



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 07.12.1999
COM(1999) 653 definitivo

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO

**in merito al contributo da versare al Consiglio Oleicolo Internazionale (C.O.I.) per il
Fondo di promozione destinato alla campagna di informazione 2000/2001 volta a
promuovere il consumo di olio d'oliva e di olive da tavola nei paesi terzi**

COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL CONSIGLIO

in merito al contributo da versare al Consiglio Oleicolo Internazionale (C.O.I.) per il Fondo di promozione destinato alla campagna di informazione 2000/2001 volta a promuovere il consumo di olio d'oliva e di olive da tavola nei paesi terzi

1. L'articolo 11, paragrafo 1 del regolamento n. 136/66/CEE del Consiglio, del 22 settembre 1966, relativo all'attuazione di un'organizzazione comune dei mercati nel settore dei grassi¹, modificato da ultimo dal regolamento (CE) n. 1638/98², autorizza la Comunità a realizzare, direttamente o indirettamente, negli Stati membri o in paesi terzi, azioni di informazione od altre azioni volte a promuovere il consumo di olio d'oliva e di olive da tavola di produzione comunitaria.

L'articolo 11, paragrafo 2 del citato regolamento fa obbligo alla Commissione di comunicare al Consiglio il programma delle azioni che intende intraprendere nel corso della o delle campagne successive.

2. Quale membro a pieno titolo dell'Accordo Internazionale sull'Olio d'Oliva e sulle Olive da Tavola, firmato a Ginevra nel 1986, rinnovato per cinque anni a partire dal 1° gennaio 1994 e prorogato di due anni fino al 31 dicembre 2000, la Comunità è tenuta a versare ogni anno il suo contributo al Fondo di promozione del Consiglio Oleicolo Internazionale (COI) per la promozione del consumo di olio d'oliva e di olive da tavola nei paesi terzi.

All'atto della redazione del bilancio 2000, il principio del contributo è stato iscritto nel capitolo B1-38: azioni promozionali.

3. Da vari anni la Comunità versa un contributo obbligatorio e un contributo volontario che, nel corso degli anni, hanno raggiunto nel 1999 la somma di 5 706 450 EUR per un programma il cui costo complessivo ammontava a 5 836 400 EUR.

Il programma riguarda soprattutto azioni di informazione, istruzione e ricerca attuate progressivamente in vari paesi terzi.

Le azioni promozionali sono iniziate sul mercato degli Stati Uniti (1983/84) e sono proseguite in Australia (1989/90) e in Giappone (1991/92). Da allora, sono state realizzate campagne promozionali in Canada (1994/95), in Argentina (1994/95)³, in Tailandia (1996/97), nel Sudest asiatico (Taiwan 1998/99) e in Brasile (1998/99).

¹ GU 172 del 30.9.1966, pag. 3025/66

² GU L 210 del 28.7.1998, pag. 32

³ La promozione in Argentina è stata soppressa nel 1999 a motivo dell'applicazione, da parte delle autorità argentine, di una tassa all'importazione di olio d'oliva.

Tenuto conto, da un lato, dei risultati assai positivi raggiunti in termini di aumento del consumo di olio d'oliva nei paesi in cui sono stati attuati i programmi promozionali del COI (cfr. tabella acclusa) e, dall'altro, delle prospettive dell'andamento dell'offerta di olio d'oliva nella Comunità, la Commissione ritiene necessario proseguire, parallelamente alle campagne realizzate all'interno della Comunità, l'attività promozionale in taluni paesi terzi attraverso il Consiglio Oleicolo Internazionale.

Per questo motivo essa propone di continuare a sostenere il Fondo di promozione attraverso il versamento di un contributo finanziario per la campagna 2000/2001.

4. Nel luglio 1999, il Consiglio Oleicolo Internazionale (COI) ha trasmesso alla Commissione un programma di azioni da attuare nel corso della campagna 2000/2001 (dal marzo 2000 al febbraio 2001) accludendo una ripartizione del bilancio necessario al finanziamento di tali azioni.

Il programma comprende a grandi linee :

- azioni promozionali, campagne di pubbliche relazioni e di informazione (scientifica, nutrizionale e gastronomica) nei paesi terzi succitati,
- il proseguimento delle ricerche scientifiche e la diffusione dei risultati delle ricerche precedentemente realizzate,
- la produzione di materiale informativo da divulgare in occasione di manifestazioni internazionali nei vari paesi,
- indagini di mercato e studi di valutazione dei programmi attuati.

Il costo del programma presentato dal COI ammonta a 6 123 650 EUR.

A titolo indicativo, la ripartizione per grandi capitoli potrebbe essere la seguente :

- azioni paesi terzi	4 546 650 EUR
- ricerca scientifica	400 000 EUR
- divulgazione dei risultati	135 000 EUR
- produzione di materiale e manifestazioni internazionali	407 000 EUR
- indagini di mercato/valutazione	128 000 EUR
- altri (olive da tavola, controllo della qualità, ecc.)	507 000 EUR
	6 123 650 EUR

5. La Commissione ha esaminato il progetto di programma che costituisce il proseguimento di azioni avviate in precedenza. La strategia sembra rispondere agli obiettivi perseguiti e i mezzi proposti appaiono coerenti con la strategia scelta.

D'altro canto, gli studi di valutazione effettuati negli ultimi anni confermano l'efficacia delle azioni realizzate.

L'unica novità consiste nell'estendere le azioni promozionali alla Cina la quale, sulla scorta di indagini di mercato, risulta essere un mercato potenzialmente assai interessante.

Tenuto conto, da un lato, delle risorse finanziarie previste dal bilancio 2000 per la promozione nei paesi terzi e, dall'altro, della possibilità che delle azioni promozionali in detti paesi siano avviate nel 2000 per altri prodotti, la Commissione ritiene che, per una questione di equilibrio, una lieve riduzione dei fondi assegnati per la promozione dell'olio d'oliva sia giustificata.

A motivo degli ingenti investimenti già effettuati in questo settore e malgrado l'estensione del campo d'applicazione delle misure promozionali considerate, la Commissione è convinta che tale adattamento finanziario non metta affatto a repentaglio l'efficacia delle azioni contemplate dal COI.

Di conseguenza, il bilancio globale proposto dal COI deve essere adattato come segue: :

- azioni paesi terzi	4 192 270 EUR
- ricerca scientifica	400 000 EUR
- divulgazione dei risultati	135 000 EUR
- produzione di materiale e manifestazioni internazionali	357 000 EUR
- indagini di mercato/valutazione	128 000 EUR
- altri (olive da tavola, controllo della qualità, ecc.)	447 000 EUR
	5 659 270 EUR

Si osservi che si tratta di massimali che saranno fissati definitivamente in seguito alle gare indette dal COI per la scelta delle agenzie incaricate di definire i programmi. Il ricorso alla procedura di gara risulta necessario ai fini di una sana gestione finanziaria.

6. L'importo di cui sopra è composto da: :

- un contributo obbligatorio dei membri del COI pari a 500.000 EUR (la quota della Comunità è di 404.850 EUR, in base alla chiave di ripartizione prevista dall'accordo),
- un contributo volontario della Comunità pari al massimo a 5 094 270 EUR,
- entrate prevedibili pari a 65.000 EUR realizzate con la vendita di pubblicazioni del COI.

In conclusione, il contributo finanziario totale della Comunità per la campagna 2000/2001 ammonta a 5 499 120 EUR, con una riduzione del 3,7% rispetto al contributo globale della campagna precedente (5 706 450 EUR).

Dato che l'accordo in vigore scade il 31 dicembre 2000, un primo impegno sarà proposto per coprire le spese prevedibili fino a tale scadenza; un secondo impegno sarà presentato dopo la proroga dell'accordo al di là del 1° gennaio 2001.

Andamento del consumo in base ai dati relativi alle importazioni

(1 000 tonnellate)

	USA	GIA	AUS	CAN	BRA	ASIA	TOTALE
Consumo iniziale	25	2	4	6	26	3	66
Consumo all'inizio dell'attività del COI	38 (1985)	4 (1991)	10 (1990)	11 (1994)	26 (1998)	4 (1997)	93
Consumo attuale	160	30	23	19	29	8	269
Obiettivi di consumo (orizzonte 2001/2002)	180	50	28	30	45	20	353

SCHEDA FINANZIARIA				
1. LINEA DI BILANCIO: B1-381			STANZIAMENTO: 21 milioni di EUR (LR 2000)	
2. DEFINIZIONE DEL PROVVEDIMENTO: Comunicazione della Commissione al Consiglio in merito al contributo da versare al Consiglio Oleicolo Internazionale (C.O.I.) per il Fondo di promozione destinato alla campagna di informazione 2000/2001 volta a promuovere il consumo di olio d'oliva e di olive da tavola nei paesi terzi.				
3. BASE GIURIDICA: Regolamento n. 136/66/CEE del Consiglio				
4. OBIETTIVO DEL PROVVEDIMENTO: Contributo finanziario al COI per la campagna 2000/2001.				
5. INCIDENZE FINANZIARIE	PERIODO DI 12 MESI (milioni di EUR)	ESERCIZIO IN CORSO (2000) (milioni di EUR)	ESERCIZIO SUCCESSIVO (2001) (milioni di EUR)	
5.0 SPESE A CARICO - DEL BILANCIO DELLE CE (RESTITUZIONI /INTERVENTI) - DEI BILANCI NAZIONALI - ALTRI SETTORI	5,5 *	5,5 *	-	
5.1 ENTRATE - RISORSE PROPRIE DELLE CE (PRELIEVI/DAZI DOGANALI) - SUL PIANO NAZIONALE	-	-	-	
	2000	2001	2002	2003
5.0.1 PREVISIONI DI SPESA	-	-	-	-
5.1.1 PREVISIONI DI ENTRATA	-	--	-	-
5.2 METODO DI CALCOLO:				
6.0 FINANZIAMENTO POSSIBILE A MEZZO STANZIAMENTI ISCRITTI NEL CAPITOLO CORRISPONDENTE DEL BILANCIO IN CORSO DI ESECUZIONE			SÌ	
6.1 FINANZIAMENTO POSSIBILE PER STORNO DI FONDI DA CAPITOLO A CAPITOLO DEL BILANCIO IN CORSO DI ESECUZIONE			SÌ/NO	
6.2 NECESSITÀ DI UN BILANCIO SUPPLEMENTARE			SÌ/NO	
6.3 STANZIAMENTI DA ISCRIVERE NEI BILANCI SUCCESSIVI			SÌ	
OSSERVAZIONI: * Importo già incluso nella lettera rettificativa al PPB 2000.				