

32006R1022

6.7.2006

ОФИЦИАЛЕН ВЕСТНИК НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

L 184/3

**РЕГЛАМЕНТ (ЕО) № 1022/2006 НА КОМИСИЯТА  
от 5 юли 2006 година**

**за изменение на Регламент (ЕО) № 1071/2005 за определяне на подробни правила за прилагане на  
Регламент (ЕО) № 2826/2000 на Съвета относно действията за информирание и промоции, свързани със  
селскостопанските продукти на вътрешния пазар**

КОМИСИЯТА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

като взе предвид Договора за създаване на Европейската общност,

като взе предвид Регламент (ЕО) № 2826/2000 на Съвета от 19 декември 2000 г. относно действията за информирание и промоции, свързани със селскостопанските продукти на вътрешния пазар <sup>(1)</sup>, и по-специално член 4, член 5, параграф 1 и член 12 от него,

като има предвид, че:

- (1) Член 3 от Регламент (ЕО) № 2826/2000 определя критериите, които да се използват при определяне на темите и продуктите, по отношение на които могат да се извършат информационни и/или промоционални дейности на вътрешния пазар. Тези теми и продукти са изброени в приложение I към Регламент (ЕО) № 1071/2005 на Комисията <sup>(2)</sup>.
- (2) Съгласно член 5 от Регламент (ЕО) № 2826/2000 трябва да се постановят насоки за всеки избран сектор или продукт, като се дадат широки очертания на кампаниите, които да се проведат в тези сектори. Насоките за избраните сектори и продукти са дадени в приложение II към Регламент (ЕО) № 1071/2005.
- (3) Неотдавнашната криза с инфлуенцата по птиците дестабилизира сектора на птичето месо, като доведе до значителен спад в потреблението и до криза в потребителското доверие. В резултат следва да се предвиди разпоредба относно възможността за изпълнение на информационни и/или промоционални дейности в този сектор, за да се възстанови устойчиво потребителско доверие, по-специално при предоставяне на подходяща информация.

(4) Птичето месо следва поради това да бъде включено в списъка на продуктите за насърчаване и следва да се постановят широки очертания на кампаниите, които да се проведат в тези сектори.

(5) Регламент (ЕО) № 1071/2005 следва съответно да се измени.

(6) Мерките, предвидени в настоящия регламент, са в съответствие със становището на Съвместния управителен комитет за насърчаването на селскостопански продукти,

ПРИЕ НАСТОЯЩИЯ РЕГЛАМЕНТ:

*Член 1*

Регламент (ЕО) № 1071/2005 се изменя, както следва:

1. към приложение I се добавя следното тире:  
„— Птиче месо“;
2. текстът на приложението към настоящия регламент се добавя към приложение II.

*Член 2*

Настоящият регламент влиза в сила на седмия ден след публикуването му в *Официален вестник на Европейския съюз*.

Настоящият регламент е задължителен в своята цялост и се прилага пряко във всички държави-членки.

Съставено в Брюксел на 5 юли 2006 година.

*За Комисията*

Mariann FISCHER BOEL

*Член на Комисията*

<sup>(1)</sup> ОВ L 328, 23.12.2000 г., стр. 2. Регламент, последно изменен с Регламент (ЕО) № 2060/2004 (ОВ L 357, 2.12.2004 г., стр. 3).

<sup>(2)</sup> ОВ L 179, 11.7.2005 г., стр. 1.

## ПРИЛОЖЕНИЕ

В приложение II към Регламент (ЕО) № 1071/2005 се добавят следните насоки относно птиче месо:

## „ПТИЧЕ МЕСО

**1. Общ анализ на ситуацията**

Кризата на потребителското доверие към птичето месо вследствие докладите относно инфлуенцата по птиците в средствата за масова информация доведе до съществен пад в потреблението. Потребителското доверие към птичето месо следва поради това да се засили.

С цел да бъде постигнато това, следва да се осигури обективна информация относно производствените системи на Общността (търговски стандарти), както и необходимите мерки за контрол, в допълнение към общото законодателство относно мерките за контрол и безопасността на храните.

**2. Цели**

- Кампаниите за информиране и промоции се ограничават до продукти, изготвени в Европейския съюз.
- Целта е да:
  - се гарантира предоставяне на обективна и пълна информация относно правилата на Общността и на националните производствени системи за безопасност на продуктите от птиче месо; по-специално, потребителите трябва да бъдат снабдени с обективна и пълна информация относно търговските стандарти;
  - се информират потребителите относно разнообразието и органолептичните и хранителни качества на птичето месо;
  - се привлече вниманието на потребителите към възможността за проследяване.

**3. Целеви групи**

- Потребители и потребителски асоциации.
- Лицата, отговарящи за пазаруване в домакинството.
- Институции (ресторанти, болници, училища и т.н.).
- Дистрибутори и дистрибуторски асоциации.
- Журналисти и лица, формиращи общественото мнение.

**4. Основни послания**

- Птичето месо, търгувано на територията на Европейския съюз, се управлява с правилник на Общността, покриващ цялата верига на производство, клане и потребление.
- Налице са мерки за сигурност, включително мерки за контрол.
- Обща здравна консултация относно третирането на хранителни продукти със животински произход.

**5. Основни канали**

- Интернет.
- Контакти на връзки с обществеността със средствата за масова информация и реклама (научна и специализирана преса, преса за жените, вестници и списания за храни и кулинария).
- Контакти с потребителски асоциации.
- Аудиовизуална комуникация.
- Писмена документация (диплянки, брошури и т.н.).
- Информация на мястото на продажба.

**6. Продължителност и обхват на програмите**

Програмите трябва да осигуряват национално покритие най-малко на или да се отнасят за повече от една държава-членка.

Продължителност 12 до 24 месеца, с предпочитание за многогодишни програми, с определени цели за всеки стадий.“