

I

(Akty, jejichž zveřejnění je povinné)

NAŘÍZENÍ KOMISE (ES) č. 1071/2005

ze dne 1. července 2005,

kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 2826/2000 o informačních a propagačních opatřeních pro zemědělské produkty na vnitřním trhu

KOMISE EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ,

s ohledem na Smlouvu o založení Evropského společenství,

s ohledem na nařízení Rady (ES) č. 2826/2000 ze dne 19. prosince 2000 o informačních a propagačních opatřeních pro zemědělské produkty na vnitřním trhu⁽¹⁾, a zejména na článek 4, čl. 5 odst. 1 a články 6 a 12 uvedeného nařízení,

vzhledem k těmto důvodům:

(1) Vzhledem ke zkušenostem z posledních let je nezbytné pozměnit nařízení Komise (ES) č. 94/2002 ze dne 18. ledna 2002, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 2826/2000 o informačních a propagačních opatřeních pro zemědělské produkty na vnitřním trhu⁽²⁾. V zájmu jasnosti a přehlednosti by mělo být uvedené nařízení zrušeno a nahrazeno novým nařízením.

(2) V zájmu řádného řízení je třeba stanovit zavedení a pravidelnou aktualizaci seznamu témat a produktů, které jsou předmětem informačních a propagačních opatření ve prospěch zemědělských produktů na vnitřním trhu, určení příslušných vnitrostátních orgánů odpovědných za provádění tohoto nařízení a trvání programů.

(3) V zájmu informovanosti a ochrany spotřebitelů je třeba stanovit, že veškerá sdělení týkající se výživové hodnoty zemědělského produktu určená spotřebitelům a dalším cílovým skupinám v rámci programů, musí být založena na uznávaných vědeckých údajích a že zdroje těchto informací musí být uznané.

(4) Aby se předešlo riziku narušení hospodářské soutěže, je třeba stanovit hlavní zásady a obecná zaměření v oblasti produktů, kterých se týkají informační a propagační kampaně.

(5) V zájmu právní jistoty je vhodné upřesnit, že navrhované programy musí být v souladu zejména se všemi právními předpisy Společenství o příslušných produktech a jejich uvádění na trh, jakož i s uvedenými obecnými zásadami.

(6) Je třeba stanovit postup pro předkládání programů a výběr prováděcího subjektu, aby se zaručila co nejširší hospodářská soutěž a volný pohyb služeb s přihlédnutím k ustanovením směrnice Rady 92/50/EHS ze dne 18. června 1992 o koordinaci postupů při zadávání veřejných zakázek na služby⁽³⁾, pokud je navrhující organizace veřejným subjektem.

(7) Je třeba stanovit kritéria pro výběr programů členskými státy a pro přezkoumání programů vybraných Komisí tak, aby se zajistilo dodržování pravidel Společenství a účinnost prováděných akcí. Komise po přezkoumání programů vybere přijaté programy a stanoví pro ně příslušné rozpočty.

(8) Pokud se na programu podílí více členských států, je třeba stanovit opatření umožňující těmto státům se vzájemně dohodnout o předkládání a přezkoumání programů.

(9) V zájmu dobrého finančního hospodaření je třeba upřesnit pravidla finanční účasti členských států a navrhujících organizací v programech.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 328, 23.12.2000, s. 2. Nařízení pozměněné nařízením (ES) č. 2060/2004 (Úř. věst. L 357, 2.12.2004, s. 3).

⁽²⁾ Úř. věst. L 17, 19.1.2002, s. 20. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 422/2005 (Úř. věst. L 68, 15.3.2005, s. 5).

⁽³⁾ Úř. věst. L 209, 24.7.1992, s. 1. Směrnice zrušená s účinkem k 31. lednu 2006 směrnicí Evropského parlamentu a Rady 2004/18/ES (Úř. věst. L 134, 30.4.2004, s. 114).

- (10) Různá pravidla týkající se výkonu závazků musí být předmětem smluv uzavřených v přiměřené lhůtě mezi zúčastněnými stranami a příslušnými vnitrostátními orgány na základě vzorových smluv, které členským státům poskytne Komise.
- (11) Aby se vyloučilo riziko dvojího financování, je třeba vyloučit z podpory podle nařízení č. 2826/2000 informační a propagační opatření podporovaná v rámci nařízení Rady (ES) č. 1257/1999 ze dne 17. května 1999 o podpoře pro rozvoj venkova z Evropského zemědělského orientačního a záručního fondu (EZOZF) a o změně a zrušení některých nařízení ⁽¹⁾.
- (12) Aby se zaručilo řádné plnění smlouvy, měla by smluvní strana složit příslušnému vnitrostátnímu orgánu záruku ve výši 15 % příspěvků Společenství a příslušných členských států. Za stejným účelem bude složena záruka v případě žádosti o zálohu na každou roční fázi.
- (13) Je třeba určit kontroly prováděné členskými státy.
- (14) Je třeba stanovit, že provádění opatření stanovených ve smlouvách představuje hlavní požadavek ve smyslu článku 20 nařízení Komise (EHS) č. 2220/1985 ze dne 22. července 1985, kterým se stanoví společná prováděcí pravidla k režimu jistot pro zemědělské produkty ⁽²⁾.
- (15) Vzhledem k požadavkům rozpočtové správy je třeba stanovit peněžní postihy v případě, že nebude stanovena nebo dodržena lhůta k předložení žádosti o průběžné platby nebo, v případě zpoždění, lhůta k provádění plateb členskými státy.
- (16) Ve snaze zajistit řádnou finanční správu a vyloučit riziko, že by stanovené vyplácení vyčerpalo finanční účast Společenství tak, že by nebylo možné vyplácet zůstatek, je třeba předběžně určit, že záloha a různé průběžné platby nesmí překročit 80 % příspěvku Společenství a příspěvků členských států. Za stejným účelem je třeba, aby příslušný vnitrostátní orgán obdržel žádost o vyplacení zůstatku ve stanovené lhůtě.
- (17) Je třeba, aby členské státy ověřily veškerý materiál určený pro informaci a propagaci, který bude vyhotoven
- v rámci programů. Je třeba stanovit podmínky jeho použití po ukončení programů.
- (18) Ve světle získaných zkušeností a za účelem sledování řádného provádění programů je třeba určit pravidla pro monitorování prováděné skupinou vytvořenou za tímto účelem podle nařízení (ES) č. 2826/2000.
- (19) Je nezbytné, aby členské státy kontrolovaly provádění opatření a aby se výsledky ověřování a kontroly podle tohoto nařízení sdělovaly Komisi. V zájmu řádné finanční správy je třeba stanovit spolupráci mezi členskými státy v případech, kdy dojde k provádění činností v jiném členském státě než tom, kde sídlí příslušná smluvní organizace.
- (20) Za účelem účinné ochrany finančních zájmů Společenství je třeba přijmout odpovídající opatření k boji proti podvodům a vážným škodám způsobeným z nedbalosti. Za tímto účelem je třeba stanovit náhrady a postihy.
- (21) U víceletých programů je třeba jasně stanovit, že po ukončení každé roční fáze je třeba předložit vnitřní hodnotící zprávu i v případě, že není předložena žádná žádost o platbu.
- (22) Úroková míra, kterou zaplatí příjemce neoprávněné platby musí odpovídat úrokové míře za pohledávky nesplacené ke dni splatnosti podle článku 86 nařízení Komise (ES, Euratom) č. 2342/2002 ze dne 23. prosince 2002 o prováděcích pravidlech k nařízení Rady (ES, Euratom) č. 1605/2002, kterým se stanoví finanční nařízení o souhrnném rozpočtu Evropských společenství ⁽³⁾.
- (23) Aby se usnadnilo přechodné období mezi nařízením (ES) č. 94/2002 a tímto nařízením, je třeba přijmout přechodná opatření ohledně informačních a propagačních programů, o jejichž financování rozhodla Komise před vstupem v platnost tohoto nařízení.
- (24) Opatření tohoto nařízení jsou v souladu se stanoviskem zasedání společného řídicího výboru „Propagace zemědělských produktů“,

⁽¹⁾ Úř. věst. L 160, 26.6.1999, s. 80. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 2223/2004 (Úř. věst. L 379, 24.12.2004, s. 1).

⁽²⁾ Úř. věst. L 205, 3.8.1985, s. 5. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 673/2004 (Úř. věst. L 105, 14.4.2004, s. 17).

⁽³⁾ Úř. věst. L 357, 31.12.2002, s. 1.

PŘIJALA TOTO NAŘÍZENÍ:

KAPITOLA 1

OBECNÁ USTANOVENÍ

Článek 1

Předmět a definice

Toto nařízení stanoví prováděcí pravidla k nařízení (ES) č. 2826/2000, zejména v oblasti vypracování, výběru, provádění, financování a kontroly programů podle čl. 6 odst. 1 uvedeného nařízení a dále pravidla, která se použijí pro programy spolufinancované členskými státy a Komisí podle čl. 7 odst. 1 uvedeného nařízení.

„Programem“ se rozumí soubor souvisejících opatření, která mají dostatečný rozsah pro zlepšení informování o dotčených produktech a jejich odbytu.

Článek 2

Určení příslušných orgánů

Členské státy určí příslušné orgány pověřené prováděním tohoto nařízení (dále jen „příslušné vnitrostátní orgány“).

Názvy a úplné údaje o určených orgánech a všechny případné změny v této oblasti sdělí Komisi.

Komise tyto informace vhodným způsobem zveřejní.

Článek 3

Délka programů

Programy se provádějí v období minimálně jednoho roku a maximálně tří let ode dne nabytí účinnosti smlouvy podle čl. 11 odst. 1.

Článek 4

Charakteristika informačních a propagačních sdělení šířených v rámci programů

1. V souladu s kritérii podle článku 3 nařízení (ES) č. 2826/2000, musí být všechna informační nebo propagační

sdělení určená spotřebitelům a jiným cíleným skupinám v rámci programů (dále jen „sdělení“) založena na kvalitách určeného produktu nebo jeho vlastnostech.

2. Jakýkoli odkaz na původ produktů musí být druhořadý ve srovnání s hlavním sdělením kampaně. Označení původu produktu se však může objevit v rámci určitého informačního nebo propagačního opatření, jedná-li se o označení učiněné v souladu s právními předpisy Společenství nebo jde-li o typický produkt nezbytný k dokreslení informačních nebo propagačních opatření.

3. Jakákoli zmínka ohledně účinků konzumace dotčených produktů na zdraví obsažená ve sděleních musí být založena na obecně uznávaných vědeckých údajích.

Sdělení obsahující zmínku o takových účincích musí být přijata příslušným vnitrostátním orgánem v oblasti veřejného zdraví.

Oborová nebo mezioborová organizace podle čl. 6 odst. 1 nařízení (ES) č. 2826/2000, která navrhuje program, vede pro potřeby dotčeného členského státu a Komise seznam vědeckých studií a stanovisek vydaných autorizovanými vědeckými institucemi, na nichž jsou založena sdělení programu, která obsahují informaci o účincích na zdraví.

Článek 5

Seznam témat a produktů

Seznam témat a produktů podle článku 3 nařízení (ES) č. 2826/2000 je v příloze I tohoto nařízení.

Aktualizuje se každé dva roky nejpozději do 31. března.

Článek 6

Programy spolufinancované členskými státy a Společenstvím

V případě použití článku 7 nařízení (ES) č. 2826/2000 se použije postup stanovený v čl. 8 odst. 1, 2 a 3 a dále články 10 až 19 tohoto nařízení.

Pro účely těchto programů se uzavřou smlouvy mezi dotčenými členskými státy a vybranými provádějícími subjekty.

KAPITOLA 2

**VÝBĚR PROGRAMŮ PODLE ČLÁNKU 6 NAŘÍZENÍ (ES)
č. 2826/2000**

Článek 7

Předkládání programů a předběžný výběr členskými státy

1. Pro uskutečňování opatření obsažených v programech zveřejňuje dotčený členský stát každoročně výzvu k předkládání návrhů.

Oborové nebo mezioborové organizace Společenství, které zastupují daná odvětví (dále jen „navrhující organizace“), předloží své programy členskému státu nejpozději do 30. listopadu.

Programy se předkládají ve formě stanovené Komisí, která je uveřejněna na její internetové stránce. Tato forma je přiložena k výzvám k předkládání návrhů uvedených v prvním pododstavci.

2. Programy předložené podle odstavce 1 musí splňovat:

- a) právní předpisy Společenství, které se týkají příslušných produktů a jejich uvádění na trh;
- b) hlavní směry pro propagaci na vnitřním trhu podle článku 5 nařízení (ES) č. 2826/2000 uvedené v příloze II tohoto nařízení;
- c) specifikaci obsahující kritéria pro vyloučení, výběr a přidělení, která za tímto účelem zveřejní zúčastněné členské státy.

Programy musí být dostatečně podrobné, aby bylo možno zhodnotit jejich soulad s právními předpisy a poměr mezi náklady a účinností.

Členské státy vypracují předběžný seznam programů, které vyberou na základě kritérií stanovených ve specifikaci podle prvního pododstavce písm. c).

3. Za účelem provádění svých programů vybere každá navrhující organizace patřičným a členským státem ověřeným způsobem ve výběrovém řízení jeden či více provádějících subjektů. Pokud došlo k výběru ještě před předložením programu, provádějící subjekt je oprávněn se podílet na jeho přípravě.

4. Jedná-li se o program, který zahrnuje více členských států, vyberou tyto státy program po společné poradě a jmenují jeden členský stát do funkce koordinátora. Zejména se zavází k účasti na financování podle čl. 10 odst. 2 a k vytvoření vzájemné správní spolupráce za účelem zlepšení sledování, provádění a kontroly programů.

Článek 8

Výběr programů Komisí

1. Každoročně, nejpozději do 15. února zašlou členské státy Komisi seznam programů podle čl. 7 odst. 2, v němž je případně uveden seznam provádějících subjektů, pokud již byly určené podle čl. 7 odst. 3, a dále jeden opis programů.

Pokud se jedná o program, který zahrnuje více členských států, předají příslušné členské státy seznam po společné dohodě.

2. Jestliže Komise shledá, že předložený program nebo jeho část není v souladu s předpisy Společenství nebo s hlavními směry pro propagaci na vnitřním trhu a je tedy úplně nebo zčásti nezpůsobilý, uvědomí o tom dotyčné členské státy ve lhůtě šedesáti kalendářních dnů po obdržení předběžného seznamu podle čl. 7 odst. 2.

3. Členské státy v souladu s čl. 6 odst. 3 třetím pododstavcem nařízení (ES) č. 2826/2000 předají Komisi opravené programy ve lhůtě třiceti kalendářních dnů po obdržení zprávy podle odstavce 2 tohoto článku.

Po kontrole opravených programů rozhodne Komise nejpozději do 30. června o programech, které může spolufinancovat v rámci předběžných rozpočtů uvedených v příloze II tohoto nařízení v souladu s postupem podle čl. 13 odst. 2 nařízení (ES) č. 2826/2000.

4. Navrhující organizace je odpovědná za řádné provádění a řízení přijatého programu.

Článek 9

Schvalování provádějících subjektů

1. Členský stát schválí výběr provádějícího subjektu podle čl. 7 odst. 3 a uvědomí o tom Komisi dříve, než dojde k podepsání smlouvy uvedené v čl. 11 odst. 1.

Členský stát ověří, že vybraný prováděcí subjekt má k dispozici finanční a technické prostředky nezbytné k zajištění co nejúčinnějšího výkonu opatření podle čl. 10 odst. 1 nařízení (ES) č. 2826/2000. O použitém postupu uvědomí Komisi.

2. Navrhující organizace je oprávněna zahájit určité části programu podle čl. 6 odst. 5 nařízení (ES) č. 2826/2000 pouze za následujících podmínek:

- a) navrhované provádění je v souladu s ustanoveními čl. 10 odst. 1 nařízení (ES) č. 2826/2000;
- b) navrhující organizace má nejméně pětiletou praxi v provádění stejného druhu opatření;
- c) při realizaci části programu navrhující organizací nebude vyčerpáno více než 50 % celkových nákladů na program, pokud se nejedná o výjimečné a řádně odůvodněné případy, které Komise nejprve písemně schválila;
- d) navrhující organizace zaručí, že náklady na opatření, která se chystá sama provést, nepřekročí tarify běžně používané na trhu.

Členský stát kontroluje dodržování těchto podmínek.

3. Pokud je navrhující organizací veřejnoprávní subjekt ve smyslu čl. 1 písm. b) druhého pododstavce směrnice 92/50/EHS, přijmou členské státy nezbytná opatření k tomu, aby subjekty pravomocné v oblasti přidělování zakázek dbaly na dodržování ustanovení této směrnice.

KAPITOLA 3

FINANCOVÁNÍ PROGRAMŮ

Článek 10

Finanční příspěvky

1. Finanční příspěvek Společenství se vyplácí příslušným členským státům.

2. Pokud se na financování programu podílí více členských států, jejich příspěvek doplní finanční příspěvek navrhující organizace se sídlem na území těchto států. Aniž by byl dotčen článek 9 nařízení (ES) č. 2826/2000, nepřesáhne v tomto případě financování ze strany Společenství 50 % celkových nákladů programu.

3. Finanční příspěvky stanovené v článku 9 nařízení (ES) č. 2826/2000 musí být uvedené v programu předloženém Komisi.

4. Informační a propagační opatření, kterým je poskytována podpora podle nařízení Rady (ES) č. 1257/1999, nemají podle tohoto nařízení nárok na finanční podporu Společenství.

Článek 11

Uzavírání smluv a skládání jistot

1. Jakmile Komise přijme rozhodnutí podle čl. 8 odst. 3, informuje členský stát každou navrhující organizaci, zda její žádost byla přijata či nikoli.

S vybranými navrhujícími organizacemi uzavřou členské státy smlouvy ve lhůtě devadesáti kalendářních dní po oznámení rozhodnutí Komise podle čl. 8 odst. 3. Po vypršení této lhůty nemůže již být uzavřena žádná smlouva bez předběžného povolení Komise.

2. Členské státy použijí vzorové smlouvy, které jim poskytne Komise.

Členské státy mohou případně s ohledem na vnitrostátní předpisy upravit určité podmínky obsažené ve vzorových smlouvách, aniž by tím však byly dotčeny právní předpisy Společenství.

3. K uzavření smlouvy mezi oběma stranami může dojít až po složení jistoty navrhující organizace ve prospěch členského státu a za podmínek podle hlavy III nařízení (EHS) č. 2220/85 ve výši 15 % maximálního ročního finančního příspěvku Společenství a dotčených členských států, aby bylo zajištěno řádné plnění smlouvy.

Je-li však smluvní strana veřejnoprávním subjektem nebo jedná-li pod jeho dozorem, může příslušný vnitrostátní orgán přijmout písemnou záruku od dozorčího subjektu ve výši procentního podílu podle prvního pododstavce pod podmínkou, že se tento dozorčí subjekt zaváže:

- a) dohlížet na řádný výkon sjednaných závazků;
- b) ověřit, že přijaté částky jsou skutečně použity na výkon sjednaných závazků.

Doklad o složení jistoty musí být členskému státu doručen před uplynutím lhůty stanovené v odstavci 1.

4. Zásadním požadavkem ve smyslu článku 20 nařízení (EHS) č. 2220/85 je provádění opatření vyplývajících ze smlouvy.

Článek 13

5. Členský stát neprodleně zašle Komisi opis smlouvy a doklad o složení jistoty.

Průběžné platby

Členský stát rovněž zašle Komisi opis smlouvy uzavřené mezi vybranou navrhující organizací a provádějícím subjektem. Tato druhá smlouva stanoví povinnost provádějícího subjektu podrobit se kontrole podle článku 20.

1. Navrhující organizace podávají u členských států žádosti o průběžné platby příspěvku Společenství a příspěvku členských států před koncem kalendářního měsíce následujícího po měsíci, v němž uplyne každé čtvrtletí, počítáno ode dne podpisu smlouvy podle čl. 11 odst. 1.

Článek 12

Režim záloh

1. Smluvní strana může předložit členskému státu žádost o zálohu spolu s jistotou podle odstavce 3 tohoto článku do třiceti kalendářních dnů po podpisu smlouvy podle čl. 11 odst. 1. V případě víceletých programů tak může učinit do třiceti dnů po zahájení každé 12 měsíční fáze. Po uplynutí lhůty již o zálohu nelze žádat.

K těmto žádostem, které se týkají plateb provedených během uvedeného čtvrtletí, se přiloží souhrnný finanční výkaz, opisy faktur a příslušných dokladů a dále průběžná zpráva o plnění smlouvy během uvedeného čtvrtletí (dále jen „čtvrtletní zpráva“). V případě, že se v uvedeném čtvrtletí neuskutečnila žádná platba nebo činnost, předají se ve lhůtě uvedené v prvním pododstavci tyto dokumenty příslušnému vnitrostátnímu orgánu.

Každá záloha může pokrýt maximálně 30 % ročního příspěvku Společenství a příspěvku dotčeného členského státu nebo dotčených členských států podle čl. 9 odst. 2 a 3 nařízení (ES) č. 2826/2000.

S výjimkou případů vyšší moci má opožděné podání žádosti o průběžnou platbu s přiloženou dokumentací podle druhého pododstavce za následek snížení platby o 3 % za každý celý měsíc pozždění.

2. Záloha musí být členským státem vyplacena do třiceti kalendářních dnů po podání žádosti o zálohu. V případě zpoždění se použijí pravidla podle článku 4 nařízení Komise ⁽¹⁾ (ES) č. 296/96.

2. Vyplácení průběžných plateb je podmíněno ověřením dokumentů podle odst. 1 druhého pododstavce členským státem.

3. Za účelem vyplacení zálohy musí smluvní strana složit ve prospěch členského státu jistotu ve výši 110 % této zálohy podle podmínek hlavy III nařízení (EHS) č. 2220/85. Členský stát neprodleně zašle Komisi opis každé žádosti o zálohu a důkaz o složení příslušné jistoty.

3. Průběžné platby a vyplácení záloh podle článku 12, nepřekročí celkově 80 % z celkového ročního finančního příspěvku Společenství a dotčených členských států podle čl. 9 odst. 2 a 3 nařízení (ES) č. 2826/2000. Jakmile dojde k dosažení této úrovně, nemůže být podána žádná další žádost o průběžnou platbu.

Článek 14

Je-li však smluvní strana veřejnoprávním subjektem nebo jedná-li pod jeho dozorem, může příslušný vnitrostátní orgán přijmout písemnou záruku od dozorčího subjektu ve výši procentního podílu podle prvního pododstavce pod podmínkou, že se tento dozorčí subjekt zaváže k vyplacení částky pokryté jistotou v případě, že nedojde ke stanovení práva na poskytnutí zálohy.

Vyplacení zůstatku

⁽¹⁾ Úř. věst. L 39, 17.2.1996, s. 5. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 605/2005 (Úř. věst. L 100, 20.4.2005, s. 11).

1. Žádost o vyplacení zůstatku podá navrhující organizace členskému státu ve lhůtě čtyř měsíců po dni ukončení ročních opatření stanovených ve smlouvě podle čl. 11 odst. 1.

Aby mohla být žádost přijata, musí k ní být přiložena zpráva (dále jen „výroční zpráva“) obsahující tyto doklady:

- a) souhrnnou zprávu o provedených opatřeních a vyhodnocení obdržených výsledků, které je možno posoudit ke dni zprávy;
- b) souhrnný finanční výkaz, ve kterém jsou jasně uvedeny všechny plánované a uskutečněné výdaje.

K výroční zprávě se přiloží opisy faktur a příslušných dokladů o provedených platbách.

S výjimkou případů vyšší moci má opožděné podání žádosti o vyplacení zůstatku za následek snížení platby o 3 % za každý měsíc zpoždění.

2. Vyplacení zůstatku je podmíněno kontrolou faktur a dokladů členským státem podle odst. 1 třetího pododstavce.

Není-li zcela splněn zásadní požadavek podle čl. 11 odst. 4, platba zůstatku se přiměřeně sníží.

Článek 15

Vyplacení prostředků členským státem

Členský stát vyplatí prostředky stanovené ve člancích 13 a 14 do šedesáti kalendářních dnů od přijetí žádosti o vyplacení.

Tato lhůta se však během období šedesáti dnů od prvního zápisu žádosti o platbu může kdykoli pozastavit oznámením smluvnímu věřiteli, že jeho žádost není přijatelná, nebo že pohledávka není splatná, nebo že pohledávka není odůvodněna doklady požadovanými pro každou dodatečnou žádost, nebo že členský stát požaduje za nezbytné obdržení dodatečných informací nebo provedení kontrol. Lhůta započne dále běžet dnem přijetí požadovaných informací nebo dnem provedení ověření členským státem; tyto informace nebo ověření musí být předány ve lhůtě třiceti kalendářních dnů po jejich oznámení.

S výjimkou případů vyšší moci má každé zpoždění ve vyplacení za následek snížení měsíční zálohy vyplácené Komisí členskému státu podle pravidel článku 4 nařízení (ES) č. 296/96.

Článek 16

Záruky

1. Jistota podle čl. 12 odst. 3 se uvolní, pokud dotčený členský stát stanovil konečné právo na poskytnutí částky.

2. Jistota uvedená v čl. 11 odst. 3 musí být platná až do vyplacení zůstatku a bude uvolněna dopisem o zproštění vydaným příslušným vnitrostátním orgánem.

K uvolnění jistoty dojde ve lhůtách a za podmínek stanovených v článku 15 pro vyplacení zůstatku.

3. Výdaje vykázané v „záruční“ sekci Evropského zemědělského orientačního a záručního fondu (EZOF) se sníží o propadlé jistoty a použité sankce v části, která odpovídá financování Společenstvím.

Článek 17

Dokumenty, které se mají předat Komisi

1. Výroční zpráva se předloží po ukončení každé roční fáze i v případě, že nebyla podána žádná žádost o vyplacení zůstatku.

2. Členský stát předá Komisi souhrnné finanční výkazy podle čl. 14 odst. 1, druhého pododstavce písm. a) a b) do třiceti kalendářních dnů po vyplacení zůstatku podle čl. 14 odst. 2.

3. Členský stát předá Komisi dvakrát do roka čtvrtletní zprávy nezbytné pro průběžné platby podle článku 13.

První a druhá čtvrtletní zpráva se zašle do šedesáti kalendářních dnů po obdržení druhé čtvrtletní zprávy členským státem; třetí a čtvrtá čtvrtletní zpráva se přiloží k souhrnným výkazům podle odstavce 2 tohoto článku.

Výroční zpráva z uplynulého roku může zahrnout čtvrtletní zprávu za poslední čtvrtletí.

4. Členský stát zašle Komisi ve lhůtě třiceti kalendářních dnů po vyplacení zůstatku finanční rozvahy výdajů provedených v rámci smlouvy ve formě stanovené Komisí a předané členskými státy. K této rozvaze se přiloží odůvodněné stanovisko členského státu týkající se provádění úkolů stanovených pro uplynulou fázi.

Rozvaha mimo jiné potvrdí že, v souladu s kontrolami provedenými podle čl. 13 odst. 2 a čl. 14 odst. 2, se mohou veškeré výdaje považovat za způsobilé v souladu s podmínkami smlouvy.

KAPITOLA 4

SLEDOVÁNÍ A KONTROLY

Článek 18

Používání materiálu

1. Členské státy ověří, že informační a propagační materiály vytvořené nebo použité v rámci programů financovaných podle tohoto nařízení, jsou v souladu s právními předpisy Společenství.

Schválený materiál předají Komisi.

2. Materiál vytvořený a financovaný v rámci programu podle odstavce 1, včetně grafické, vizuální a audiovizuální tvorby a internetových stránek, může být následně použit po předběžném písemném schválení Komise, příslušných navrhujících organizací a členských států, které se na programu finančně podílejí, pod podmínkou, že se zohlední práva smluvních stran vyplývající z vnitrostátního práva, kterým se smlouva řídí.

Článek 19

Sledování programů

1. Monitorovací skupina podle čl. 10 odst. 2 nařízení (ES) č. 2826/2000 se pravidelně schází, aby mohla sledovat, jak postupují jednotlivé programy, které jsou financovány podle tohoto nařízení.

Za tímto účelem je monitorovací skupina obeznamenána u každého programu s časovým rozvrhem plánovaných opatření, čtvrtletními a výročními zprávami a s výsledky

kontrol provedených na základě článků 13, 14 a 20 tohoto nařízení.

Skupině předsedá zástupce dotčeného členského státu. Pokud jde o programy, na kterých se podílí více členských států, je předsedou zástupce určený dotčenými členskými státy.

2. Úředníci a zaměstnanci Komise se mohou podílet na činnostech organizovaných v rámci programu financovaného podle tohoto nařízení.

Článek 20

Kontroly prováděné členskými státy

1. Dotčený členský stát stanoví nejvhodnější prostředky, aby zajistil kontrolu programů a opatření financovaných podle tohoto nařízení a uvědomí o nich Komisi.

Kontroly se provádějí každoročně u nejméně 20 % programů ukončených v uplynulém roce, s minimálním počtem dvou programů, a týkají se nejméně 20 % celkových rozpočtů těchto programů ukončených v uplynulém roce. Výběr programů, které budou kontrolovány, se provádí na základě analýzy rizika.

Členský stát předá Komisi za každý přezkoumaný program zprávu, v níž uvede výsledky provedených kontrol a zjištěné nesrovnalosti. Tato zpráva se předá okamžitě po jejím vyhotovení.

2. Členský stát přijme nezbytná opatření, aby u smluvní organizace a provádějícího subjektu ověřil, zejména prostřednictvím technických a účetních kontrol:

a) přesnost údajů a poskytnutých dokladů;

b) splnění všech závazků vyplývajících ze smlouvy uvedených v čl. 11 odst. 1.

Aniž jsou dotčena ustanovení nařízení Rady⁽¹⁾ (EHS) č. 595/91, členský stát uvědomí v co nejkratší lhůtě Komisi o všech nedostatecích zjištěných během provedených kontrol.

3. U programů, na nichž se podílí více členských států, tyto státy přijmou všechna opatření nezbytná pro koordinaci svých kontrolních činností a uvědomí o tom Komisi.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 67, 14.3.1991, s. 11.

4. Komise se může kdykoli zúčastnit kontrol podle odst. 1 až 3. Příslušné vnitrostátní orgány předají Komisi za tímto účelem předběžný časový rozvrh kontrol, které členský stát uskuteční, nejpozději do třiceti dnů před zahájením těchto kontrol.

Komise může provádět veškeré dodatečné kontroly, které uzná za nezbytné.

Článek 21

Vymáhání neoprávněně vyplacených částek

1. V případě neoprávněné platby je příjemce povinen uhradit sporné částky zvýšené o úrok vypočtený v závislosti na lhůtě, která proběhla mezi platbou a úhradou ze strany příjemce.

Použije se úroková sazba stanovená podle čl. 86 odst. 2 písm. b) nařízení (ES, Euratom) č. 2342/2002.

2. Navracené částky s úroky jsou převedeny platebním agenturám nebo orgánům členských států, které je odečtou od výdajů hrazených z prostředků EZOF v poměru k finanční účasti Společenství.

Článek 22

Sankce

1. V případě podvodu nebo vážné škody způsobené z nedbalosti uhradí navrhující organizace dvojnásobek rozdílu mezi původně vyplacenou částkou a částkou skutečně dlužnou.

2. Nestanoví-li jinak článek 6 nařízení Rady (ES, Euratom) č. 2988/95⁽¹⁾, použijí se snížení a vynětí podle tohoto nařízení, aniž by tím byla dotčena možnost případného použití dalších sankcí podle jiných ustanovení právních předpisů Společenství nebo vnitrostátních právních předpisů.

Toto nařízení je závazné v celém rozsahu a přímo použitelné ve všech členských státech.

V Bruselu dne 1. července 2005.

KAPITOLA 5

ZRUŠENÍ, PŘECHODNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

Článek 23

Zrušení nařízení (ES) č. 94/2002

Nařízení (ES) č. 94/2002 se zrušuje. Ustanovení výše uvedeného nařízení se nicméně použijí na informační a propagační programy, o jejichž financování rozhodla Komise před vstupem v platnost tohoto nařízení.

Odkazy na zrušené nařízení se rozumí jako odkazy na toto nařízení.

Článek 24

Přechodná ustanovení

1. Pro rok 2005 se kromě lhůty stanovené v čl. 7 odst. 1 druhém pododstavci stanoví druhá lhůta pro předložení programů do 31. července 2005.

2. Odchylně od čl. 8 odst. 1 prvního pododstavce se pro rok 2005 u programů předložených do 31. července 2005 stanoví lhůta pro předání předběžného seznamu programů Komisi do 30. září 2005.

3. Odchylně od čl. 8 odst. 3 dojde k rozhodnutí Komise pro rok 2005 podle uvedeného odstavce nejpozději 15. prosince 2005.

Článek 25

Vstup v platnost

Toto nařízení vstupuje v platnost sedmým dnem po vyhlášení v Úředním věstníku Evropské unie.

Za Komisi

Mariann FISCHER BOEL

členka Komise

⁽¹⁾ Úř. věst. L 312, 23.12.1995, s. 1.

PŘÍLOHA I

SEZNAM TÉMAT A PRODUKTŮ

- Čerstvé ovoce a zelenina
- Zpracované ovoce a zelenina
- Přadný len
- Živé rostliny a produkty okrasného zahradnictví
- Olivový olej a stolní olivy
- Oleje ze semen
- Mléko a mléčné výrobky
- Čerstvé, chlazené nebo mražené maso vyprodukované v souladu s režimem jakosti Společenství nebo vnitrostátním režimem jakosti
- Označování vajec určených pro lidskou spotřebu
- Med a včelařské produkty
- Jakostní vína vyprodukovaná v určité oblasti (jakostní vína s.o.), stolní vína se zeměpisným označením
- Grafický symbol nejvzdálenějších regionů jak stanoveno v právních předpisech pro zemědělství
- Produkty s chráněným označením původu (CHOP), chráněným zeměpisným označením (CHZO) nebo zaručené tradiční speciality (ZTS) podle nařízení Rady (EHS) č. 2081/92 ⁽¹⁾ a (EHS) č. 2082/92 ⁽²⁾ a produkty zapsané v rámci těchto režimů.
- Ekologické zemědělství podle nařízení Rady (ES) č. 2092/91 ⁽³⁾ a produkty zapsané podle uvedeného nařízení.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 208, 24.7.1992, s. 1. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 806/2003 (Úř. věst. L 122, 16.5.2003, s. 1).

⁽²⁾ Úř. věst. L 208, 24.7.1992, s. 9. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 806/2003.

⁽³⁾ Úř. věst. L 198, 22.7.1991, s. 1. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 2254/2004 (Úř. věst. L 385, 29.12.2004, s. 20).

PŘÍLOHA II

OBECNÉ ZÁSADY PRO PROPAGACI NA VNITŘNÍM TRHU

Následující obecné zásady mají za cíl stanovit orientaci sdělení, cílové skupiny a nástroje, které mají mít ústřední postavení v informačních a propagačních programech pro různé kategorie produktů.

Aniž by tím byly dotčeny priority uvedené v čl. 6 odst. 4 nařízení (ES) č. 2826/2000, je obecně třeba vypracovat návrhy programů s přihlédnutím k následujícím zásadám:

- programy navržené více než jedním členským státem musí obsahovat koordinované strategie, opatření a sdělení,
- je třeba, aby programy byly spíše víceleté a aby jejich dopad mohl podstatným způsobem ovlivnit cílové trhy. V případě potřeby mohou být prováděny na trzích více než jednoho členského státu;
- sdělení programů by měla poskytovat objektivní informace o hlavních vlastnostech a/nebo o výživové hodnotě produktů v rámci vyvážené stravy, o jejich způsobu produkce nebo o jejich ekologické hodnotě,
- programy by měly obsahovat klíčová sdělení, která jsou v zájmu spotřebitelů, odborníků a obchodu několika členských států.

ČERSTVÉ OVOCE A ZELENINA

1. Rozbor situace

Zatímco produkce Společenství v odvětví ovoce a zeleniny se zvyšuje, spotřeba těchto produktů zůstává obecně na stejné úrovni.

Je pozorovatelné snížení zájmu u spotřebitelů mladších třiceti pěti let, které se ještě stupňuje u dětí školního věku. Tento postoj škodí vyváženému stravování.

2. Cíle

Je třeba zlepšit „svěží“ a „přírodní“ image produktu a snížit věkový průměr spotřebitelů zejména podporou spotřeby u mladistvých.

3. Cílové skupiny

- Mladé domácnosti s věkovou hranicí do třiceti pěti let
- Děti a mládež školního věku, a jejich rodiče
- Hromadné stravování a školní jídelny
- Lékaři a odborníci na správnou výživu

4. Hlavní sdělení

- Propagovat přístup typu „pět za den“ (doporučení jíst nejméně pět porcí ovoce a zeleniny denně)
- Čerstvé přírodní produkty
- Jakost (bezpečnost, výživová hodnota a chuť, způsoby produkce, ochrana životního prostředí, spojení s původem)
- Požitek z konzumace
- Vyvážená strava
- Pestrost a sezónní povaha zásobování čerstvými produkty, informace o jejich chuti a použití
- Sledovatelnost
- Snadnost a jednoduchost přípravy: mnohé ovoce a zelenina se nemusí vařit

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky nabízející produkty ve spojení s on-line hrami pro mládež)
- Telefonické informační linky
- Styk s veřejností prostřednictvím masmédií a reklamy (odborný tisk, tisk pro ženy, časopisy a časopisy a magazíny pro mládež, atd.)
- Kontakty s lékaři a odborníky na správnou výživu
- Pedagogická činnost zaměřená na děti a mládež se zapojením učitelů a vedoucích školních jídelen
- Informační činnost pro spotřebitele v místech prodeje
- Jiné nástroje (prospekty a brožury s informacemi o produktech a recepty, hry pro děti, atd.)
- Vizuální média (kino, specializované televizní kanály)
- Rozhlasové spoty
- Účast na veletrzích

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

4 miliony EUR.

ZPRACOVANÉ OVOCE A ZELENINA

1. Rozbor situace

Odvětví musí čelit stále živější konkurenci ze strany více třetích zemí.

Vzhledem k postupnému nárůstu poptávky, zejména díky snadné spotřebě těchto produktů, je důležité, aby tuto skutečnost mohlo odvětví využít. Proto je pomoc informačním a propagačním opatřením oprávněná.

2. Cíle

Modernizovat a omladit image produktu a poskytnout informace nezbytné na podporu jeho spotřeby.

3. Cílové skupiny

- Domácnosti
- Hromadné stravování a školní jídelny
- Lékaři a odborníci na správnou výživu

4. Hlavní sdělení

- Jakost (bezpečnost, výživová hodnota a chuť, způsoby přípravy)
- Snadnost použití:
- Požitek z konzumace
- Rozmanitá nabídka produktů a dostupnost po celý rok
- Vyvážená strava
- Sledovatelnost

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky)
- Telefonické informační linky
- Styk s veřejností prostřednictvím masmédií a reklamy (odborný tisk, tisk pro ženy, kulinářské časopisy, atd.)
- Předvádění v místech prodeje
- Kontakty s lékaři a odborníky na správnou výživu
- Jiné nástroje (prospekty a brožury s informacemi o produktech a recepty)
- Vizuální média
- Účast na veletrzích

6. DÉLKA programů

Dvanáct až třicet šest měsíců s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

2 miliony EUR.

PŘADNÝ LEN

1. Rozbor situace

V důsledku liberalizace mezinárodního obchodu v textilním a oděvním odvětví musel len ze Společenství čelit silné konkurenci lnu jiného původu, jehož ceny jsou velmi přitažlivé. Konkuruje mu rovněž i jiná textilní vlákna. Spotřeba v textilním odvětví má navíc sklon stagnovat.

2. Cíle

- Rozvíjet pověst lnu ze Společenství a vyzdvihnout jeho zvláštní vlastnosti
- Zvýšit spotřebu tohoto produktu
- Informovat spotřebitele o vlastnostech nových výrobků uvedených na trh

3. Cílové skupiny

- Hlavní odborníci v tomto odvětví (návrháři, tvůrci, návrháři, výrobci, vydavatelé)
- Distributoři
- Vzdělávací zařízení pro povolání v odvětví textilu, módy a interiérového návrhářství (učitelé a studenti)
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění.
- Spotřebitelé

4. Hlavní sdělení

- Jakost závisí na podmínkách, za nichž byla vyprodukována surovina, na použití vhodných odrůd a na odborných znalostech jednotlivých činitelů v tomto odvětví.
- Široká škála a bohatost nabídky Společenství ať už v oblasti výrobků (oděvy, dekorace, bytový textil) nebo v oblasti tvorby a inovace.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky)
- Odborné veletrhy a výstavy.
- Informační opatření zaměřená na hlavní související úseky (návrháře, výrobce, distributory a vydavatele).
- Informace v místech prodeje.
- Kontakty s odborným tiskem.
- Vzdělávací informační akce ve školách textilního inženýrství, módního návrhářství, atd.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

1 milion EUR.

ŽIVÉ ROSTLINY A PRODUKTY OKRASNÉHO ZAHRADNICTVÍ

1. Celkový rozbor situace

Odvětví musí čelit rostoucí konkurenci v dodávkách mezi produkty ze Společenství a produkty ze třetích zemí.

Studie vyhodnocující výsledky propagačních kampaní v letech 1997 až 2000 ukazují, že je třeba zlepšit a racionalizovat organizační řetězec od producenta až po distributora a lépe informovat spotřebitele o zvláštních kvalitách a odrůdách produktů Společenství, aby se uvnitř Společenství usnadnil prodej těchto produktů.

2. Cíle

- Zvýšit spotřebu květin a rostlin původem ze Společenství.
- Podporovat ekologické postupy a lépe obeznamovat se způsoby produkce, které nepoškozují životní prostředí.
- Posílit partnerství mezi odborníky z více členských států, což umožní zejména předávání nejnovějších znalostí v odvětví a lepší informovanost všech účastníků výrobního procesu.

3. Cílové skupiny

- Producenti, školky, distributoři a ostatní subjekty v tomto odvětví
- Studenti a děti školního věku
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění: novináři, učitelé
- Spotřebitelé

4. Hlavní sdělení

- Informace týkající se jakosti a rozmanitosti produktů Společenství
- Metody produkce, které chrání životní prostředí
- Postupy, které mají za cíl vytvoření trvalejších produktů
- Maximální rozmanitost rostlin a květin
- Úloha rostlin a květin pro dobré životní podmínky a kvalitu života

5. Hlavní nástroje

- Kontakty se sdělovacími prostředky
- Výstavy a veletrhy: stánky s produkty z více členských států
- Vzdělávací činnost pro odborníky, spotřebitele a studenty
- Výměna znalostí týkajících se zlepšení trvanlivosti produktů
- Informování spotřebitele prostřednictvím tisku a činností, jako jsou vydání katalogu, zahradnických kalendářů a případně kampaně „rostlina měsíce“
- Zvýšené používání elektronických prostředků (Internet, CD-ROM, atd.)

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro programy, které stanoví pro každou fázi strategii a odůvodněné cíle.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

3 miliony EUR.

OLIVOVÝ OLEJ A STOLNÍ OLIVY

1. Celkový rozbor situace

Nabídka olivového oleje a stolních oliv se zvyšuje, ale místa prodeje na vnitřních a mezinárodních trzích hrají důležitou úlohu pro zajištění rovnováhy na trhu Společenství. Situace v oblasti poptávky je velice rozdílná mezi tradičními spotřebitelskými trhy a trhy, na nichž jsou olivový olej a stolní olivy relativně novým jevem.

V „tradičně spotřebitelských“ členských státech (Španělsku, Itálii, Řecku a Portugalsku) jsou uvedené produkty obecně dobře známé a jejich spotřeba je vysoká. Jde o zralé trhy, na nichž se dá jen těžko předpokládat celkové zvýšení poptávky, ale které jsou velmi významné pro odvětví díky svému současnému podílu na spotřebě olivového oleje.

V „nově spotřebitelských“ členských státech se spotřeba na obyvatele zvýšila, ale stále zůstává poměrně nízká (Společenství k 30. dubnu 2004) či dokonce zanedbatelná (ve většině členských států, které přistoupily dne 1. května 2004). Mnozí spotřebitelé neznají blahodárné účinky nebo různé možnosti použití olivového oleje a stolních oliv. Jedná se tedy o trh s velkým potenciálem pro růst poptávky.

2. Cíle

- Především zvýšit spotřebu těchto produktů v „nových spotřebitelských“ členských státech tím, že dojde k většímu pronikání na trhy a rozmanitějšímu užívání těchto produktů, a dále poskytováním nezbytných informací.
- Upevnit a podle možností zvýšit spotřebu v „tradičně spotřebitelských“ členských státech zlepšením informovanosti spotřebitelů o dosud málo známých aspektech a vytvářením návyku u mladých lidí tyto produkty si kupovat.

3. Cílové skupiny

- Osoby odpovědné za nákup: v „tradičně spotřebitelských“ členských státech zejména osoby ve věku od 20 do 40 let
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění (gastronomové, šéfkuchaři, restauratéři, novináři), všeobecný a odborný tisk (o gastronomii, pro ženy, různého druhu)
- Lékařský a zdravotnický tisk
- Distributoři (v „nových spotřebitelských“ členských státech)

4. Hlavní sdělení

- Gastronomické a organoleptické vlastnosti panenského olivového oleje (vůně, barva, chuť) se liší podle odrůd, oblastí, sklizní, označení CHOP/CHZO, atd. Tato rozmanitost nabízí širokou škálu gastronomických vjemů a možností využití.
- Existují různé kategorie olivového oleje.
- Výživové vlastnosti olivového oleje z něj činí významnou složku zdravé a vyvážené stravy: olivový olej dokáže skloubit kulinářské potěšení a nároky na zdravou a vyváženou stravu.
- Informace o právní úpravě v oblasti kontroly, osvědčení jakosti a označování olivového oleje
- Informace o všech olivových olejích a/nebo stolních olivách registrovaných ve Společenství jako CHOP/CHZO
- Stolní olivy jsou přírodním a zdravým produktem, který lze konzumovat samostatně nebo jako součást složitějších pokrmů.
- Odrůdové vlastnosti stolních oliv

Zejména v „nových spotřebitelských“ členských státech:

- olivový olej, zejména extra panenský olivový olej, je přírodní produkt s dlouholetou tradicí a know-how, který je ideální pro moderní a chutnou kuchyni, lehce se uplatní nejen v kuchyni ze středomořské oblasti, ale i v jakékoli moderní kuchyni;
- rady uživatelům.

Zejména v „tradičně spotřebitelských“ členských státech:

- výhody spojené s koupí olivového oleje v láhvi (se štítkem obsahujícím všechny užitečné informace pro spotřebitele);
- modernizace představy o produktu s dlouhou tradicí a významným kulturním rozměrem.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech olivového oleje a stolních oliv založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici Evropského parlamentu a Rady 2000/13/ES⁽¹⁾.

5. Hlavní nástroje

- Internet a další elektronické prostředky (CD-ROM, DVD, atd.)
- Propagace v místech prodeje (ochutnávky, recepty, šíření informací).
- Kontakty s tiskem a styk s veřejností (setkání, účast na veletrzích, atd.).
- Reklama (nebo reklamní úvodníky) v tisku (všeobecném, gastronomickém, pro ženy a tisku o životním stylu)
- Společné akce s lékaři a zdravotníky (veřejné kontakty v lékařských kruzích)
- Audiovizuální komunikační prostředky (televize a rozhlas)
- Účast na veletrzích

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví pro každou fázi strategii a odůvodněné cíle.

Upřednostní se programy, které se budou provádět alespoň ve dvou „nově spotřebitelských“ členských státech.

(¹) Úř. věst. L 109, 6.5.2000, s. 29. Směrnice naposledy pozměněná směrnicí 2003/89/ES (Úř. věst. L 308, 25.11.2003, s. 15).

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

4 miliony EUR.

OLEJE ZE SEMEN

V tomto odvětví se upřednostní programy zaměřené na řepkový olej nebo na programy, které uvádějí vlastnosti různých olejů ze semen.

Předběžný roční rozpočet pro odvětví:

2 miliony EUR.

A. ŘEPKOVÝ OLEJ

1. Celkový rozbor situace

Po reformě společné zemědělské politiky se neposkytuje žádná zvláštní podpora na výrobu řepkového oleje, která se dnes musí zaměřit na požadavky trhu. Propagace řepkového oleje, který nabízí zvýšené možnosti výroby a je alternativou produkci obilovin se strukturální nadprodukcí, přispěje k vyváženosti trhu s plodinami na orné půdě a ke spotřebě rozmanitých rostlinných olejů ve Společenství. Společenství je v současné době čistým vývozcem řepkového oleje.

Během posledních desetiletí se vyvinuly odrůdy řepky s významnými výživovými vlastnostmi. Zlepšila se tím jakost. Byly vyvinuty nové výrobky, jako například řepkový olej lisovaný za studena se zvláštní chutí lískových oříšků.

Výživová hodnota řepkového oleje je předmětem celosvětových výzkumů, jejichž výsledky potvrzují prospěšné dietetické a fyziologické vlastnosti výrobku. S výsledky nejnovějších výzkumů je třeba seznámit lékaře, odborníky na správnou výživu a spotřebitele.

2. Cíle

- Seznámit s vlastnostmi řepkového oleje a jeho nedávným vývojem
- Seznámit spotřebitele i lékařské a zdravotnické pracovníky s používáním a výživovou hodnotou řepkového oleje a zvýšit tím spotřebu

3. Cílové skupiny

- Domácnosti, zejména osoby, které se starají o nákupy
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění (novináři, šéfkuchaři, lékaři a odborníci na správnou výživu)
- Distributoři
- Lékařský a zdravotnický tisk
- Zemědělsko-potravinářský průmysl

4. Hlavní sdělení

- Výživové vlastnosti řepkového oleje z něj činí významnou složku zdravé a vyvážené stravy.
- Řepkový olej obsahuje zajímavé složení mastných kyselin.
- Rady uživatelům
- Informace o vývoji výrobku a jeho odrůdách

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech řepkového oleje založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici 2000/13/ES.

5. Hlavní nástroje

- Propagace v místech prodeje (ochutnávky, recepty, šíření informací).
- Reklama (nebo reklamní úvodníky) v tisku (všeobecném, gastronomickém, pro ženy a tisku o životním stylu)
- Styk s veřejností (setkání, účast na potravinářských výstavách)
- Společné akce s lékaři a zdravotníky
- Společné akce s restauracemi, stravovacími zařízeními a šéfkuchaři
- Internet

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců

B. SLUNEČNICOVÝ OLEJ

Programy ve prospěch slunečnicového oleje budou upřednostněny pouze v případech, kdy to odůvodní situace na trhu.

1. Celkový rozbor situace

Ve Společenství jsou více než dva miliony hektarů osety slunečnicí a produkce slunečnicových semen převyšuje 3,5 milionů tun za rok. Slunečnicový olej spotřebovaný ve Společenství pochází převážně z osiva vyprodukovaného na jeho území. Snížení lisovací kapacity však způsobí omezení produkce slunečnicového oleje ve Společenství během hospodářského roku 2004/2005. Vzhledem ke zvyšujícím se cenám na světových trzích a k případným nedostatkům v zásobování se neupřednostňují programy, které se zaměřují výhradně na slunečnicový olej. Tyto programy však mohou být předkládány v rámci programů týkajících se většího množství olejů ze semen původem ze Společenství.

Slunečnicový olej se obzvláště hodí pro některá použití, zejména pro smažení potravin. Je rovněž bohatý na nenasycené mastné kyseliny a na vitamin E. Cílem kampaní je informovat spotřebitele, obchodníky a distributory o různých způsobech použití, o druzích a vlastnostech slunečnicového oleje a o právních předpisech Společenství týkajících se jeho jakosti. Je důležité, aby kampaně byly navrženy s cílem předat objektivní informace.

2. Cíle

Informovat spotřebitele a pracovníky v odvětví o:

- různých možnostech použití slunečnicového oleje, jeho vlastnostech a jeho výživové hodnotě,
- právních předpisech a normách v oblasti jakosti, pravidlech týkajících se označování.

3. Cílové skupiny

- Domácnosti, zejména osoby, které se starají o nákupy
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění (novináři, šéfkuchaři, lékaři a odborníci na správnou výživu)
- Distributoři
- Zemědělsko-potravinářský průmysl

4. Hlavní sdělení

Hlavní sdělení programů musí poskytovat informace o:

- výhodách vhodného používání slunečnicového oleje, vysokém obsahu vitamínu E v oleji získaném ze slunečnicových semen ve srovnání s jinými rostlinnými oleji, skutečnost, že slunečnicový olej je vyhlášený pro svou lehkou chuť a že je výborným olejem na smažení,
- právních předpisech a normách stanovících jakost slunečnicového oleje,
- složení mastných kyselin a výživové hodnotě slunečnicového oleje,
- výsledcích vědeckého výzkumu a technického vývoje v oblasti slunečnicového oleje a jiných rostlinných olejů.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech slunečnicového oleje založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici 2000/13/ES.

5. Hlavní nástroje

- Šíření informačních materiálů v místech prodeje (místa prodeje a obchodu)
- Reklama (nebo reklamní úvodníky) ve všeobecném a gastronomickém tisku, tisku pro ženy a o životním stylu)
- Styk s veřejností (setkání, účast na potravinářských výstavách)
- Internet

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců

MLÉKO A MLÉČNÉ VÝROBKY

1. Celkový rozbor situace

Došlo k poklesu spotřeby tekutého mléka, který byl výrazný zejména v hlavních spotřebitelských zemích a byl způsoben především konkurencí „nealkoholických nápojů“ konzumovaných mladými lidmi. Spotřeba různých náhradních tekutin postupně nahrazuje spotřebu tekutého mléka. Na druhé straně dochází k celkovému zvýšení spotřeby mléčných výrobků vyjádřených v mléčném ekvivalentu.

2. Cíle

- Zvýšit spotřebu tekutého mléka na trzích, které ukazují možnost zvýšení a udržet stávající úroveň spotřeby na nasycených trzích
- Celkově zvýšit spotřebu mléčných výrobků
- Stimulovat mládež, budoucí dospělé spotřebitele, k větší spotřebě mléka a mléčných výrobků

3. Cílové skupiny

Spotřebitelé obecně a zejména:

- děti a mládež, zejména dívky od 8 do 13 let,
- ženy různých věkových kategorií,
- starší osoby.

4. Hlavní sdělení

- Mléko a mléčné výrobky jsou zdravé a přírodní produkty, vhodné pro každodenní moderní život, které se konzumují s potěšením.
- Mléko a mléčné výrobky mají zvláštní výživovou hodnotu, která je zejména prospěšná pro určité věkové kategorie.
- Obsah sdělení musí být kladný a musí brát v úvahu zvláštní charakter spotřeby na jednotlivých trzích.
- Existuje pestrý výběr mléčných výrobků vhodných pro různé spotřebitele a různé spotřebitelské situace.

- Existuje mléko a mléčné výrobky s nízkým obsahem tuků, vhodnější pro určité spotřebitele.
- V průběhu celého programu musí být zajištěna návaznost hlavních sdělení, aby se spotřebitelé přesvědčili o výhodách, které pro ně mohou vyplynout z pravidelné spotřeby těchto produktů.

Aniž je dotčen čl. 4 odst. 3, musí být informace o výživových vlastnostech mléka a mléčných výrobků založeny zejména na obecně uznané vědecké dokumentaci a splňovat požadavky stanovené ve směrnici 2000/13/ES.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje
- Telefonické informační linky
- Styk s veřejností prostřednictvím masmédií a reklamy (odborný tisk, tisk pro ženy, časopisy pro mládež, atd.)
- Kontakty s lékaři a odborníky na správnou výživu
- Kontakty s učiteli a školami
- Jiné nástroje (prospekty a brožury, hry pro děti, atd.)
- Předvádění v místech prodeje
- Vizualní média (kino, specializované televizní kanály)
- Rozhlasové spoty
- Účast na výstavách a veletrzích

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

4 miliony EUR.

ČERSTVÉ, CHLAZENÉ NEBO MRAZENÉ MASO VYPRODUKOVANÉ V SOULADU S REŽIMEM JAKOSTI SPOLEČENSTVÍ NEBO VNITROSTÁTNÍM REŽIMEM JAKOSTI

1. Celkový rozbor situace

Zdravotní problémy, které postihly značný počet živočišných produktů, vyzdvihly nutnost posílit důvěru spotřebitelů ve výrobky, jejichž základem je maso původem ze Společenství.

Za tímto účelem je třeba poskytnout objektivní informace o systémech jakosti Společenství a vnitrostátních systémech a dále o kontrolách, které se požadují navíc ve srovnání s obecnými právními předpisy o kontrolách a bezpečnosti potravin. Tyto pravidla a kontroly poskytují další záruku tím, že stanoví specifikace pro produkty a dodatečné kontrolní struktury.

2. Cíle

- Informační kampaně se omezují na produkty vytvořené v rámci evropských systémů jakosti (CHOP, CHZO, ZTS a ekologické zemědělství) a systémů jakosti schválených členskými státy, které splňují požadavky článku 24b nařízení (ES) č. 1257/1999. Aniž je dotčen čl. 10 odst. 4 tohoto nařízení, informační kampaně financované podle tohoto nařízení nemají nárok na financování podle nařízení (ES) č. 1257/1999.
- Jejich cílem je zajistit objektivní a úplné informace o právních předpisech v oblasti systémů jakosti Společenství a na vnitrostátní úrovni pro zajištění bezpečnosti masných výrobků. Jejich úkolem je informovat spotřebitele, osoby s významným vlivem na veřejné mínění a distributory o specifikacích produktů a o skutečných kontrolách, které tyto systémy jakosti zahrnují.

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé a sdružení spotřebitelů
- Osoby odpovědné za nákup v domácnostech
- Instituce (restaurace, nemocnice, školy, atd.)
- Distributoři a sdružení distributorů
- Novináři a osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění

4. Hlavní sdělení

- Režimy jakosti poskytují záruku zvláštního způsobu produkce a kontrol, které jsou přísnější než požadavky stanovené v právních předpisech.
- Jakostní masné výrobky mají zvláštní vlastnosti nebo vyšší jakost, než požadují běžné obchodní normy.
- Režimy jakosti Společenství a vnitrostátní režimy jakosti jsou transparentní a zaručují dokonalou sledovatelnost produktů
- Označování masa umožňuje spotřebiteli rozeznat jakostní výrobky, jejich původ a vlastnosti

5. Hlavní nástroje

- Internet
- Kontakty s médii a reklama (vědecký a odborný tisk, tisk pro ženy, časopisy a kulinářské časopisy)
- Kontakty se sdruženími spotřebitelů
- Audiovizuální prostředky
- Tištěná dokumentace (prospekty, brožury, atd.)
- Informace v místech prodeje

6. Délka a rozsah programů

Programy musí být buď celostátního rozsahu nebo se týkat několika členských států.

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

4 miliony EUR.

OZNAČOVÁNÍ VAJEC URČENÝCH PRO LIDSKOU SPOTŘEBU

1. Celkový rozbor situace

V souladu s čl. 7 odst. 1 písm. a) nařízení Rady (EHS) č. 1907/90⁽¹⁾, se od 1. ledna 2004 na skořápku všech vajec určených k lidské spotřebě tiskne kód, umožňující identifikaci producenta a způsob chovu nosných slepic. Tento kód obsahuje číslo pro určení způsobu chovu (0 = ekologický chov, 1 = volný výběh, 2 = v halách, 3 = klecový chov), kód ISO členského státu, ve kterém se nachází producent a číslo, které přidělil producentovi příslušný orgán.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 173, 6.7.1990, s. 5. Nařízení naposledy pozměněné nařízením (ES) č. 2052/2003 (Úř. věst. L 305, 22.11.2003, s. 1).

2. Cíle

- Informovat spotřebitele o nových normách pro označování vajec a poskytnout úplnou informaci o významu kódu vytištěného na vejcích
- Poskytnout informace o systémech produkce vajec prostřednictvím kódu, který je na nich vytištěn
- Poskytnout informace o stávajících systémech sledovatelnosti

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé a distributoři
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění

4. Hlavní sdělení

- Seznámit s existencí nového kódu vytištěného na vejcích podle směrnice Komise 2002/4/ES⁽¹⁾, vysvětlit jeho význam a vlastnosti různých kategorií vajec, na které se kód vztahuje.
- Sdělení nesmějí zvýhodňovat určitý způsob produkce před ostatními ani obsahovat žádné prohlášení o výživové hodnotě nebo vlivu spotřeby vajec na lidské zdraví. Jakákoli diskriminace vajec původem z jiných členských států je zakázána.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetová stránka, atd.)
- Tištěné materiály (brožury, prospekty, atd.)
- Informace v místech prodeje
- Propagace v tisku a v časopisech o výživě, tisku pro ženy, atd.
- Kontakty se sdělovacími prostředky

6. Délka programu

Dvanáct až dvacet čtyři měsíců

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

2 miliony EUR.

MED A VČELAŘSKÉ PRODUKTY

1. Celkový rozbor situace

Odvětví Společenství v oblasti medu a jakostních včelařských produktů, které má nárok jen na velmi malé podpory ze strany Společenství, musí čelit zvýšené konkurenci na světových trzích. V důsledku vysokých výrobních nákladů se situace ještě zhoršila.

Od roku 2001 je odvětví upraveno směrnicí Rady 2001/110/ES⁽²⁾, podle které musí označení vytvářet spojitost mezi jakostí a původem. Programy, kterým je poskytována podpora, se musí převážně týkat medu a včelařských produktů ze Společenství s doplňujícími údaji o regionálním, územním a topografickém původu nebo o označeních o jakosti, které jsou schválené buď Společenstvím (CHOP, CHZO, ZTS nebo z „ekologického zemědělství“) nebo členským státem.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 30, 31.1.2002, s. 44.

⁽²⁾ Úř. věst. L 10, 12.1.2002, s. 47.

2. Cíle

- Informovat spotřebitele o rozmanitosti, organoleptických vlastnostech a podmínkách produkce včelařských produktů ze Společenství
- Informovat spotřebitele o jakosti nefiltrovaného a nepasterizovaného medu ze Společenství
- Pomoci spotřebitelům při pochopení označení medu ze Společenství a nabádat producenty k vytváření srozumitelnějších označení
- Zaměřit spotřebu medu na jakostní produkty zdůrazněním jejich vysledovatelnosti

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé, zejména osoby od 20 do 40 let
- Starší osoby a děti
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění

4. Hlavní sdělení

- Informace o právních předpisech Společenství v oblasti bezpečnosti, hygieny produkce, certifikace jakosti a označování
- Med je přírodní produkt založený na tradici a know-how, který umožňuje četné způsoby použití v moderní kuchyni.
- Široká paleta medu různého zeměpisného a botanického původu z různých ročních období.
- Rady o použití a výživové hodnotě
- Na ochranu biologické rozmanitosti je nutné zajistit opylení.

5. Hlavní nástroje

- Reklama ve všeobecném a odborném tisku (časopisy gastronomické a o životním stylu)
- Internet, kino a jiné audiovizuální komunikační prostředky (televize, rozhlas)
- Místa prodeje
- Účast na výstavách a veletrzích
- Reklama pro širokou veřejnost, organizace akcí v restauracích a stravovacích zařízeních
- Informace ve školách (pokyny pro učitele, studenty v hotelových školách a školách zaměřených na stravování)

6. Délka a rozsah programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro programy, které stanoví pro každou fázi strategii a odůvodněné cíle.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

1 milion EUR.

JAKOSTNÍ VÍNA S.O., STOLNÍ VÍNA SE ZEMĚPISNÝM OZNAČENÍM

1. Celkový rozbor situace

Odvětví se vyznačuje vysokou produkcí, která se potýká se stagnující, pro některé kategorie dokonce s klesající spotřebou a s rostoucí nabídkou vín ze třetích zemí.

2. Cíle

- Zvýšit spotřebu vín původem ze Společenství
- Informovat spotřebitele o rozmanitosti, jakosti a podmínkách produkce vín ze Společenství a o výsledcích vědeckých studií.

3. Cílové skupiny

- Distributoři
- Spotřebitelé, s výjimkou dětí a dospívající mládeže podle doporučení Rady 2001/458/ES⁽¹⁾
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění: novináři, odborníci na gastronomii
- Vzdělávací zařízení pro povolání v hotelové a restaurační oblasti

4. Hlavní sdělení

- Právní předpisy Společenství striktně upravují produkci, údaje o jakosti, označování etiketami a uvádění na trh, čímž zaručují spotřebitelům jakost a výsledovatelnost nabízeného produktu
- Radost z možnosti výběru v široké škále evropských vín různého původu
- Informace o vinohradnictví ve Společenství a spojení s regionálními a místními podmínkami, kulturami a chutěmi

5. Hlavní nástroje

- Informační činnost a styk s veřejností
- Školení distributorů a pracovníků restauračních zařízení
- Kontakty s odborným tiskem
- Další nástroje (internetové stránky, prospekty a brožury) pro ovlivnění výběru spotřebitelů a rozvinutí příležitostí ke spotřebě (rodinné události, oslavy, atd.)
- Výstavy a veletrhy: stánky s produkty z několika členských států.

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců, s předností pro víceleté programy, které stanoví cíle pro každou etapu.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

3 miliony EUR.

⁽¹⁾ Úř. věst. L 161, 16.6.2001, s. 38.

PRODUKTY S CHRÁNĚNÝM OZNAČENÍM PŮVODU (CHOP), CHRÁNĚNÝM ZEMĚPISNÝM OZNAČENÍM (CHZO)
NEBO OZNAČENÍM ZARUČENÉ TRADIČNÍ SPECIALITY (ZTS)

1. Rozbor situace

Systém Společenství zaměřený na ochranu názvů produktů podle nařízení (ES) č. 2081/92 a (ES) č. 2082/92 je prioritou v rámci zavádění programů jakosti společné zemědělské politiky. Proto je třeba i nadále vynakládat úsilí na seznamování všech případných činitelů, kteří se podílejí se na produkci, přípravě, uvádění na trh a spotřebě produktů nesoucích chráněná označení.

2. Cíle

Informační a propagační kampaně by se neměly omezovat na jedno označení nebo na úzký okruh označení produktů, ale zaměřit se spíše na skupiny označení nebo určité kategorie produktů, případně na produkty vytvořené v jednom či více regionech nebo v jednom či více členských státech.

Tyto kampaně se musí zaměřit na:

- poskytování úplné informace o obsahu, fungování a komunitární povaze režimů, a zejména o jejich dopadu na obchodní hodnotu produktů s chráněným označením, které využívají ochrany poskytované těmito režimy od okamžiku jejich zápisu,
- rozvíjet pověst loga Společenství pro produkty s označením CHOP/CHZO a pro ZTS u spotřebitelů, distributorů a odborníků v potravinářské oblasti,
- povzbuzovat sdružení producentů a zpracovatelů v uvedených oblastech, která se ještě nepodílí na těchto režimech, k zápisu názvu produktů, které splňují hlavní podmínky nezbytné pro jejich zápis,
- povzbuzovat sdružení producentů a zpracovatelů, která se ještě nepodílí na režimech, aby přispěla k vytváření produktů nesoucích zapsaná označení splněním schválených specifikací a požadavků na kontrolu stanovených pro jednotlivá chráněná označení,
- stimulovat poptávku po dotčených produktech informacemi spotřebitelů a distributorů o existenci, významu a výhodách režimů a dále o významu označení, podmínkách pro zápis označení, o kontrolách a systému vysledovatelnosti.

3. Cílové skupiny

- Producenti a zpracovatelé
- Distributoři (supermarkety, velkoobchodníci, maloobchodní prodej, catering, jídelny, restaurace)
- Spotřebitelé a jejich sdružení
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění

4. Hlavní sdělení

- Určité vlastnosti produktů s chráněným označením závisí na jejich zeměpisném původu. U produktů s označením CHOP musí být jakost a vlastnosti převážně nebo úplně vázané na zvláštní zeměpisné prostředí (což zahrnuje vlastní přírodní a lidské faktory). Pokud jde o CHZO, tato označení se týkají produktů, jejichž jakost nebo zvláštní pověst lze přičíst zeměpisnému původu. Je proto třeba stanovit zeměpisnou vazbu alespoň jednou během etap produkce, zpracování nebo přípravy.
- Produkty s označením ZTS mají vlastnosti vyplývající ze zvláštnosti tradičního způsobu produkce nebo z použití tradičních surovin.

- Loga, která Společenství používá pro CHOP, CHZO a ZTS, jsou symboly, které se v celém Společenství chápou jako označení produktů odpovídajících specifickým podmínkám produkce, které se váží k jejich zeměpisnému původu nebo tradici, a které podléhají kontrolám.
- Další aspekty jakosti (bezpečnost, výživová hodnota, chuť, výsledovatelnost) dotčených výrobků.
- Ukázka několika produktů s označením CHOP, CHZO nebo ZTS jako příklad možnosti obchodního rozvoje produktů, jejichž označení je zapsáno v ochranných režimech.
- Tyto ochranné režimy podporují kulturní dědictví Společenství, rozmanitost zemědělské produkce a zachování přírodního prostředí.

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky)
- Styk s veřejností prostřednictvím masmédií a reklamy (odborný tisk, tisk pro ženy, kulinářské časopisy)
- Kontakty se sdruženími spotřebitelů
- Informace a degustace v místech prodeje
- Audiovizuální komunikační prostředky (cílené televizní spoty, atd.)
- Tištěná dokumentace (prospekty, brožury, atd.)
- Účast na veletrzích a výstavách
- Informace a činnosti nebo vzdělávací semináře o fungování režimu Společenství v oblasti CHOP, CHZO a ZTS

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců. Upřednostní se víceleté programy jejichž cíle a strategie jsou v každé fázi jasně stanoveny.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

3 miliony EUR.

INFORMACE O GRAFICKÉM SYMBOLU NEJVZDÁLENĚJŠÍCH REGIONŮ

1. Celkový rozbor situace

Tyto obecné zásady se týkají nejvzdálenějších regionů stanovených v čl. 299 odst. 2 Smlouvy. Vnější hodnotící studie prokázala, že informační kampaň Společenství o grafickém symbolu (logu) nejvzdálenějších regionů provedená v letech 1998/1999, vzbudila skutečný zájem ze strany různých hospodářských subjektů odvětví.

V důsledku toho požádali někteří producenti a zpracovatelé o schválení svých jakostních produktů za účelem používání tohoto loga.

Vzhledem k omezenému trvání této první kampaně je třeba zvýšit povědomí o tomto logu v různých cílových skupinách pokračováním v informačních opatřeních zaměřených na vysvětlování významu loga a jeho výhod.

2. Cíle

- Seznámit s existencí, významem a výhodami loga
- Stimulovat producenty a zpracovatele uvedených regionů k používání loga
- Zlepšit znalosti distributorů a spotřebitelů o logu

3. Cílové skupiny

- Místní producenti a zpracovatelé
- Distributoři a spotřebitelé
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění

4. Hlavní sdělení

- Produkt je pro oblast typický a je přírodní
- Produkt původem z určitého regionu Společenství
- Jakost (bezpečnost, výživová hodnota a chuť, způsoby produkce, spojení s původem)
- Exotičnost
- Rozmanitost nabídky, a to i mimo sezonu
- Sledovatelnost

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetová stránka, atd.)
- Telefonické informační linky
- Styk s veřejností prostřednictvím masmédií a reklamy (odborný tisk, tisk pro ženy, kulinařské časopisy)
- Předvádění v místech prodeje, výstavy, veletrhy, atd.
- Kontakty s lékaři a odborníky na správnou výživu
- Další nástroje (prospekty, brožury, recepty, atd.)
- Audiovizuální prostředky
- Reklama v odborném a místním tisku

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

1 milion EUR.

PRODUKTY EKOLOGICKÉHO ZEMĚDĚLSTVÍ

1. Rozbor situace

Produkty ekologického zemědělství dosahují značných úspěchů zejména u městských obyvatel, ale jejich podíl na trhu je i nadále omezený.

Znalosti spotřebitelů a jiných zúčastněných stran o způsobu ekologické produkce se zlepšily, ale jsou stále ještě nedostačující.

V akčním plánu Společenství pro ekologické potraviny a pro ekologické zemědělství⁽¹⁾, jsou informační a propagační opatření považována za klíčový faktor pro vývoj poptávky po produktech z ekologického zemědělství.

2. Cíle

Je důležité, aby se informační a propagační kampaně nezaměřovaly pouze na jeden produkt nebo několik málo vybraných produktů, ale naopak na skupiny produktů nebo ekologický způsob produkce používaný v jednom nebo více regionech jednoho nebo více členských států.

Tyto kampaně se musí zaměřit na:

- podporu spotřeby produktů ekologického zemědělství,
- rozšíření znalostí spotřebitelů o označování, včetně loga Společenství používaného pro produkty ekologického zemědělství,

⁽¹⁾ KOM(2004) 415 v konečném znění.

- poskytování úplných informací a zlepšení veřejného povědomí o výhodách ekologického zemědělství, zejména pokud jde o ochranu životního prostředí, dobré životní podmínky zvířat, zachování přírodního prostředí a rozvoj venkovských regionů,
- poskytování úplných informací o obsahu a fungování režimu Společenství o ekologickém způsobu produkce,
- podporu přechodu jednotlivých producentů a zpracovatelů a seskupení producentů, zpracovatelů nebo maloobchodníků, kteří neprovozují ekologické zemědělství, na tento způsob produkce a dále na stimulování maloobchodníků, seskupení maloobchodníků a provozovatelů restaurací k prodeji produktů ekologického zemědělství.

3. Cílové skupiny

- Spotřebitelé obecně, jakož i seskupení spotřebitelů a zvláštní podskupiny spotřebitelů
- Osoby, které významně ovlivňují veřejné mínění
- Distributoři (supermarkety, velkoobchodní prodej, specializovaný maloobchodní prodej, catering, jídelny, restaurace)
- Učitelé a školy

4. Hlavní sdělení

- Produkty ekologického zemědělství jsou přírodní produkty přizpůsobené pro moderní způsob života a s příjemnou chutí. Jejich způsob produkce obzvláště respektuje životní prostředí a dobré životní podmínky zvířat. Ekologické zemědělství přispívá k zajištění rozmanitosti zemědělské produkce a zachování krajiny.
- Na tyto produkty se vztahují přísná pravidla týkající se produkce a kontroly, včetně dokonalé výsledovatelnosti, s cílem ověřit, že pocházejí z hospodářství podléhajících systému inspekcí.
- Používání slov „biologický“ a „ekologický“ a jejich ekvivalentů v ostatních jazycích pro označení potravin je chráněno zákonem.
- Logo Společenství, které je symbolem pro ekologické produkty, se používá v rámci celého Společenství a označuje, že produkty splňují přísná kritéria Společenství v oblasti produkce a že byly podrobeny přísným kontrolám. Informace o logu Společenství může být doplněna informacemi týkajícími se log zavedených ve členských státech.
- Je možné zdůraznit ostatní aspekty jakosti dotčených produktů (bezpečnost, výživovou hodnotu, chuť).

5. Hlavní nástroje

- Elektronické nástroje (internetové stránky)
- Telefonické informační linky
- Styk s veřejností prostřednictvím masmédií a reklamy (odborný tisk, tisk pro ženy, kulinářské časopisy, tisk potravinářského průmyslu)
- Kontakty se sdruženími spotřebitelů
- Informace v místech prodeje
- Činnost ve školách
- Audiovizuální komunikační prostředky (zejména cílené televizní spoty)
- Tištěná dokumentace (prospekty, brožury, atd.)
- Účast na veletrzích a výstavách
- Informace a činnosti nebo vzdělávací semináře o fungování režimu v oblasti ekologických produktů a ekologické produkce

6. Délka programů

Dvanáct až třicet šest měsíců. Upřednostní se víceleté programy jejichž cíle a strategie jsou v každé fázi jasné stanoveny.

7. Předběžný roční rozpočet pro odvětví

3 miliony EUR.
