

## EU, 2017년 농식품 홍보 예산 133백만 유로 확정

2017년 유럽연합은 농식품 홍보 예산을 대폭 확대하였다. 주로 유럽연합 농식품 홍보 및 신규시장 개척을 위한 여러 프로젝트 공동출자로 집행될 해당 예산은 133백만 유로로, 2016년 111백만 유로 대비 약 19.8% 증감 하였다.

주요 홍보대상국은 중국, 중동, 남미, 동남아시아, 일본으로, 이는 올해 초 EU 농업농촌개발담당 집행위원 필 호건(Phil Hogan)이 유럽 농식품 관료 개척을 위해 제시한 방향과 동일하다. 최근 필 호건은 베트남과 인도네시아 방문 후 아시아 시장 개척을 긍정적으로 평가하였으며, 농식품 홍보 사업을 통해 약 14,000개의 일자리가 창출될 것을 기대하였다.

표. 유럽연합 농식품 홍보 예산

	단위 : 백만 유로
<b>단순 프로젝트</b>	<b>90</b>
<b>유럽연합 시장 대상 단순 프로젝트</b>	<b>22.5</b>
- 품질제도	12,375
- 일반	10,125
<b>제 3국 시장 대상 단순 프로젝트</b>	<b>63</b>
- 중국, 동남아시아	14.75
- 미국, 캐나다, 멕시코	11.6
- 아프리카, 중동	8.45
- 기타지역	11.6
- 유제품, 돼지고기	12.6
- 쇠고기	4
<b>시장교란/추가 제안요청서</b>	<b>4.5</b>
<b>복합 프로젝트</b>	<b>43</b>
- 유럽연합 시장 대상 지속가능 농업,	15.05
- 유럽연합 품질제도 정보	15.05
- 농업 방법, 유럽농식품 특징 등	12.9
<b>단순 및 복합 프로젝트 합계</b>	<b>133</b>
유럽집행위 주관 프로젝트	9.5
<b>총 합계</b>	<b>142.5</b>

홍보 사업은 크게 단순 프로젝트(Simple Programme)와 복합 프로젝트(Multiple Program)로 나뉘어져 있다. 단순 프로젝트는 1개의 회원국가의 한 개 이상의 기관이 제안한 프로젝트이며, 복합 프로젝트는 2개 이상의 국가 혹은 1개 이상의 유럽 기관이 제안한 프로젝트이다. 총 예산 중 63백만 유로는 제 3국 대상 단순 프로젝트에 배정되었다.

늦어도 2017년 1월에는 해당 사업을 위한 제안요청서를 발표할 예정이며, 관련 기관들이 (보통 3개년 프로젝트)제안서를 제출하면 유럽연합은 프로젝트 예산의 70%~85%를 지원하는 형태다. 유럽연합의 공동출자 비중은 유럽 내 단순 프로젝트일 경우 70%, 제 3국 대상 복합 프로젝트일 경우 80%, 심각한 시장교란의 경우 85%이다.

2017년 유럽연합 농식품 홍보 예산으로는 증감된 133백만 유로 외에도 유럽 집행위에서 직접 주관하는 홍보사업 예산으로 9.5백만 유로가 별도로 배정되어 있다.

## 그림으로 보는 2017년 유럽연합 농식품 홍보사업

### 주요 홍보대상 지역

성장가능성이 있는 제 3국 시장



### 수혜자

- 해당분야 무역 기관 대표자
- 회원국가 인정 생산자 기관 및 협회
- 품질제도 유럽규정 1151/2012 제 3조항이 정의하는 생산자 그룹
- 공익을 위한 농식품 홍보의 사명을 가지고 있는 농식품 기관



## 해당 품목 및 제도



유럽연합기능조약(TFEU) 별첨서류1에 명시된 모든 농식품,  
맥주, 초콜릿, 제과류, 파스타 소금, 옥수수, 면과 같은 일부 가공식품 제외.



와인류

지역표기가 되어있는 양주류



다른 품목과 연관되어 있을 경우, 수산식품류

EU 품질인증제도



## 전략

유럽위원회는 매년 새로운 정책의 목표에 기반하여  
회원국가 및 이해관계자와 협의하여 홍보 대상, 제품,  
테마, 시장의 우선순위 지정.



## 예산

# 200.000.000€

점차적인 예산 확대로 2019년에는 약 200백만 유로의  
예산이 배정될 것으로 예상.

## 기술지원

유럽위원회는 공동출자 프로그램 참여, 효과적인 캠페인 진행, 그리고 수출시장 사업 개발 등에 대한 기술지원.



## 평가 및 사후관리

공동 평가 지표 체제를 통하여 홍보사업의 정보 및 효과 평가.



출처 : EUROPA