



En introduktion till avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan

Jordbruk

Japan är den fjärde största marknaden för EU:s jordbruksexporter. EU:s jordbruksexporter till Japan är över 20 gånger större än Japans till EU. Men EU-företagen måste övervinna många hinder när de exporterar till Japan.

Genom avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan kommer EU:s jordbrukare och livsmedels- och dryckestillverkare att få lättare tillgång till den japanska marknaden och fler möjligheter att sälja sina produkter till Japans 127 miljoner konsumenter.

Europeiska produkter – en favorit i Japan

Japanska konsumenter älskar europeiska produkter av hög kvalitet, som vin, ost, choklad, griskött och pasta. Men Japan tar ut höga tulltaxor för import av dessa varor, och även andra europeiska livsmedel och dryckesprodukter:

- 30–40 % på ost,
- 38,5 % på nötkött,
- 15 % på vin,
- upp till 24 % på pasta,
- upp till 30 % på choklad.

Avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan innebär bland annat att Japan redan från första dagen kommer att avskaffa tullavgifter för över 90 % av EU:s jordbruksprodukter. Det kommer att göra

europiska varor mer överkomliga och ännu attraktivare för japanska konsumenter.

EU vill dessutom också ta itu med andra handelshinder, som Japans oklara regler och bestämmelser, för att underlätta för europeiska tillverkare att exportera sina produkter till Japan.

För vissa produkter är det en alltför känslig fråga för Japan att helt avskaffa alla tullar. I sådana fall kommer avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan öka de tullfria kvoterna eller minska tullavgifterna för EU-produkter.

Med låga tulltaxor, mindre byråkrati och större kvoter kommer EU:s jordbrukare och tillverkare lättare att kunna exportera och utnyttja nya marknadsmöjligheter.

Goda nyheter för EU:s tillverkare av särskilda regionala livsmedel och drycker.

EU är en stor producent av särskilda regionala livsmedel och drycker, som roquefortost, Balsamico-vinäger från Modena, spansk Manchego-ost och irländsk whisky.

Många av dessa särskilda produkter är varor med högt värde, och deras tillverkning medför ofta ett mer omfattande ekonomiskt värde för de samhällen där tillverkningen sker.

EU-JAPAN



Sådana produkter har en särskild status, de har en s.k. *geografisk beteckning*, så att konsumenterna vet att det är äkta vara. Därigenom kan de europeiska tillverkarna också ta ut ett högre pris för kvaliteten på deras produkter.

Japan skulle erkänna över 200 europeiska geografiska beteckningar som valts ut av EU:s medlemsstater på grundval av deras faktiska eller potentiella exportvärde på den japanska marknaden. Bara produkter med denna status skulle kunna säljas i Japan med den beteckningen.



Därigenom skulle det bli olagligt att sälja imitat, till exempel ost märkt som Roquefortost, men som inte är framställd i Roquefort.

Detta kommer att leda till följande:

- Produkter som Chablis, Chianti, Tiroler Speck eller Jambon de Bayonne blir fullständigt erkända på den japanska marknaden.
- EU-tillverkare och EU-exportörer får det lättare att utveckla sin marknadsföring i Japan.

- De japanska konsumenterna får en garanti för att det de köper är den äkta europeiska produkten.

Vilka fördelar kommer detta att medföra för EU-jordbrukarna?

Avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan

- innebär att tullarna på vin genast avskaffas,
- minimerar de japanska tullarna på EU-exporter av griskött – EU:s viktigaste jordbruksexport till Japan, mätt i pengar,
- minskar de japanska tullarna på nötkött,
- öppnar de japanska marknaderna för europeisk ost,
- ökar japans kvoter för EU-exporter av malt, potatisstärkelse, skummjölkspulver, smör och vassle.

Avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan kommer att öppna för handel med bearbetade livsmedel som pasta, choklad, konfektyr och småkakor. EU exporterar sådana varor till Japan för en halv miljard euro varje år.

Hur kommer avtalet att påverka konsumenterna?

Liksom alla EU:s handelsavtal kommer inte heller avtalet med Japan att påverka EU:s säkerhetsnormer, som till exempel för livsmedel och jordbruksprodukter.

Precis som EU har Japan mycket stränga produktstandarder, bland annat för livsmedel och jordbruksprodukter. EU och Japan har faktiskt de strängaste konsumentskyddsstandarderna i världen. Avtalet kommer att förstärka dessa standarder.

EU-JAPAN



AVTALET OM EKONOMISKT PARTNERSKAP



På många områden är de japanska standarderna strängare än de internationella, så EU:s konsumenter kan vara säkra på att livsmedel och drycker från Japan uppfyller stränga krav.

Alla livsmedelsimporter till EU, även de från Japan, måste uppfylla EU:s livsmedelssäkerhetsnormer och vara förenliga med EU-lagstiftningen. Detta kommer inte att ändras genom avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan.

Hormonbehandlat nötkött och genetiskt modifierade organismer

Avtalet om ekonomiskt partnerskap mellan EU och Japan kommer inte att medföra några ändringar av EU-bestämmelserna om hormonbehandlat nötkött eller genetiskt modifierade organismer.

De japanska konsumenterna delar vår oro för genetiskt modifierade organismer. Liksom EU har även Japan stränga lagar om genetiskt modifierade organismer.

EU tillåter import av nötkött från Japan, men Japan, liksom EU, har förbjudit användningen av hormoner i nötkött. Och precis som EU har Japan också stränga regler för livsmedelsbearbetning, som också omfattar bearbetade nötköttsprodukter där importerat nötkött har använts.