

## REGOLAMENTO DI ESECUZIONE (UE) N. 737/2013 DELLA COMMISSIONE

del 30 luglio 2013

**che modifica il regolamento (CE) n. 501/2008 recante modalità di applicazione del regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi**

LA COMMISSIONE EUROPEA,

visto il trattato sul funzionamento dell'Unione europea,

visto il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio, del 17 dicembre 2007, relativo ad azioni di informazione e di promozione dei prodotti agricoli sul mercato interno e nei paesi terzi <sup>(1)</sup>, in particolare gli articoli 4, 5 e 15,

considerando quanto segue:

- (1) Il regolamento (CE) n. 501/2008 <sup>(2)</sup> della Commissione definisce le norme relative all'elaborazione, alla selezione, all'attuazione, al finanziamento e al controllo di azioni di informazione e di promozione di cui al regolamento (CE) n. 3/2008.
- (2) L'elenco dei temi e dei prodotti per cui possono essere realizzate azioni sul mercato interno, a norma dell'articolo 3, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 3/2008, figura nell'allegato I, parte A, del regolamento (CE) n. 501/2008. L'elenco dei prodotti che possono beneficiare di azioni promozionali nei paesi terzi, a norma dell'articolo 3, paragrafo 2, del regolamento (CE) n. 3/2008 figura nell'allegato II, parte A, del regolamento (CE) n. 501/2008. Tali elenchi devono essere rivisti ogni due anni.
- (3) Le linee direttrici di cui all'articolo 5, paragrafo 1, del regolamento (CE) n. 3/2008 figurano nell'allegato I, parte B, del regolamento (CE) n. 501/2008.
- (4) Nel contesto della crisi del settore delle carni ovine e al fine di sensibilizzare il pubblico in merito alla carne ovina, alla sua produzione e al suo consumo, sarebbe opportuno dare a organizzazioni professionali e interprofessionali la possibilità di beneficiare di un cofinanziamento dell'Unione per programmi di informazione e promozione relativi alla carne ovina comune originaria dell'Unione.
- (5) Le indicazioni facoltative di qualità, introdotte dal regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 21 novembre 2012, sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari <sup>(3)</sup>, rappresentano il secondo livello dei sistemi di qualità che generano valore aggiunto. Esse possono essere diffuse sul mercato interno e fare riferimento a caratteristiche orizzontali specifiche, con riguardo a una o più categorie di prodotti, metodi di produzione o modalità di trasformazione che si applicano in settori specifici. Al fine di rendere i programmi di promozione interamente disponibili sul mercato interno per tutti i sistemi di qualità esistenti, è opportuno che i prodotti che beneficiano del regime relativo alle indicazioni facoltative di qualità siano considerati prodotti ammissibili a tali programmi, alla stregua dei prodotti che beneficiano dei regimi relativi alle denominazioni d'origine protette (DOP), alle indicazioni geografiche protette (IGP) o alle specialità tradizionali garantite (STG).
- (6) Le ragioni che determinavano l'ammissibilità delle carni di pollame ad azioni promozionali non sono più valide, dato che il periodo successivo alla crisi dell'influenza aviaria è stato sufficientemente lungo da ripristinare la fiducia dei consumatori. È pertanto opportuno eliminare il riferimento alle carni di pollame.
- (7) La selezione dei paesi terzi da includere nell'allegato II, parte B, del regolamento (CE) n. 501/2008 deve tener conto dei mercati dei paesi terzi in cui esiste una domanda reale o potenziale. In ragione dell'aumento costante del consumo, del potenziale e dell'interesse nei prodotti agricoli dell'Unione, nonché della continua diffusione di programmi e progetti di cooperazione, è opportuno considerare nuovi paesi e nuove aree come mercati idonei a beneficiare dei programmi promozionali.
- (8) Nel quadro dell'adesione della Croazia all'Unione il 1° luglio 2013, è opportuno eliminare tale paese dall'elenco dei paesi terzi ammissibili a tali azioni promozionali.
- (9) Occorre quindi modificare di conseguenza il regolamento (CE) n. 501/2008.
- (10) Le misure di cui al presente regolamento sono conformi al parere del comitato di gestione per l'organizzazione comune dei mercati agricoli,

<sup>(1)</sup> GU L 3 del 5.1.2008, pag. 1.

<sup>(2)</sup> GU L 147 del 6.6.2008, pag. 3.

<sup>(3)</sup> GU L 343 del 14.12.2012, pag. 1.

HA ADOTTATO IL PRESENTE REGOLAMENTO:

*Articolo 1*

Gli allegati I, II, e III del regolamento (CE) n. 501/2008 sono modificati conformemente all'allegato del presente regolamento.

*Articolo 2*

Il presente regolamento entra in vigore il terzo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Il presente regolamento è obbligatorio in tutti i suoi elementi e direttamente applicabile in ciascuno degli Stati membri.

Fatto a Bruxelles, il 30 luglio 2013

*Per la Commissione*  
*Il presidente*  
José Manuel BARROSO

\_\_\_\_\_

## ALLEGATO

Gli allegati I, II e III del regolamento (CE) n. 501/2008 sono così modificati:

(1) L'allegato I è così modificato:

a) La parte A: «ELENCO DEI TEMI E DEI PRODOTTI» è così modificata:

i) il tredicesimo trattino è sostituito dal seguente:

«— prodotti che beneficiano dei regimi relativi alle denominazioni d'origine protette (DOP), alle indicazioni geografiche protette (IGP), alle specialità tradizionali garantite (STG) o alle indicazioni facoltative di qualità a norma del regolamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento europeo e del Consiglio (\*)»

(\*) GU L 343 del 14.12.2012, pag. 1.»

ii) il quindicesimo trattino è soppresso

iii) è aggiunto il seguente trattino:

«— carni ovine».

b) La parte B: «Linee direttrici» è così modificata:

i) nelle linee direttrici per «CARNI FRESCHE, REFRIGERATE O CONGELATE, PRODOTTE NEL RISPETTO DI UN SISTEMA DI QUALITÀ NAZIONALE O COMUNITARIO», nel punto 2. «Obiettivi», le parole «DOP, IGP, STG e prodotti biologici» sono sostituite dalle parole «DOP, IGP, STG, indicazioni facoltative di qualità e prodotti biologici»

ii) le linee direttrici per «PRODOTTI DOP (DENOMINAZIONE DI ORIGINE PROTETTA), IGP (INDICAZIONE GEOGRAFICA PROTETTA) E STG (SPECIALITÀ TRADIZIONALE GARANTITA)» sono sostituite dalle seguenti:

«PRODOTTI CHE BENEFICIANO DEI REGIMI RELATIVI ALLE DENOMINAZIONI D'ORIGINE PROTETTE (DOP), ALLE INDICAZIONI GEOGRAFICHE PROTETTE (IGP), ALLE SPECIALITÀ TRADIZIONALI GARANTITE (STG) O ALLE INDICAZIONI FACOLTATIVE DI QUALITÀ A NORMA DEL REGOLAMENTO (UE) N. 1151/2012

### 1. Analisi globale della situazione

Il regime dell'Unione di protezione delle denominazioni previsto dal regolamento (UE) n. 1151/2012 costituisce una priorità nell'ambito dell'attuazione del capitolo «Qualità» della politica agricola comune. Occorre perciò portare avanti le attività già avviate nell'ambito di campagne di divulgazione delle denominazioni, dei prodotti protetti e delle indicazioni facoltative di qualità presso i potenziali operatori lungo l'intera catena della produzione, della preparazione, della commercializzazione e del consumo di tali prodotti.

### 2. Obiettivi

Le campagne d'informazione e di promozione non devono limitarsi ad una sola denominazione o a un numero molto limitato di denominazioni, ma fare piuttosto riferimento a gruppi di denominazioni o di certe categorie di prodotti, oppure di prodotti elaborati in una o più regioni, in uno o più Stati membri.

Le campagne devono prefiggersi di:

- offrire informazioni complete sul contenuto, il funzionamento e la natura unionale dei regimi di protezione, con particolare riferimento alla loro incidenza sul valore commerciale dei prodotti a denominazione protetta o con indicazioni facoltative di qualità i quali, dopo la registrazione, beneficiano della protezione garantita da tali regimi,
- diffondere e migliorare la conoscenza dei simboli dell'Unione per prodotti tutelati da DOP, IGP, STG o da indicazioni facoltative di qualità presso consumatori, operatori della distribuzione e professionisti del settore agroalimentare,
- incoraggiare le associazioni di produttori e trasformatori che non abbiano ancora aderito a tali regimi, a chiedere la registrazione delle denominazioni dei prodotti che soddisfano i requisiti previsti e ad utilizzare le indicazioni facoltative di qualità,
- incoraggiare i produttori e i trasformatori delle rispettive regioni, che non abbiano ancora aderito a tali regimi, a partecipare alla produzione di prodotti recanti denominazioni registrate, conformandosi ai relativi disciplinari di produzione e ai requisiti in materia di controllo stabiliti per le varie denominazioni protette,

- stimolare la domanda di tali prodotti informando i consumatori e gli operatori della distribuzione dell'esistenza, del significato e dei vantaggi dei regimi di tutela, nonché facendo loro conoscere il logo, le condizioni di concessione delle denominazioni, i controlli e il sistema di tracciabilità.

### 3. Gruppi di destinatari

- Produttori e trasformatori,
- operatori della distribuzione (supermercati, grossisti, dettaglianti, esercizi di ristorazione, mense, ristoranti),
- consumatori e loro associazioni,
- opinionisti.

### 4. Messaggi principali

- I prodotti che beneficiano di denominazioni protette possiedono caratteristiche specifiche associate all'origine geografica; nel caso dei prodotti DOP, la qualità o le caratteristiche del prodotto sono essenzialmente o esclusivamente legate al particolare ambiente geografico, composto da fattori umani e naturali; per le IGP, i prodotti possiedono una qualità o notorietà particolari, attribuibili alla loro origine geografica, e il legame geografico deve essere presente in almeno una delle fasi della produzione, della trasformazione o della preparazione,
- per le STG, i prodotti possiedono caratteristiche specifiche connesse a particolari metodi tradizionali di produzione o all'uso di materie prime tradizionali,
- i simboli unionali delle DOP, IGP e STG sono simboli noti in tutta l'Unione come identificativi di prodotti rispondenti a particolari condizioni di produzione legate all'origine geografica o a metodi tradizionali di produzione o a particolari controlli a cui sono sottoposti,
- le indicazioni facoltative di qualità si riferiscono a una caratteristica di una o più categorie di prodotti o ad una modalità di produzione agricola o di trasformazione valide in zone specifiche;
- l'uso dell'indicazione facoltativa di qualità conferisce valore al prodotto rispetto a prodotti di tipo simile;
- le indicazioni facoltative di qualità hanno una dimensione unionale;
- la presentazione di alcuni prodotti che beneficiano di DOP, IGP, STG o indicazioni facoltative di qualità può costituire un esempio della possibilità di una valorizzazione commerciale riuscita dei prodotti la cui denominazione è stata registrata nell'ambito dei rispettivi regimi,
- spiegare come i sistemi di protezione valorizzino il retaggio culturale europeo e promuovano la diversità della produzione agricola e il mantenimento dello spazio rurale.

### 5. Principali canali di diffusione dei messaggi

- Internet e altri mezzi elettronici,
- contatti di pubbliche relazioni con i media (stampa specializzata, femminile, riviste di cucina),
- contatti con le associazioni di consumatori,
- informazioni e dimostrazioni nei punti di vendita,
- media audiovisivi (in particolare spot televisivi mirati),
- documentazione scritta (opuscoli, pieghevoli ecc.),
- partecipazione a fiere e mostre,
- seminari e azioni di informazione e formazione relativi al funzionamento dei regimi delle DOP, IGP, STG o delle indicazioni facoltative di qualità dell'Unione.

### 6. Durata e portata dei programmi

Da 12 a 36 mesi; sono da preferirsi programmi pluriennali in cui sono chiaramente definiti gli obiettivi e la strategia di ciascuna fase.»

iii) le linee direttrici per «CARNI DI POLLAME» sono soppresse

iv) sono aggiunte le seguenti linee direttrici per «CARNI OVINE»

«CARNI OVINE

#### 1. Analisi globale della situazione

Il settore delle carni ovine è molto fragile e sta attraversando un periodo di crisi: il consumo, la produzione e i prezzi delle carni ovine sono in diminuzione, mentre i costi (l'introduzione dell'identificazione elettronica, i prezzi dei mangimi e metodi di produzione tradizionale come la transumanza) sono in aumento.

Inoltre, è in aumento l'offerta di carni ovine proveniente da paesi terzi. Dato il peggioramento della redditività, molti produttori sono costretti a lasciare la produzione, il che può avere conseguenze negative sulla presenza della varietà di carne nell'Unione e sul continuo abbandono degli spazi rurali. Le carni ovine rappresentano una parte importante del retaggio culinario europeo e la sua produzione svolge, infatti, un ruolo particolare soprattutto nelle zone in cui le condizioni di coltivazione sono difficili, in termini di conservazione del paesaggio e di incidenza socio-economica.

## 2. Obiettivi

- Sensibilizzazione dei gruppi di destinatari sulla qualità, sulle condizioni sostenibili di produzione delle carni ovine e sul ruolo particolare nel retaggio culinario europeo,
- aumento del consumo di carni ovine.

## 3. Gruppi di destinatari

- Produttori e trasformatori,
- operatori della distribuzione (supermercati, grossisti, dettaglianti, esercizi di ristorazione, mense, ristoranti),
- consumatori (soprattutto i giovani tra i 18 e 40 anni) e loro associazioni
- opinionisti (giornalisti, gastronomi).

## 4. Messaggi principali

- Metodi di produzione tradizionali e rispettosi dell'ambiente,
- tracciabilità (identificazione elettronica),
- l'etichettatura delle carni permette ai consumatori di individuare l'origine e le caratteristiche dei prodotti,
- informare i consumatori sulla diversità e sulle qualità organolettiche e nutrizionali delle carni ovine,
- consigli di utilizzazione in cucina, ricette,
- le campagne d'informazione e di promozione sono limitate ai prodotti elaborati nell'Unione.

## 5. Principali canali di diffusione dei messaggi

- Internet e altri mezzi elettronici,
- promozione nei punti di vendita (degustazione, ricette, diffusione di materiale informativo),
- relazioni pubbliche e con la stampa (eventi, partecipazione a fiere e saloni ecc.),
- pubblicità (o editoriali pubblicitari) nella stampa,
- media audiovisivi (televisione e radio),
- partecipazione a fiere,
- altri strumenti.

## 6. Durata e portata dei programmi

Da 12 a 36 mesi, sono da preferirsi programmi pluriennali, in cui sono chiaramente definiti gli obiettivi e la strategia di ciascuna fase, organizzati da due o più Stati membri e attuati in almeno due nuovi mercati.»

(2) L'allegato II è così modificato:

a) La parte A: «**ELENCO DEI PRODOTTI CHE POSSONO BENEFICIARE DI AZIONI PROMOZIONALI**» è così modificata:

i) l'undicesimo trattino è sostituito dal seguente:

«— prodotti che beneficiano dei regimi relativi alle denominazioni d'origine protette (DOP), alle indicazioni geografiche protette (IGP) o alle specialità tradizionali garantite (STG) a norma del regolamento (UE) n. 1151/2012,»

ii) è aggiunto il seguente nuovo trattino:

«— carni ovine.»

b) La parte B: «**ELENCO DEI MERCATI DI PAESI TERZI NEI QUALI POSSONO ESSERE REALIZZATE LE AZIONI PROMOZIONALI**» è così modificata:

- i) la sezione A: «Paesi» è così modificata:
- i trattini relativi al Sudafrica e alla Croazia sono soppressi
  - sono aggiunti i seguenti nuovi trattini:
    - «— Albania
    - Armenia
    - Azerbaigian
    - Bielorussia
    - Georgia
    - Kazakistan
    - Moldova
    - Uzbekistan»
- ii) la sezione B: «Zone geografiche» è così modificata:
- il trattino relativo all'Africa settentrionale è soppresso
  - è aggiunto il seguente nuovo trattino:
    - «— Africa».
- (3) L'allegato III è così modificato:
- a) il punto 12 è sostituito dal seguente:
- «12. «Prodotti che beneficiano dei regimi relativi alle denominazioni d'origine protette (DOP), alle indicazioni geografiche protette (IGP), alle specialità tradizionali garantite (STG) o alle indicazioni facoltative di qualità a norma del regolamento (UE) n. 1151/2012: 3 milioni di EUR»
- b) il punto 15 è soppresso
- c) è aggiunto il punto 16 seguente:
- «16. Carni ovine: p.m.».
-