují nižší míru pružnosti při reakci na případné žádosti příjemců o změny. Proto by bylo vhodné, aby státy zajistily větší přizpůsobivost programu změnám na trhu. V neposlední řadě studie EPRS uvádí, že finanční prostředky vyčleněné na odvětví ekologické produkci v rámci složených i jednoduchých programů je vyšší než poptávka hospodářských subjektů. Bylo by proto žádoucí, aby se při přesunu těchto prostředků mezi jednotlivými odvětvími a programy postupovalo pružněji, aby bylo možné lépe reagovat na žádosti žadatelů.

Zjištění a doporučení

Zpravodaj zastává názor, že by měla být přijata tato politická doporučení:

- vypracovat jednodušší a přístupnější postupy pro příjemce, zejména pro malé a střední podniky a zastupující organizace, aby byl zajištěn spravedlivý a přiměřený přístup k veřejným finančním prostředkům, snížily se byrokratické překážky a zlepšila se účinnost programů;

- zavést mechanismy pro přizpůsobení a přesměrování finančních prostředků, aby bylo možné rychle reagovat na změny ve financování, změny produktů nebo cílových trhů, zejména ve třetích zemích, kde mohou být hospodářské a geopolitické podmínky obzvláště nestabilní;

- sledovat rozdělování zdrojů mezi jednoduché a složené programy a zajistit strukturální rovnováhu mezi potřebami příjemců a dostupnými finančními prostředky, aby se podpořila spolupráce mezi členskými státy i účast malých a středních podniků;

- vyčlenit vyšší podíl ročního rozpočtu na marketingové a propagační činnosti s cílem zlepšit zviditelnění a konkurenceschopnost evropských zemědělsko-potravinářských produktů na domácím i zahraničním trhu a podpořit internacionalizaci;

- stanovit, aby bylo logo EU na obalech určených pro zahraniční trhy doplněno značkou země původu, aby se zvýšila rozpoznatelnost výrobků a posílila pověst evropských značek ve třetích zemích;

- pokračovat v podpoře podpůrných programů, které přispívají k územní soudržnosti a rozvoji venkova a mohou podpořit zaměstnanost a hospodářskou činnost ve venkovských, horských a znevýhodněných oblastech.