

I

(Säädökset, jotka on julkaistava)

KOMISSION ASETUS (EY) N:o 1071/2005,**annettu 1 päivänä heinäkuuta 2005,****maataloustuotteita koskevista tiedotus- ja menekinedistämistoimista sisämarkkinoilla annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 2826/2000 soveltamista koskevista yksityiskohtaisista säännöistä**

EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO, joka

ottaa huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen,

ottaa huomioon maataloustuotteita koskevista tiedotus- ja menekinedistämistoimista sisämarkkinoilla 19 päivänä joulukuuta 2000 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 2826/2000⁽¹⁾ ja erityisesti sen 4 artiklan, 5 artiklan 1 kohdan sekä 6 ja 12 artiklan,

sekä katsoo seuraavaa:

- (1) Maataloustuotteita koskevista tiedotus- ja menekinedistämistoimista sisämarkkinoilla annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 2826/2000 soveltamista koskevista yksityiskohtaisista säännöistä 18 päivänä tammikuuta 2002 annettu komission asetus (EY) N:o 94/2002⁽²⁾ on viime vuosina saatujen kokemusten perusteella syytä muuttaa. Selkeyden ja järjeistämisen vuoksi kyseinen asetus olisi kumottava ja korvattava uudella asetuksella.
- (2) Moitteettoman hallinnon takaamiseksi olisi säädettävä niitä aiheita ja tuotteita, joiden osalta voidaan toteuttaa maataloustuotteiden tiedotus- ja menekinedistämistoimia sisämarkkinoilla, koskevan luettelon laatimisesta ja päivittämisestä sekä tämän asetuksen soveltamisesta vastaavista kansallisista viranomaisista ja ohjelmien kestosta.
- (3) Kuluttajatiedotuksen ja kuluttajien suojelun varmistamiseksi olisi säädettävä, että kaikilla kuluttajille ja muille kohderyhmille suunnatuilla maataloustuotteen ravintoarvoa koskevilla viesteillä on oltava tunnustettu tieteellinen perusta ja että niiden tietolähteiden on oltava yleisesti tunnustettuja.

- (4) Kilpailun vääristymisriskien välttämiseksi on syytä vahvistaa suuntaviivat ja yleislinjat, joita on noudatettava tiedotus- ja menekinedistämiskampanjoiden kohteena olevien tuotteiden osalta.
- (5) Oikeusvarmuuden vuoksi olisi tarkennettava, että ehdotettujen ohjelmien on oltava erityisesti kyseisiä tuotteita ja niiden kaupan pitämistä koskevan yhteisön lainsäädännön ja mainittujen suuntaviivojen mukaisia.
- (6) On syytä määritellä ohjelmien esittämistä ja toimeenpanon valintaa koskeva menettely, jolla varmistetaan mahdollisimman laaja kilpailu ja palvelujen vapaa liikkuvuus ottaen huomioon julkisia palveluhankintoja koskevien sopimusten tekomenettelyjen yhteensovittamisesta 18 päivänä kesäkuuta 1992 annetun neuvoston direktiivin 92/50/ETY⁽³⁾ säännökset silloin kun ehdotuksen tekee julkinen laitos.
- (7) On syytä vahvistaa jäsenvaltioiden soveltamat ohjelmien valintaperusteet ja komission valittuihin ohjelmiin soveltamat arviointiperusteet, joilla varmistetaan yhteisön sääntöjen noudattaminen ja toteutettavien toimien tehokkuus. Komissio tekee ohjelmat arvioituaan päätöksen hyväksytyistä ohjelmista ja niiden määrärahoista.
- (8) Useaa jäsenvaltiota koskevien ohjelmien osalta olisi säädettävä toimenpiteistä, joilla varmistetaan jäsenvaltioiden yhteistoiminta ohjelmien esittämistä ja tarkastelua varten.
- (9) Moitteettoman varainhoidon varmistamiseksi ohjelmissa olisi mainittava jäsenvaltioiden ja ehdotuksen tekevien organisaatioiden rahoitusosuutta koskevat yksityiskohtaiset säännöt.

⁽¹⁾ EYVL L 328, 23.12.2000, s. 2. Asetus sellaisena kuin se on muutettuna asetuksella (EY) N:o 2060/2004 (EUVL L 357, 2.12.2004, s. 3).⁽²⁾ EYVL L 17, 19.1.2002, s. 20. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 422/2005 (EUVL L 68, 15.3.2005, s. 5).⁽³⁾ EYVL L 209, 24.7.1992, s. 1. Direktiivi kumottu 31 päivästä tammikuuta 2006 alkaen Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 2004/18/EY (EUVL L 134, 30.4.2004, s. 114).

- (10) Sitoumusten toteuttamista koskevista eri menettelyistä olisi tehtävä sopimukset asianomaisten osapuolten ja toimivaltaisten kansallisten viranomaisten välillä kohtuullisen ajan kuluessa komission jäsenvaltioiden käyttöön antamien mallisopimusten perusteella.
- (11) Kaksinkertaisen rahoituksen riskin välttämiseksi asetuksen (EY) N:o 2826/2000 mukaisen tuen ulkopuolelle olisi jätettävä tiedotus- ja menekinedistämistoimet, joille myönnetään rahoitusta Euroopan maatalouden ohjaus- ja tukirahaston (EMOTR) tuesta maaseudun kehittämiseen ja tiettyjen asetusten muuttamisesta ja kumoamisesta 17 päivänä toukokuuta 1999 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 1257/1999⁽¹⁾ mukaisesti.
- (12) Sopimuksen moitteettoman täytäntöönpanon takaamiseksi sopimuspuolen olisi asetettava toimivaltaiselle kansalliselle viranomaiselle vakuus, jonka määrä on 15 prosenttia yhteisön ja asianomaisten jäsenvaltioiden rahoitusosuudesta. Samaa tarkoitusta varten olisi asetettava vakuus kutakin vuotuista vaihetta koskevan ennakkomaksupyynnön yhteydessä.
- (13) Olisi määriteltävä tarkastukset, jotka jäsenvaltioiden on tehtävä.
- (14) Olisi säädettävä, että maataloustuotteiden vakuusjärjestelmän soveltamista koskevien yhteisten yksityiskohhtaisten sääntöjen vahvistamisesta 22 päivänä heinäkuuta 1985 annetun komission asetuksen (ETY) N:o 2220/85⁽²⁾ 20 artiklassa tarkoitettu ensisijainen vaatimus on sopimuksissa määrättyjen toimien toteuttaminen.
- (15) Talousarvion hallinnointiin liittyvien vaatimusten vuoksi on välttämätöntä säätää taloudellisista seuraamuksista, jos välimaksupyynnöjä ei jätetä, jos niiden jättämiselle asetettua määräaikaa ei noudateta tai jos jäsenvaltioiden maksut viivästyvät.
- (16) Moitteettoman varainhoidon varmistamiseksi ja sellaisen riskin poistamiseksi, että säädettyjä maksuja suoritettaessa yhteisön rahoitusosuus käytetään kokonaan, jolloin tuen loppuosaa ei voida enää maksaa, olisi säädettävä, että ennakot ja välimaksut voivat olla enintään 80 prosenttia yhteisön ja jäsenvaltioiden rahoitusosuuksista. Samasta syystä tuen loppuosan maksupyynnö on toimitettava toimivaltaiselle kansalliselle viranomaiselle tietyn määräjän kuluessa.
- (17) Jäsenvaltioiden olisi tarkastettava ohjelmissa tuotettu tiedotus- ja menekinedistämisaineisto. Olisi vahvistettava edellytykset aineiston käytölle ohjelmien päättymisen jälkeen.
- (18) Saatujen kokemusten perusteella ja sen valvomiseksi, että ohjelmat pannaan täytäntöön moitteettomasti, olisi vahvistettava asetuksessa (EY) N:o 2826/2000 tätä tarkoitusta varten perustetun ryhmän toteuttamaa seuranta koskevat yksityiskohtaiset säännöt.
- (19) On tarpeen, että jäsenvaltiot valvovat toimien toteuttamista ja että komissiolle annetaan tieto tässä asetuksessa säädettyjen tarkastus- ja valvontatoimenpiteiden tuloksista. Moitteettoman varainhoidon varmistamiseksi on syytä säätää jäsenvaltioiden välisestä yhteistyöstä silloin kun toimet toteutetaan jossakin muussa jäsenvaltiossa kuin siinä, johon sopimuspuolena oleva organisaatio on sijoittautunut.
- (20) Yhteisön taloudellisten etujen suojaamiseksi olisi toteutettava riittävät toimenpiteet petosten ja vakavien laiminlyöntien estämiseksi. Tässä tarkoituksessa olisi säädettävä takaisinmaksuista ja seuraamuksista.
- (21) Olisi täsmennettävä, että monivuotisissa ohjelmissa on laadittava sisäinen arviointikertomus jokaisen vuotuisen vaiheen jälkeen myös silloin kun maksupyynnöjä ei ole jätetty.
- (22) Tuensaajan perusteettomasta tuesta maksama korko olisi yhdenmukaistettava Euroopan yhteisöjen yleiseen talousarvioon sovellettavasta varainhoitoasetuksesta annetun neuvoston asetuksen (EY, Euratom) N:o 1605/2002 soveltamissäännöistä 23 päivänä joulukuuta 2002 annetun komission asetuksen (EY, Euratom) N:o 2342/2002⁽³⁾ 86 artiklassa tarkoitettua eräpäivään mennessä maksamatta olevien saamisten korkokannan kanssa.
- (23) Jotta siirtyminen asetuksesta (EY) N:o 94/2002 tähän asetukseen olisi helpompaa, olisi toteutettava siirtymätoimenpiteitä, joita sovelletaan tiedotus- ja menekinedistämishjelmiin, joiden rahoituksesta komissio on päättänyt ennen tämän asetuksen voimaantuloa.
- (24) Tässä asetuksessa säädetyt toimenpiteet ovat maataloustuotteiden menekinedistämisen yhteisen hallintokomitean lausunnon mukaiset,

⁽¹⁾ EYVL L 160, 26.6.1999, s. 80. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 2223/2004 (EUVL L 379, 24.12.2004, s. 1).

⁽²⁾ EYVL L 205, 3.8.1985, s. 5. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 673/2004 (EUVL L 105, 14.4.2004, s. 17).

⁽³⁾ EYVL L 357, 31.12.2002, s. 1.

ON ANTANUT TÄMÄN ASETUKSEN:

1 LUKU

YLEISET SÄÄNNÖKSET

1 artikla

Kohde ja määritelmä

Tässä asetuksessa vahvistetaan asetuksen (EY) N:o 2826/2000 soveltamista koskevat yksityiskohtaiset säännöt erityisesti sen 6 artiklan 1 kohdassa tarkoitettujen ohjelmien laadinnan, valinnan, täytäntöönpanon, rahoituksen ja valvonnan osalta sekä mainitun asetuksen 7 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuihin jäsenvaltioiden ja komission yhteisrahoittamiin ohjelmiin sovellettavat säännöt.

'Ohjelmalla' tarkoitetaan sellaisten johdonmukaisten toimien kokonaisuutta, jotka ovat riittävän laajoja lisäämään kyseessä olevia tuotteita koskevaa tietoisuutta ja niiden menekkiä.

2 artikla

Toimivaltaisten viranomaisten nimeäminen

Jäsenvaltioiden on nimettävä tämän asetuksen soveltamisesta vastaava toimivaltainen viranomainen, jäljempänä 'toimivaltainen kansallinen viranomainen'.

Jäsenvaltioiden on annettava komissiolle tiedoksi nimettyjen viranomaisten nimet ja osoitteet sekä niitä koskevien tietojen muutokset.

Komissio saattaa kyseiset tiedot yleisesti saataville soveltuvassa muodossa.

3 artikla

Ohjelmien kesto

Ohjelmat on toteutettava vähintään yhden ja enintään kolmen vuoden kuluessa 11 artiklan 1 kohdassa tarkoitettujen ohjelmista tehdyn sopimuksen voimaantulopäivästä.

4 artikla

Ohjelmissa jaettavien tiedotus- ja menekinedistämisyhteistyön ominaisuudet

1. Kuluttajille ja muille kohderyhmille ohjelmissa välitetyn tiedotus- tai menekinedistämisyhteistyön, jäljempänä 'viesti', on

perustuttava kyseisen tuotteen olennaisiin laatuominaisuuksiin tai ominaispiirteisiin ja noudatettava asetuksen (EY) N:o 2826/2000 3 artiklassa tarkoitettuja perusteita.

2. Tuotteiden alkuperään mahdollisesti tehtävien viittausten on oltava toissijaisia kampanjan avulla välitettyyn ensisijaiseen viestiin nähden. Tiedotus- tai menekinedistämistoimen yhteydessä voidaan kuitenkin viitata tuotteen alkuperään, jos kyseessä on yhteisön lainsäädännön nojalla annettu nimitys tai jokin tuotteisiin liittyvä seikka, joka on tarpeen tiedotus- tai menekinedistämistoimien kannalta.

3. Jaettavissa viesteissä olevat kaikki viittaukset tuotteiden kulutuksen vaikutuksesta terveyteen on perusteltava yleisesti tunnustetuilla tieteellisillä tiedoilla.

Kansallisen toimivaltaisen kansanterveysviranomaisen on hyväksyttävä viestit, joissa viitataan tällaisiin vaikutuksiin.

Asetuksen (EY) N:o 2826/2000 6 artiklan 1 kohdassa tarkoitettujen ammattialan järjestön tai ammattialojen välisen järjestön, joka tekee ehdotuksen, on pidettävä kyseisen jäsenvaltion ja komission saatavilla luettelo tieteellisistä tutkimuksista ja hyväksytyjen tutkimuslaitosten antamista lausunnoista, joihin viestit, joissa viitataan terveysvaikutuksiin, perustuvat.

5 artikla

Luettelo aiheista ja tuotteista

Asetuksen (EY) N:o 2826/2000 3 artiklassa tarkoitettu aiheiden ja tuotteiden luettelo on tämän asetuksen liitteessä I.

Se päivitetään joka toinen vuosi viimeistään 31 päivänä maaliskuuta.

6 artikla

Jäsenvaltioiden ja yhteisön yhteisrahoittamat ohjelmat

Soveltaessa asetuksen (EY) N:o 2826/2000 7 artiklaa sovelletaan tämän asetuksen 8 artiklan 1, 2 ja 3 kohdassa säädettyä menettelyä sekä tämän asetuksen 10—19 artiklaa.

Näitä ohjelmia koskevat sopimukset tehdään asianomaisten jäsenvaltioiden ja valituiksi tulleiden toimeenpanijoiden välillä.

2 LUKU

ASETUKSEN (EY) N:o 2826/2000 6 ARTIKLASSA TARKOITETTUJEN OHJELMIEN VALITSEMINEN

7 artikla

Ohjelmien esittäminen ja esivalinta jäsenvaltioissa

1. Jäsenvaltio pyytää vuosittain ehdotuksia ohjelmiin kuuluvien toimien toteuttamiseksi.

Asianomaista alaa edustavien yhteisön ammattialan järjestöjen ja ammattilojen välisten järjestöjen, jäljempänä 'ehdotuksen tekevät organisaatiot', on esitettävä ohjelmansa jäsenvaltiolle viimeistään 30 päivänä marraskuuta.

Ohjelmat on toimitettava komission Internet-sivuilla julkais-tavan komission laatiman mallin mukaisesti. Malli on liitettävä edellä olevan 1 kohdan ensimmäisessä alakohdassa tarkoitettuun ehdotuspyyntöön.

2. Edellä olevan 1 kohdan mukaisesti esitettävien ohjelmien on noudatettava:

- a) asianomaisia tuotteita ja niiden kaupan pitämistä koskevaa yhteisön lainsäädäntöä;
- b) tämän asetuksen liitteessä II olevia, asetuksen (EY) N:o 2826/2000 5 artiklassa tarkoitettuja sisämarkkinoiden menekin-edistämistä koskevia suuntaviivoja;
- c) asianomaisten jäsenvaltioiden tätä tarkoitusta varten toimit-tamia hylkäys-, valinta- ja myöntämisperusteet sisältäviä eritelmiä.

Ohjelmien on oltava riittävän pitkälle laadittuja, jotta niiden kustannustehokkuus ja yhdenmukaisuus sovellettavan lainsäädännön kanssa voidaan arvioida.

Jäsenvaltioiden on laadittava väliaikainen luettelo ohjelmista, jotka ne valitsevat ensimmäisen alakohdan c alakohdassa tarkoitettussa eritelmässä vahvistettujen kriteerien perusteella.

3. Jokainen ehdotuksen tekevä organisaatio valitsee asianmu-kaisin keinoin toteutetun ja jäsenvaltion tarkastaman kilpailu-tamismenettelyn jälkeen ohjelmien toteuttamista varten yhden tai useamman toimeenpanijan. Jos valinta on tehty ennen ohjelman esittämistä, toimeenpanija voi osallistua ohjelman laadintaan.

4. Kun suunnitellaan useaa jäsenvaltiota koskevaa ohjelmaa, kyseisten jäsenvaltioiden on tehtävä yhteistyötä ohjelman vali-tsemiseksi ja nimettävä koordinoitijajäsenvaltio. Niiden on erityi-

sesti sitouduttava osallistumaan ohjelmien rahoitukseen 10 artiklan 2 kohdan mukaisesti ja tekemään hallinnollista yhteistyötä ohjelmien seuraamisen, toteuttamisen ja valvonnan helpottamiseksi.

8 artikla

Ohjelmien valinta komissiossa

1. Jäsenvaltioiden on toimitettava komissiolle vuosittain viimeistään 15 päivänä helmikuuta 7 artiklan 2 kohdassa tarkoitettu luettelo, joka sisältää myös 7 artiklan 3 kohdan mukaisesti mahdollisesti jo valittujen toimeenpanijoiden luet-telon sekä jäljennökset ohjelmista.

Kun kyse on useaa jäsenvaltiota koskevista ohjelmista, asiakirjat toimitetaan asianomaisten jäsenvaltioiden yhteisellä sopimuk-sella.

2. Jos komissio havaitsee, että jokin esitetty ohjelma ei ole kokonaisuudessaan tai osittain yhteisön lainsäädännön tai sisä-markkinoiden menekinedistämistä koskevien suuntaviivojen mukainen, se ilmoittaa 60 kalenteripäivän kuluessa väliaikaisen luettelon vastaanottamisesta asianomaisille jäsenvaltioille, että osaa ohjelmasta tai koko ohjelmaa ei voida hyväksyä.

3. Jäsenvaltioiden on asetuksen (EY) N:o 2826/2000 6 artiklan 3 kohdan kolmannen alakohdan mukaisesti toimitet-tava komissiolle tarkistetut ohjelmat 30 kalenteripäivän kuluessa tämän artiklan 2 kohdassa tarkoitettun tiedoksiannon vastaanottamisesta.

Tarkastettuaan tarkistetut ohjelmat komissio tekee asetuksen (EY) N:o 2826/2000 13 artiklan 2 kohdassa tarkoitettua menet-telyä noudattaen viimeistään 30 päivänä kesäkuuta päätöksen ohjelmista, joiden rahoitukseen se voi osallistua tämän asetuksen liitteessä II vahvistetun ohjeellisen talousarvion rajoissa.

4. Valituksi tulleen ohjelman moitteettomasta toteuttami-sesta ja hallinnoinnista vastaa ehdotuksen tekevä organisaatio.

9 artikla

Toimeenpanijoiden hyväksyminen

1. Jäsenvaltion on hyväksyttävä 7 artiklan 3 kohdan mukai-sesti toteutettu toimeenpanijan valinta ja ilmoitettava siitä komissiolle ennen 11 artiklan 1 kohdassa tarkoitettun sopi-muksen allekirjoittamista.

Jäsenvaltion on varmistettava, että valitulla toimeenpanijalla on riittävät taloudelliset ja tekniset valmiudet toimien mahdollisimman tehokkaan toteutuksen varmistamiseksi asetuksen (EY) N:o 2826/2000 10 artiklan 1 kohdan mukaisesti. Sen on ilmoitettava komissiolle tässä tarkoituksessa noudatetusta menettelystä.

2. Ehdotuksen tekävä organisaatio voi toteuttaa tietyt ohjelman osat asetuksen (EY) N:o 2826/2000 6 artiklan 5 kohdan mukaisesti vain, jos:

- a) toteuttamisehdotus on asetuksen (EY) N:o 2826/2000 10 artiklan 1 kohdan säännösten mukainen;
- b) ehdotuksen tekävä organisaatio osoittaa, että sillä on vähintään viiden vuoden kokemus samantyyppisten toimien toteuttamisessa;
- c) ehdotuksen tekävän organisaation toteuttama osa ohjelmasta vastaa enintään 50:tä prosenttia ohjelman kokonaiskustannuksista lukuun ottamatta asianmukaisesti perusteltuja poikkeustapauksia, joille komissio antaa luvan kirjallisesti;
- d) ehdotuksen tekävä organisaatio varmistaa, että sen toteuttamien toimien kustannukset eivät ole markkinoiden tavanomaista kustannustasoa korkeammat.

Jäsenvaltion on varmistettava, että näitä edellytyksiä noudatetaan.

3. Jos ehdotuksen tekävä organisaatio on direktiivin 92/50/ETY 1 artiklan b alakohdan toisen alakohdan mukainen julkisoikeudellinen laitos, jäsenvaltioiden on toteutettava tarvittavat toimenpiteet, jotta tarjouspyynnön järjestävät yksiköt voisivat taata kyseisen direktiivin säännösten noudattamisen.

3 LUKU

OHJELMIEN RAHOITUSTA KOSKEVAT YKSITYISKOHTAISET SÄÄNNÖT

10 artikla

Rahoitusosuudet

1. Yhteisön rahoitusosuus maksetaan asianomaisille jäsenvaltioille.

2. Jos ohjelman rahoitukseen osallistuu useita jäsenvaltioita, niiden kokonaisrahoitusosuus vahvistetaan suhteessa niiden alueelle sijoittautuneen ehdotuksen tekävän organisaation rahoitusosuuteen. Tällöin yhteisön rahoitusosuus voi olla enintään 50 prosenttia ohjelman kokonaiskustannuksista, sanotun kuitenkaan rajoittamatta asetuksen (EY) N:o 2826/2000 9 artiklan soveltamista.

3. Asetuksen (EY) N:o 2826/2000 9 artiklassa säädetty rahoitusosuudet on ilmoitettava komissiolle tiedoksiannettavassa ohjelmassa.

4. Tiedotus- ja menekinedistämisohjelmille, jotka saavat tukea asetuksen (EY) N:o 1257/1999 nojalla, ei voida myöntää yhteisön rahoitusosuutta tämän asetuksen nojalla.

11 artikla

Sopimusten tekeminen ja vakuuksien asettaminen

1. Jäsenvaltioiden on ilmoitettava kullekin ehdotuksen tekeväälle organisaatiolle sen hakemusta koskevasta päätöksestä heti kun 8 artiklan 3 kohdassa tarkoitettu komission päätös on tehty.

Jäsenvaltioiden on tehtävä valituiksi tulleiden ehdottavien organisaatioiden kanssa sopimukset 90 kalenteripäivän kuluessa 8 artiklan 3 kohdassa tarkoitettua komission päätöksen tiedoksiantamisesta. Kyseisen määräajan päätyttyä sopimuksia ei voida tehdä ilman komission ennakkohyväksyntää.

2. Jäsenvaltioiden on käytettävä komission niiden saataville antamia mallisopimuksia.

Jäsenvaltiot voivat tarvittaessa muuttaa mallisopimusten eräitä ehtoja kansallisten sääntöjen huomioon ottamiseksi, jos muutokset eivät rajoita yhteisön lainsäädännön soveltamista.

3. Osapuolet voivat tehdä sopimuksen vasta sen jälkeen, kun ehdotuksen tekävä organisaatio on asettanut asetuksen (EY) N:o 2220/85 III osastossa säädetyn edellytyksin jäsenvaltion hyväksi vakuuden, joka on 15 prosenttia yhteisön ja asianomaisten jäsenvaltioiden vuotuisesta enimmäisrahoituksesta ja jonka tarkoituksena on taata sopimuksen asianmukainen täytäntöönpano.

Jos sopimuspuolena oleva organisaatio on julkisoikeudellinen elin tai sellaisen valvonnassa toimiva, toimivaltainen kansallinen viranomainen voi kuitenkin hyväksyä tällaisen organisaation valvontaviranomaisen kirjallisen, ensimmäisessä alakohdassa tarkoitettua prosenttiosuutta vastaavan vakuuden, jos kyseinen valvontaviranomainen sitoutuu varmistamaan, että:

- a) määrättyjä velvoitteita noudatetaan moitteettomasti;
- b) saadut määrät käytetään määrättyjen velvoitteiden täyttämiseen.

Todiste vakuuden asettamisesta on annettava jäsenvaltiolle ennen 1 kohdassa tarkoitettua määräajan päättymistä.

4. Asetuksen (ETY) N:o 2220/85 20 artiklassa tarkoitettu ensisijainen vaatimus on sopimuksessa määrättyjen toimenpiteiden täytäntöönpano.

5. Jäsenvaltion on toimitettava komissiolle viipymättä sopimuksen jäljennös ja todiste vakuuden asettamisesta.

Lisäksi sen on toimitettava komissiolle jäljennös valituksi tulleen ehdotuksen tekävän organisaation ja toimeenpanijan välillä tehdystä sopimuksesta. Mainitussa sopimuksessa on määrättävä toimeenpanijan veloitteesta suostua 20 artiklassa tarkoitettuihin tarkastuksiin.

12 artikla

Ennakkomaksujärjestelmä

1. Sopimuspuolena oleva organisaatio voi jättää jäsenvaltiolle ennakkomaksupyynnön, johon on liitetty tämän artiklan 3 kohdassa tarkoitettu vakuus, 30 kalenteripäivän kuluessa 11 artiklan 1 kohdassa tarkoitettua sopimuksen allekirjoittamisesta tai kunkin 12 kuukauden ajanjakson alkamisesta, kun kyseessä on monivuotinen sopimus. Tämän määräajan jälkeen ennakkoa ei voida enää hakea.

Kukin ennakkomaksu on enintään 30 prosenttia asetuksen (EY) N:o 2826/2000 9 artiklan 2 kohdassa tarkoitettua yhteisön ja kyseisen artiklan 3 kohdassa tarkoitettua asianomaisten jäsenvaltioiden vuotuisesta rahoitusosuudesta.

2. Jäsenvaltion on maksettava ennakko 30 kalenteripäivän kuluessa ennakkomaksupyynnön jättämisestä. Maksun myöhästyessä sovelletaan komission asetuksen (EY) N:o 296/96⁽¹⁾ 4 artiklassa vahvistettuja sääntöjä.

3. Ennakkomaksun maksaminen edellyttää, että sopimuspuolena oleva organisaatio asettaa jäsenvaltiolle 110 prosenttia kyseisen ennakkomaksun määrästä olevan vakuuden asetuksen (ETY) N:o 2220/85 III osaston edellytysten mukaisesti. Jäsenvaltion on välittömästi toimitettava komissiolle jäljennös kustakin ennakkomaksupyynnöstä ja todiste vastaavan vakuuden asettamisesta.

Jos sopimuspuolena oleva organisaatio on julkisoikeudellinen elin tai sellaisen valvonnassa toimiva, toimivaltainen elin voi kuitenkin hyväksyä tällaisen organisaation valvontaviranomaisen kirjallisen, ensimmäisessä alakohdassa tarkoitettua prosenttiosuutta vastaavan vakuuden edellyttäen, että kyseinen

⁽¹⁾ EYVL L 39, 17.2.1996, s. 5. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 605/2005 (EUVL L 100, 20.4.2005, s. 11).

valvontaviranomainen sitoutuu maksamaan vakuutta vastaavan määrän, jos oikeutta ennakkomaksuun ei ole vahvistettu.

13 artikla

Välimaksut

1. Ehdotuksen tekävän organisaation on jätettävä yhteisön ja jäsenvaltioiden rahoitusosuuden välimaksupyynnöt jäsenvaltiolle ennen kuin 11 artiklan 1 kohdassa tarkoitettua sopimuksen allekirjoittamisesta alkavan kunkin kolmen kuukauden pituisen jakson päättymistä seuraava kalenterikuukausi päättyy.

Maksupyynnöt koskevat kyseisen neljännesvuoden aikana suoritettuja maksuja, ja niiden mukana on oltava rahoitusta koskeva yhteenveto, jäljennökset menoihin liittyvistä laskuista ja tositteista sekä välikertomus sopimuksen täytäntöönpanosta kyseisen neljännesvuoden aikana, jäljempänä 'neljännesvuositainen kertomus'. Jos kyseisen neljännesvuoden aikana ei ole suoritettu mitään maksuja tai toteutettu mitään toimia, kyseiset asiakirjat on toimitettava toimivaltaiselle kansalliselle viranomaiselle ensimmäisessä alakohdassa tarkoitettua määräajassa.

Jos välimaksupyynnö toisessa alakohdassa tarkoitettuine asiakirjoina jätetään myöhässä, siitä vähennetään kolme prosenttia kutakin täyttä viivästyskuukautta kohden, jollei myöhästymisen johdu ylivoimaisesta esteestä.

2. Välimaksujen suorittaminen edellyttää, että jäsenvaltio tarkistaa 1 kohdan toisessa alakohdassa tarkoitettua asiakirjat.

3. Välimaksut ja 12 artiklassa tarkoitettua ennakkomaksut saavat kokonaisuudessaan olla enintään 80 prosenttia asetuksen (EY) N:o 2826/2000 9 artiklan 2 kohdassa tarkoitettua yhteisön ja kyseisen artiklan 3 kohdassa tarkoitettua asianomaisten jäsenvaltioiden vuotuisesta rahoitusosuudesta. Kun tämä taso on saavutettu, uusia välimaksuja koskevia pyyntöjä ei voida enää jättää.

14 artikla

Tuen loppuosan maksaminen

1. Ehdotuksen tekävän organisaation on jätettävä tuen loppuosaa koskeva maksupyynnö neljän kuukauden kuluessa päivästä, jona 11 artiklan 1 kohdassa tarkoitettua sopimuksessa määrättyjen vuotuisten toimien on oltava toteutettu.

Jotta maksupyyntö voitaisiin ottaa käsiteltäväksi, sen mukana on oltava kertomus, jäljempänä 'vuotuinen kertomus', joka sisältää:

16 artikla

- a) yhteenvedon toteutetuista toimista ja arvion kertomuksen laatimispäivänä havaittavissa olevista tuloksista;
- b) rahoitusta koskevan yhteenvedon, josta ilmenevät suunnitellut ja toteutuneet menot.

Vakuudet

Vuotuiseen kertomukseen on liitettävä jäljennökset suoritettuja maksuja koskevista laskuista ja tositteista.

1. Edellä 12 artiklan 3 kohdassa tarkoitettu vakuus vapautetaan, kun asianomainen jäsenvaltio on vahvistanut lopullisen oikeuden maksettuun ennakoon.

Jos tuen loppuosaa koskeva maksupyyntö jätetään myöhässä, siitä vähennetään kolme prosenttia viivästyskuukautta kohden, jollei myöhästyminen johdu ylivoimaisesta esteestä.

2. Edellä 11 artiklan 3 kohdassa tarkoitettua vakuuden on oltava voimassa tuen loppuosan maksamiseen asti, ja se vapautetaan toimivaltaisen kansallisen viranomaisen kirjeellä.

2. Tuen loppuosan maksaminen edellyttää, että jäsenvaltio tarkistaa 1 kohdan kolmannessa alakohdassa tarkoitettua laskua ja tositteet.

Vakuus vapautetaan 15 artiklassa vahvistetussa määräajassa ja siinä tarkoitetuilla edellytyksillä.

Tuen loppuosaa vähennetään suhteutettuna 11 artiklan 4 kohdassa tarkoitettua ensisijaisen vaatimuksen noudattamatta jättämisen laajuuteen.

3. Pidätetyt vakuudet ja sovelletut seuraamusmaksut vähennetään Euroopan maatalouden ohjaus- ja tukirahaston (EMOTR) tukiosastolle ilmoitetuista menoista yhteisön rahoitusosuutta vastaavalta osalta.

17 artikla

15 artikla

Jäsenvaltion suorittamat maksut

Jäsenvaltion on suoritettava 13 ja 14 artiklassa tarkoitettua maksua 60 kalenteripäivän kuluessa maksupyyntöön vastaanottamisesta.

1. Kunkin vuotuisen jakson päätyttyä on toimitettava vuotuinen kertomus, vaikkei tuen loppuosaa koskevia maksupyyntöjä olisi jätetty.

Määräaika voidaan kuitenkin keskeyttää milloin tahansa edellä mainittujen 60 päivän kuluessa maksuhakemuksen ensimmäisestä kirjaamisesta ilmoittamalla maksua hakeneelle sopimuspuolena olevalle organisaatiolle, että maksupyyntöä ei voida hyväksyä, koska maksu ei ole erääntynyt tai koska lisämaksupyyntöön tueksi toimitettuja tositteita ovat puutteellisia tai koska jäsenvaltio katsoo aiheelliseksi pyytää täydentäviä tietoja tai tehdä tarkastuksia. Lisätiedot on toimitettava ja tarkastukset on tehtävä 30 kalenteripäivän kuluessa tiedoksiannosta, ja määräaika jatkuu pyydettyjen lisätietojen vastaanottamisesta tai jäsenvaltion tekemien tarkastusten päivämäärästä alkaen.

2. Jäsenvaltion on toimitettava komissiolle 30 kalenteripäivän kuluessa 14 artiklan 2 kohdassa tarkoitettua loppuosan maksamisen jälkeen 14 artiklan 1 kohdan toisen alakohdan a ja b alakohdassa tarkoitettuja yhteenvedoja.

3. Jäsenvaltion on toimitettava komissiolle kaksi kertaa vuodessa neljännesvuosittaiset kertomukset, jotka ovat tarpeen välimaksujen suorittamiseksi 13 artiklan mukaisesti.

Maksujen viivästyessä komission jäsenvaltiolle maksaman kuukausiennakon määrää vähennetään asetuksen (EY) N:o 296/96 4 artiklassa vahvistettujen sääntöjen mukaisesti, jollei kyseessä ole ylivoimainen este.

Ensimmäinen ja toinen neljännesvuosittainen kertomus on toimitettava 60 kalenteripäivän kuluessa siitä, kun jäsenvaltio on vastaanottanut toisen neljännesvuosittaisen kertomuksen, ja kolmas ja neljäs neljännesvuosittainen kertomus on toimitettava yhdessä tämän artiklan 2 kohdassa tarkoitettujen yhteenvedojen kanssa.

Neljättä neljännesvuoden jaksoa koskeva neljännesvuosittainen kertomus voidaan sisällyttää koko päätyttyä vuotta koskevaan vuotuisen kertomukseen.

4. Jäsenvaltion on toimitettava komissiolle 30 kalenteripäivän kuluessa tuen loppuosan maksamisesta tase sopimuksen perusteella toteutetuista menoista komission vahvistamassa, jäsenvaltioille toimitettavassa muodossa. Taseeseen on liitettävä jäsenvaltion perusteltu lausunto päättyneen vaiheen aikana toteutetuista tehtävistä.

Taseessa on todistettava muun muassa, että 13 artiklan 2 kohdan ja 14 artiklan 2 kohdan mukaisesti tehtyjen tarkastusten perusteella kaikkia menoja voidaan pitää tukikelpoisina sopimusehtojen mukaisesti.

4 LUKU

SEURANTA JA TARKASTUKSET

18 artikla

Aineiston käyttö

1. Jäsenvaltioiden on tarkastettava, että tämän asetuksen nojalla rahoitettavissa ohjelmissa laadittava tai käytettävä tiedotus- ja menekinedistämisaineisto on yhteensopiva yhteisön lainsäädännön kanssa.

Niiden on toimitettava komissiolle luettelo hyväksytystä aineistosta.

2. Edellä olevassa 1 kohdassa tarkoitetuissa ohjelmissa käytettyä ja rahoitettua aineistoa (graafiset, visuaaliset ja audio-visuaaliset tuotokset sekä Internet-sivut mukaan luettuina) voidaan käyttää myöhemmin kirjallisella ennakkoluvalla, jonka antavat komissio, asianomaiset ehdotukset tekevät organisaatiot ja ohjelman rahoitukseen osallistuvat jäsenvaltiot, ottaen huomioon sopimukseen sovellettavasta kansallisesta oikeudesta johtuvat sopimuspuolten oikeudet.

19 artikla

Ohjelmien seuranta

1. Asetuksen (EY) N:o 2826/2000 10 artiklan 2 kohdassa tarkoitettu seurantaryhmä kokoontuu säännöllisesti seurataksensa edistymistä tämän asetuksen mukaista rahoitusta saavien eri ohjelmien toteuttamisessa.

Tätä varten seurantaryhmälle annetaan tiedoksi kunkin ohjelman osalta suunniteltujen toimien aikataulu, neljännesvuosittaiset ja vuotuiset kertomukset sekä tämän asetuksen 13, 14 ja 20 artiklan mukaisesti tehtyjen tarkastusten tulokset.

Ryhmän puheenjohtajana toimii asianomaisen jäsenvaltion edustaja. Kun kyse on useaa jäsenvaltiota koskevista ohjelmista, puheenjohtajana toimii asianomaisten jäsenvaltioiden nimeämä edustaja.

2. Komission virkamiehet ja toimihenkilöt voivat osallistua tämän asetuksen mukaista rahoitusta saavissa ohjelmissa toteutettuihin toimiin.

20 artikla

Jäsenvaltioiden tekemät tarkastukset

1. Asianomaisen jäsenvaltion on määriteltävä asianmukaisimmat keinot tämän asetuksen mukaista rahoitusta saavien ohjelmien ja toimien valvonnan varmistamiseksi ja ilmoitettava niistä komissiolle.

Jokaisena vuonna on tarkastettava vähintään 20 prosenttia päättyneenä vuonna loppuunsaatetuista ohjelmista kuitenkin siten, että tarkastetaan vähintään kaksi ohjelmaa ja vähintään 20 prosenttia mainittujen ohjelmien kokonaismäärärahoista. Ohjelmat valitaan riskianalyysin perusteella.

Jäsenvaltion on toimitettava komissiolle kustakin tarkastetusta ohjelmasta kertomus, jossa esitetään tehtyjen tarkastusten tulokset ja havaitut puutteet. Kertomus on toimitettava heti kun se on laadittu.

2. Jäsenvaltion on toteutettava tarvittavat toimenpiteet varmistaakseen erityisesti sopimuspuolena olevan organisaation ja toimeenpanijan tiloissa suoritettavien teknisin ja kirjanpidollisin tarkastuksin:

a) toimitettujen tietojen ja todistena olevien asiakirjojen oikeellisuuden;

b) 11 artiklan 1 kohdassa tarkoitettujen sopimusvelvoitteiden täyttämisen.

Jäsenvaltion on annettava viipymättä komissiolle tiedoksi kaikki tarkastuksissa todetut sääntöjenvastaisuudet, sanotun kuitenkaan rajoittamatta neuvoston asetuksen (ETY) N:o 595/91⁽¹⁾ soveltamista.

3. Kun kyse on useaa jäsenvaltiota koskevista ohjelmista, asianomaisten jäsenvaltioiden on toteutettava tarvittavat toimenpiteet valvontatoimintansa yhteensovittamiseksi ja ilmoitettava siitä komissiolle.

(¹) EYVL L 67, 14.3.1991, s. 11.

4. Komissio voi milloin tahansa osallistua 1, 2 ja 3 kohdassa tarkoitettuihin tarkastuksiin. Tätä tarkoitusta varten toimivaltaisten kansallisten viranomaisten on toimitettava komissiolle jäsenvaltion suunnittelemaa tarkastuksia koskeva alustava aika-taulu vähintään 30 päivää ennen tarkastuksia.

Komissio voi myös toteuttaa tarpeelliseksi katsomiaan ylimääräisiä tarkastuksia.

21 artikla

Perusteettomien maksujen takaisin periminen

1. Jos maksuja on suoritettu perusteettomasti, edunsaajan on maksettava asianomaiset määrät takaisin lisättyinä korolla, joka on laskettu maksun suorittamisen ja takaisinmaksun väliseltä ajalta.

Korko vahvistetaan asetuksen (EY, Euratom) N:o 2342/2002 86 artiklan 2 kohdan b alakohdan mukaisesti.

2. Palautetut määrät ja korot maksetaan jäsenvaltioiden viranomaisille tai maksajavirastoille, jotka vähentävät ne EMOTR:sta rahoitettavista menoista suhteessa yhteisön rahoitusosuuteen.

22 artikla

Seuraamukset

1. Jos kyseessä on petos tai vakava laiminlyönti, ehdotuksen tekvän organisaation on kerrottava alun perin maksetun ja perustellusti maksettavan määrän erotus kahdella.

2. Jollei neuvoston asetuksen (EY, Euratom) N:o 2988/95⁽¹⁾ 6 artiklasta muuta johdu, tässä asetuksessa säädettyjä vähennyksiä ja poissulkemisia sovelletaan rajoittamatta muun yhteisön tai kansallisen lainsäädännön mukaisten lisäseuraamusten soveltamista.

Tämä asetus on kaikilta osiltaan velvoittava, ja sitä sovelletaan sellaisenaan kaikissa jäsenvaltioissa.

Tehty Brysselissä 1 päivänä heinäkuuta 2005.

5 LUKU

KUMOAMINEN SEKÄ SIIRTYMÄ- JA LOPPUSÄÄNNÖKSET

23 artikla

Asetuksen (EY) N:o 94/2002 kumoaminen

Kumotaan asetus (EY) N:o 94/2002. Kyseisen asetuksen säännökset jäävät kuitenkin edelleen voimaan sellaisten tiedotus- ja menekinedistämistoimien osalta, joiden rahoituksesta komissio on päättänyt ennen tämän asetuksen voimaantuloa.

Viittauksia kumottuun asetukseen pidetään viittauksina tähän asetukseen.

24 artikla

Siirtymäsäännökset

1. Vuoden 2005 osalta vahvistetaan ohjelmien esittämiselle 7 artiklan 1 kohdan toisessa alakohdassa säädetyn määräpäivän lisäksi toinen määräpäivä, joka on 31 päivä heinäkuuta 2005.

2. Poiketen vuoden 2005 osalta siitä, mitä 8 artiklan 1 kohdan ensimmäisessä alakohdassa säädetään, jos ohjelmat esitetään viimeistään 31 päivänä heinäkuuta 2005, määräpäivä väliaikaisen ohjelmaluettelon jättämiseksi komissiolle on 30 päivä syyskuuta 2005.

3. Poiketen vuoden 2005 osalta siitä, mitä 8 artiklan 3 kohdassa säädetään, mainitussa kohdassa tarkoitettu komission päätös tehdään viimeistään 15 päivänä joulukuuta 2005.

25 artikla

Voimaantulo

Tämä asetus tulee voimaan seitsemäntenä päivänä sen jälkeen, kun se on julkaistu *Euroopan unionin virallisessa lehdessä*.

Komission puolesta

Mariann FISCHER BOEL

Komission jäsen

⁽¹⁾ EYVL L 312, 23.12.1995, s. 1.

LIITE I

LUETTELO AIHEISTA JA TUOTTEISTA

- Tuoreet hedelmät ja vihannekset
- Hedelmä- ja vihannesjalosteet
- Kuitupellava
- Elävät kasvit ja kukkaviljelytuotteet
- Oliiviöljy ja syötäväksi tarkoitetut oliivit
- Siemenöljyt
- Maito ja maitotuotteet
- Yhteisön tai kansallisen laatujärjestelmän mukaisesti tuotettu tuore, jäädytetty tai jäädytetty liha
- Ihmisravinnoksi tarkoitettujen munien merkitseminen
- Hunaja ja mehiläishoitotuotteet
- Tma-laatuviinit, maantieteellisellä merkinnällä varustetut pöytäviinit
- Maatalouslainsäädännössä säädetty syrjäisimpien alueiden graafinen symboli
- Neuvoston asetuksen (ETY) N:o 2081/92 ⁽¹⁾ tai (ETY) No 2082/92 ⁽²⁾ mukaiset suojatut alkuperänimitykset (SAN), suojatut maantieteelliset merkinnät (SMM) ja aidot perinteiset tuotteet (APT) sekä kyseisissä järjestelmissä rekisteröidyt tuotteet
- Neuvoston asetuksen (ETY) N:o 2092/91 ⁽³⁾ mukainen luonnonmukainen maatalous ja kyseisen asetuksen mukaisesti rekisteröidyt tuotteet

⁽¹⁾ EYVL L 208, 24.7.1992, s. 1. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 806/2003 (EUVL L 122, 16.5.2003, s. 1).

⁽²⁾ EYVL L 208, 24.7.1992, s. 9. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 806/2003.

⁽³⁾ EYVL L 198, 22.7.1991, s. 1. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 2254/2004 (EUVL L 385, 29.12.2004, s. 20).

LIITE II

SUUNTAVIIVAT MENEKINEDISTÄMISESTÄ SISÄMARKKINOILLA

Näiden suuntaviivojen tarkoituksena on antaa osviittoja viesteistä, kohderyhmistä ja kanavista, joihin eri tuoteryhmien tiedotus- ja menekinedistämisohjelmissa olisi keskityttävä.

Rajoittamatta asetuksen (EY) N:o 2826/2000 6 artiklan 4 kohdassa esitettyjen periaatteiden soveltamista ohjelmaehdotukset olisi periaatteessa laadittava ottaen huomioon seuraavat periaatteet:

- Kun ohjelmaa ehdottaa useampi kuin yksi jäsenvaltio, niiden strategioiden, toimien ja viestien olisi oltava koordinoituja.
- Ohjelmien olisi mieluiten oltava monivuotisia, ja niiden soveltamisalan olisi oltava riittävä merkittävän vaikutuksen aikaansaamiseksi kohdemarkkinoilla. Niitä voidaan toteuttaa myös useamman kuin yhden jäsenvaltion markkinoilla.
- Ohjelmissa olisi annettava puolueetonta tietoa tuotteiden luontaisista ominaispiirteistä ja/tai ravintoarvosta osana tasapainoista ruokavaliota, sekä tuotteiden tuotantomenetelmistä ja ympäristöystävällisyydestä.
- Ohjelmissa tulisi olla keskeisiä viestejä, jotka kiinnostavat useiden jäsenvaltioiden kuluttajia, ammatinharjoittajia ja/tai kaupan porrasta.

TUOREET HEDELMÄT JA VIHANNEKSET

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Vaikka yhteisön hedelmien ja vihannesten tuotanto on kasvussa, niiden kulutus ei kasva.

Erityisesti on todettava, että alle 35-vuotiaat syrjivät kulutustottumuksissaan tämän alan tuotteita. Suuntaus on tätäkin selvempi kouluikäisten lasten ja nuorten osalta. Tasapainoinen ruokavalio kärsii.

2. Tavoitteet

Mielikuvaa näiden tuotteiden tuoreudesta ja luonnollisuudesta on parannettava ja nuoria kannustettava kuluttamaan näitä tuotteita.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Alle 35-vuotiaiden kotitaloudet
- Kouluikäiset lapset ja nuoret sekä heidän vanhempansa
- Työpaikka- ja kouluruokalait
- Lääkärit ja ravitsemusasiantuntijat

4. Pääasialliset viestit

- Kehotus ”viisi per päivä” (suositus, jonka mukaan päivässä tulisi syödä vähintään viisi annosta hedelmiä tai vihanneksia)
- Tuotteiden luonnollisuus ja tuoreus
- Laatu (turvallisuus, ravintoarvo, aistinvaraisiin ominaisuuksiin liittyvät arvot, tuotantomenetelmät, ympäristönsuojelu, yhteys alkuperään)
- Mielihyvä
- Tasapainoinen ruokavalio
- Tuoretuotteiden tarjonnan monipuolisuus ja kausiluonteisuus; tietoa niiden mausta ja käyttötavoista
- Jäljitettävyyden
- Hankkimisen ja valmistuksen helppous: monia tuoreita hedelmiä ja vihanneksia ei tarvitse kypsäntää.

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet-sivut tarjonnan esittelemiseksi ja pelien tarjoamiseksi nuorille)
- Puhelinneuvonta
- Yhteydet viestimiin ja mainostajiin (esim. erikoisalojen lehdet, naisten- ja nuortenlehdet)
- Yhteydet lääkäreihin ja ravitsemusasiantuntijoihin
- Toimien kohdistaminen lapsiin ja nuoriin saamalla opettajat ja kouluruokat mukaan kampanjaan
- Tiedotustoimet kuluttajille myyntipisteissä
- Muut välineet (tuotetietoa ja ruokareseptejä tarjoavat lehtiset ja esitteet, lapsille suunnatut pelit jne.)
- Visuaaliset viestimet (elokuva, erikoistuneet tv-kanavat)
- Radiomainokset
- Osallistuminen messuille

6. Ohjelmien kesto

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet on määritelty.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

4 miljoonaa euroa

HEDELMÄ- JA VIHANNESJALOSTEET

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Ala joutuu kilpailemaan yhä enemmän lukuisten kolmansien maiden kanssa.

Koska hedelmä- ja vihannesjalosteiden kysyntä kasvaa asteittain erityisesti tuotteiden helppokäyttöisyyden vuoksi, on tärkeää, että ala pystyy hyödyntämään tätä kasvupotentiaalia. Sen vuoksi on perusteltua tukea tiedotus- ja menekin-edistämistoimia.

2. Tavoitteet

Tuotteista syntyvää mielikuvaa on nykyaikaistettava ja nuorennettava ja tuotteista on tiedotettava niiden kulutuksen lisäämiseksi.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kotitaloudet
- Työpaikka- ja kouluruokat
- Lääkärit ja ravitsemusasiantuntijat

4. Pääasialliset viestit

- Laatu (turvallisuus, ravintoarvo, aistinvaraisiin ominaisuuksiin liittyvät arvot, valmistusmenetelmät)
- Käytön helppous
- Mielihyvä
- Tuotteiden tarjonnan monipuolisuus ja saatavuus läpi vuoden
- Tasapainoinen ruokavalio
- Jäljitettävyyys

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet)
- Puhelinneuvonta
- Viestimet ja mainostajat (esim. erikoisalojen lehdet, naisten- ja ruokalehdet)
- Tuote-esittelyt myyntipisteissä
- Yhteydet lääkäreihin ja ravitsemusasiantuntijoihin
- Muut välineet (tuotteista kertovat ja ruokareseptejä tarjoavat lehtiset ja esitteet)
- Visuaaliset välineet
- Osallistuminen messuille

6. Ohjelmien kesto

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet on määritelty.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

2 miljoonaa euroa

KUITUPELLAVA

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Yhteisön pellava-alan tarjonnalle on tekstiili- ja vaatetusalan kansainvälisen kaupan vapauduttua ominaista muuta alkuperää olevan huokean pellavan yhä suurempi kilpailu. Se joutuu kilpailemaan myös muiden tekstiilikuitujen kanssa. Lisäksi tekstiilinkulutus on seisahtunut.

2. Tavoitteet

- Kehittää yhteisön pellavan imagoa ja tunnettuutta sekä hyödyntää sen ominaislaatua
- Lisätä yhteisön pellavan kulutusta
- Tiedottaa markkinoilla olevien uusien tuotteiden ominaispiirteistä

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Alalla toimivat johtavat ammatinharjoittajat (stylistit, muodinluojat, suunnittelijat, valmistajat, kustantajat)
- Jakelijat
- Tekstiili-, muoti- ja sisustusalan koulutus (opettajat ja oppilaat)
- Mielipidevaikuttajat
- Kuluttajat

4. Pääasialliset viestit

- Tuotteen laadun takaavat raaka-aineen tuotanto-olot, sopeutuneet lajikkeet ja alan eri toimijoiden asiantuntemus
- Yhteisön tarjonnan moninaisuus ja runsaus niin tarjottujen tuotteiden (vaatteet, sisustus, liinavaatteet) kuin luovuuden ja innovaatioiden suhteen

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet)
- Ammattilaismessut ja -näyttelyt
- Tiedotustoimet tuotantoketjun loppupäässä (muodinluojat, valmistajat, jakelijat ja kustantajat)
- Tiedottaminen myyntipisteissä
- Suhteet erikoisalojen lehdistöön
- Didaktiset tiedotustoimet tekstiili- ja muotialan oppilaitoksissa jne.

6. Ohjelmien kesto

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet on määritelty.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

1 miljoonaa euroa

ELÄVÄT KASVIT JA KUKKAVILJELYTUOTTEET

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Yhteisön tuotanto joutuu kilpailemaan yhä enemmän kolmansien maiden tuotannon kanssa.

Vuosina 1997—2000 toteutettujen myyinnedistämiskampanjoiden arvioinnista kävi ilmi, että tuottajan ja jakelijan välisen ketjun organisaatiota olisi parannettava ja järkipäristettävä ja kuluttajien tietoisuutta yhteisön tuotteiden ominaisuuksista ja kirjosta olisi lisättävä.

2. Tavoitteet

- Lisätä yhteisöstä peräisin olevien kukkien ja muiden kasvien kysyntää
- Kannustaa ympäristöä säästäviä käytänteitä ja lisätä tietoisuutta ympäristöystävällisistä menetelmistä
- Vahvistaa jäsenvaltioiden ammatinharjoittajien välistä kumppanuutta, mikä mahdollistaa mm. alan uusimpien tietojen jakamisen, sekä parantaa kaikille tuotantoketjun toimijoille suunnattua tiedotusta

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Tuottajat, taimitarhat, jakelijat ja muut alan toimijat
- Opiskelijat ja koululaiset
- Mielialpidevaikuttajat: toimittajat, opettajat
- Kuluttajat

4. Pääasialliset viestit

- Yhteisön tuotteiden laatu ja kirjo
- Ympäristöä säästävät tuotantomenetelmät
- Tuotteiden kestävyyttä lisäävät tekniikat
- Kasvien ja kukkien lajikeyhdistelmien maksimointi
- Kasvien ja kukkien merkitys hyvinvoinnille ja elämänlaadulle

5. Tärkeimmät välineet

- Yhteydet viestimiin
- Messut ja näyttelyt: useiden jäsenvaltioiden tuotantoa esittelevät paviljongit
- Tuotannonalan ammatinharjoittajien, kuluttajien ja opiskelijoiden koulutus
- Tietojen vaihto tuotteiden eliniän pidentämiseksi
- Kuluttajille suunnattava tiedotus lehdistön kautta sekä esim. julkaisemalla luetteloita ja puutarhureiden kalentereita taikka ”kuukauden kasvi” -tyyppisillä kampanjoilla
- Sähköisten tiedotusvälineiden (Internet, CD-ROM jne.) käytön lisääminen

6. Ohjelmien kesto

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalle asetetaan ohjelmat, joissa esitetään kaikissa vaiheissa strategia ja asianmukaisesti perustellut tavoitteet.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

3 miljoonaa euroa

OLIIVIÖLJY JA SYÖTÄVÄKSI TARKOITETUT OLIIVIT

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Koska oliiviöljyn ja syötäväksi tarkoitettujen oliivien tarjonta on kasvussa, yhteisön ja kansainväliset markkinat ovat tärkeitä yhteisön markkinoiden tasapainon suojaamiseksi. Näiden tuotteiden sisäisen kysynnän tilanne vaihtelee suuresti perinteisistä kuluttajamarkkinoista markkinoihin, joille oliiviöljy ja syötäväksi tarkoitettut oliivit ovat tulleet melko äskettäin.

Jäsenvaltioissa, joissa kulutus on perinteistä (Espanja, Italia, Kreikka ja Portugali), kyseiset tuotteet ovat yleensä hyvin tunnettuja ja niiden kulutus on suuri. Näillä kypsillä markkinoilla kysynnän kokonaiskasvu on rajallinen, mutta ne ovat edelleen tärkeitä oliiviöljyn nykykulutuksen merkittävyyden vuoksi.

Niissä jäsenvaltioissa, joissa oliiviöljy on uudempi ilmiö, sen kulutus on lisääntynyt henkeä kohden mutta on edelleen huomattavasti alhaisempi (yhteisössä sellaisena kuin se oli 30. huhtikuuta 2004) tai hyvin vähäinen (useimmat uudet jäsenvaltiot). Monet kuluttajat eivät tunne oliiviöljyn ja syötäväksi tarkoitettujen oliivien laatuominaisuuksia ja lukuisia käyttötapoja. Kyseessä ovat siis markkinat, joilla kysyntä voi kasvaa merkittävästi.

2. Tavoitteet

- Ensisijaisesti: lisätä kulutusta jäsenvaltioissa, joissa kulutus on uutta, vahvistamalla kyseisten tuotteiden markkina-asemaa, monipuolistamalla niiden käyttöä ja antamalla lisätietoa.
- Vakauttaa ns. perinteisten jäsenvaltioiden kulutus ja lisätä sitä parantamalla kuluttajille suunnattua tiedotusta vähemmän tunnetuista seikoista ja tekemällä nuoresta väestöosasta uskollisia kuluttajia.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Ostoksista vastaavat henkilöt, joita ns. perinteisissä jäsenvaltioissa ovat pääasiassa 20—40-vuotiaat.
- Mielipidevaikuttajat (kulinaristit, keittiömestarit, ravintola-ala, suurilevikkinen ja erikoistunut lehdistö (ruoka- ja naistenlehdet, erilaiset muotilehdet))
- Lääketieteellinen ja terveydenhoitoalan lehdistö
- Vähittäiskauppiat (jäsenvaltioissa, joissa kulutus on uutta).

4. Pääasialliset viestit

- Neitsytoliiviöljyn gastronomiset laatuominaisuudet ja aistinvaraiset ominaisuudet (aromi, väri, maku) vaihtelevat lajikkeiden, alueiden, satojen, suojattujen alkuperänimitysten (SAN), suojattujen maantieteellisten merkintöjen (SMM) jne. mukaan.
- On olemassa eri oliiviöljyluokkia.
- Oliiviöljy on ravintoarvonsa puolesta tärkeä osa terveellistä ja tasapainoista ruokavaliota: siinä kulinaariset nautinnot yhdistyvät tasapainoiseen ja terveelliseen ruokavalioon.
- Tiedotus oliiviöljyjen valvontaa, laadun varmentamista ja pakkausmerkintöjä koskevista säännöistä.
- Tiedotus kaikista oliiviöljyistä ja syötäväksi tarkoitetuista oliiveista, joille on myönnetty yhteisössä SAN tai SMM.
- Syötäväksi tarkoitettujen oliivien eri lajikkeiden ominaisuudet
- Syötäväksi tarkoitettujen oliivien eri lajikkeiden ominaisuudet

Erityisesti jäsenvaltioissa, joissa kulutus on uutta:

- Oliiviöljy ja erityisesti ekstra-neitsytoliiviöljy on perinteinen, vanhaan taitotietoon perustuva luonnontuote, joka soveltuu makurikkaaseen moderniin keittiöön. Se liitetään helposti paitsi Välimeren alueen keittiöön myös nykykaiseen ruoanlaittoon.
- Neuvot, jotka koskevat näiden tuotteiden käyttämistä ruoanlaitossa

Erityisesti jäsenvaltioissa, joissa kulutus on perinteistä:

- Pulloon pakatun oliiviöljyn ostamisen edut (pakkausmerkinnöissä on kuluttajalle hyödyllistä tietoa)
- Tuotteella on pitkä historia ja merkittävä kulttuurinen merkitys, mutta sen imagoa on syytä nykyaikaistaa.

Rajoittamatta 4 artiklan 3 kohdan soveltamista oliiviöljyn ja syötäväksi tarkoitettujen oliivien ravintoarvoa koskevat tiedot on perusteltava yleisesti tunnustetuilla tieteellisillä tiedoilla, ja niiden on oltava Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2000/13/EY⁽¹⁾ vaatimusten sekä tältä osin sovellettavien sääntöjen mukaiset.

5. Tärkeimmät välineet

- Internet ja muut sähköiset välineet (esim. CD-ROM, DVD)
- Menekinedistäminen myyntipisteissä (maistajaiset, ruokaohjeet, tiedon jakaminen)
- Suhteet lehdistöön ja PR-toiminta (tapahtumat, osallistuminen messuille jne.)
- Mainokset (tai esittelytyyppinen mainonta) yleis-, naisten-, ruoka- ja elämäntapalehdissä
- Toimet yhteistyössä lääketieteellisten ja terveydenhuoltoalan tahojen kanssa (PR-toiminta lääketieteen alalla)
- Audiovisuaaliset välineet (televisio ja radio)
- Osallistuminen messuille

6. Ohjelmien kesto ja kohde

Kesto on 12—36 kuukautta, ja etusijalle asetetaan monivuotiset ohjelmat, joissa esitetään kaikissa vaiheissa strategia ja asianmukaisesti perustellut tavoitteet.

Etusijalle asetetaan ohjelmat, jotka toteutetaan vähintään kahdessa jäsenvaltiossa, joissa kulutus on uutta.

⁽¹⁾ EYVL L 109, 6.5.2000, s. 29. Direktiivi sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna direktiivillä 2003/89/EY (EUVL L 308, 25.11.2003, s. 15).

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

4 miljoonaa euroa

SIEMENÖLJYT

Etusijalle asetetaan ohjelmat, jotka käsittelevät rypsiöljyä tai esittelevät eri siemenöljyjen ominaisuuksia.

Siemenöljyalan ohjeellinen vuosibudjetti:

2 miljoonaa euroa

A. RYPSIÖLJY

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Rypsiöljyn tuotannolle ei maatalouspolitiikan uudistuksen jälkeen myönnetä erityistä tukea, minkä vuoksi sen markkinasuuntautuneisuutta on parannettava. Rypsiöljyn tuotantomahdollisuudet ovat hyvät, ja se voi toimia vaihtoehtona viljantuotannolle, jonka osalta esiintyy rakenteellista liikatuotantoa. Rypsiöljyn menekinedistämällä tasapainotetaan peltokasvimarkkinoita ja eri kasviöljyjen kulutusta yhteisössä. Nykyään yhteisö on rypsiöljyn nettoviejä.

Viime vuosikymmeninä on kehitetty ravintoarvoltaan hyviä rypsilajikkeita, mikä on parantanut öljyjen laatua. Markkinoille on tullut muun muassa kylmäpuristettuja rypsiöljyjä, joiden maussa on pähkinänvivahteita.

Rypsiöljyn ravintoarvoa on tutkittu maailmanlaajuisesti, ja tulosten mukaan sen vaikutukset ruokavaliossa ovat suotuisat, kuten myös sen fysikaaliset ominaisuudet. Näistä uusimmista tutkimustuloksista olisi kerrottava lääkäreille, ravitsemusasiantuntijoille ja kuluttajille.

2. Tavoitteet

- Parantaa tietämystä rypsiöljyn ominaisuuksista ja sen tuoreesta kehityksestä
- Lisätä kulutusta valistamalla kuluttajia sekä lääketieteen ja terveydenhoidon ammattilaisia rypsiöljyn käytöstä ja ravintoarvosta

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kotitaloudet ja erityisesti hankinnoista vastaavat henkilöt
- Mielipidevaikuttajat (toimittajat, kokit, lääketieteen ja ravitsemusalan ammattilaiset)
- Jakelijat
- Lääketieteellinen ja terveydenhoitoalan lehdistö
- Elintarviketeollisuus

4. Pääasialliset viestit

- Rypsiöljy on ravintoarvonsa puolesta tärkeä osa terveellistä ja tasapainoista ruokavaliota.
- Rypsiöljyn hyvä rasvahappokoostumus
- Neuvot, jotka koskevat näiden tuotteiden käyttämistä ruoanlaitossa
- Tietoa tuotteen ja eri lajikkeiden kehityksestä

Rajoittamatta 4 artiklan 3 kohdan soveltamista rypsiöljyn ravintoarvoa koskevat tiedot on perusteltava yleisesti tunnistetuilla tieteellisillä tiedoilla, ja niiden on oltava direktiivin 2000/13/EY vaatimusten sekä tältä osin sovellettavien sääntöjen mukaiset.

5. Tärkeimmät välineet

- Menekinedistäminen myyntipisteissä (maistajaiset, ruokaohjeet, tiedon jakaminen)
- Mainokset (tai esittelytyyppinen mainonta) yleis-, ruoka-, naisten- ja elämäntapalehdissä
- PR-toiminta (tapahtumat, osallistuminen elintarvikemessuille)
- Toimet yhteistyössä lääketieteellisten ja terveydenhoitoalan tahojen kanssa
- Yhteistoimet ravintoloiden, pitopalvelujen ja kokkien kanssa
- Internet

6. Ohjelmien kesto

12—36 kuukautta

B. AURINGONKUKKAÖLJY

Auringonkukkaöljyä koskeville ohjelmille annetaan etusija vain, jos se on perusteltua markkinatilanteen vuoksi.

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Yhteisössä viljellään auringonkukkaa yli 2 000 000 hehtaarilla ja auringonkukansiementen tuotanto on vuosittain yli 3,5 miljoonaa tonnia. Yhteisössä kulutettava auringonkukkaöljyä on pääosin tuotettu yhteisössä kasvatetuista siemenistä. EU: n auringonkukkaöljyn tuotanto vähenee kuitenkin markkinointivuoden 2004/2005 aikana, koska siementen rouhimistoiminnot ovat vähentyneet. Yksistään auringonkukkaöljyä koskevia ohjelmia ei aseteta etusijalle, koska sen maailmanmarkkinahinta on nousussa ja tarjonnan puutetta saattaa syntyä. Se voi kuitenkin olla osa eri yhteisön alkuperää olevia siemenöljyjä koskevia ohjelmia.

Auringonkukkaöljy soveltuu erityisesti paistamiseen. Se myös sisältää paljon tyydyttymättömiä rasvoja ja E-vitamiinia. Kampanjoiden tarkoituksena on valistaa kuluttajia ja kauppiaita/jakelijoita auringonkukkaöljyn eri käyttötavoista, tyypeistä ja ominaisuuksista sekä sen laatua koskevasta yhteisön lainsäädännöstä. Kampanjoiden johtajatuksena tulisi olla puolueettoman tiedon antaminen.

2. Tavoitteet

Valistaa kuluttajia ja kaupan porrasta:

- auringonkukkaöljyn eri käyttötavoista, ominaisuuksista ja ravintoarvosta
- laatua koskevasta lainsäädännöstä ja vaatimuksista sekä merkintöjä koskevista säännöistä.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kotitaloudet ja erityisesti hankinnoista vastaavat henkilöt
- Mielipidevaikuttajat (toimittajat, kokit, lääketieteen ja ravitsemusalan ammattilaiset)
- Jakelijat
- Elintarviketeollisuus

4. Pääasialliset viestit

Ohjelman pääasiallisissa viesteissä olisi annettava tietoa:

- auringonkukkaöljyn asianmukaisen käytön hyödyistä. Auringonkukkaöljyn E-vitamiinipitoisuus on esimerkiksi suurempi kuin muiden kasviöljyjen. Auringonkukkaöljy on tunnetusti kevyen makuista, ja sen paisto-ominaisuudet ovat hyvät,
- auringonkukkaöljyn laatua koskevasta lainsäädännöstä ja vaatimuksista,
- auringonkukkaöljyn rasvahappokoostumuksesta ja ravintoarvosta,
- tieteellisten tutkimusten tuloksista sekä auringonkukkaöljyn ja muiden kasviöljyjen teknisestä kehittämisestä.

Rajoittamatta 4 artiklan 3 kohdan soveltamista auringonkukkaöljyn ravintoarvoa koskevat tiedot on perusteltava yleisesti tunnustetuilla tieteellisillä tiedoilla, ja niiden on oltava direktiivin 2000/13/EY vaatimusten sekä tältä osin sovellettavien sääntöjen mukaiset.

5. Tärkeimmät välineet

- Tiedotteiden jakaminen myyntipisteissä (myyntipisteet ja kauppa)
- Mainokset (tai esittelytyyppinen mainonta) yleis-, ruoka-, naisten- ja elämäntapalehdissä
- PR-toiminta (tapahtumat, osallistuminen elintarvikemessuille)
- Internet

6. Ohjelmien kesto

12—36 kuukautta

MAITO JA MAITOTUOTTEET

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Nestemäisen maidon kulutus on vähentynyt erityisesti suurissa kuluttajamaissa, mikä johtuu ensisijaisesti virvoitusjuomien suosion kasvusta nuorten keskuudessa. Nestemäisen maidon kulutus on asteittain syrjäytymässä erilaisten maidonkorvikkeiden tieltä. Sen sijaan maitotuotteiden kokonaiskulutus on kasvussa maitomääränä ilmaistuna.

2. Tavoitteet

- Lisätä nestemäisen maidon kulutusta markkinoilla, joilla on kasvupotentiaalia, ja pitää kulutus nykytasolla kyllästetyillä markkinoilla
- Lisätä maitotuotteiden kulutusta yleensä
- Edistää maidon ja maitotuotteiden kulutusta nuorten parissa, sillä he ovat tulevia aikuiskuluttajia

3. Pääasialliset kohderyhmät

Kuluttajat; pääkohteet ovat:

- lapset ja nuoret, erityisesti 8—13-vuotiaat tytöt
- eri-ikäiset naiset
- ikäihmiset

4. Pääasialliset viestit

- Maito ja maitotuotteet ovat terveellisiä luonnontuotteita, jotka vastaavat nykyajan elämän jokapäiväisiä tarpeita ja joita nauttii mielellään.
- Maidolla ja maitotuotteilla on ravinnollista arvoa, joka on hyväksi erityisesti tietyille ikäryhmille.
- Viestin on oltava sisällöltään myönteinen, ja siinä on otettava huomioon kulutuksen erityispiirteet eri markkinoilla.
- Eri kuluttajille on eri kulustilanteissa lukuisia maitotuotteita.

- Maitoa ja maitotuotteita saa myös vähärasvaisina, ja ne voivat olla asianmukaisempia eräille kuluttajille.
- On ensiarvoisen tärkeää turvata pääasiallisten viestien esilläolo läpi koko ohjelmakauden, jotta kuluttajat vakuutettaisiin eduista, joita heille seuraa näiden tuotteiden säännöllisestä käytöstä.

Rajoittamatta 4 artiklan 3 kohdan soveltamista maito- ja maitotuotteiden ravintoarvoa koskevat tiedot on perusteltava yleisesti tunnustetuilla tieteellisillä tiedoilla, ja niiden on oltava direktiivin 2000/13/EY vaatimusten sekä tältä osin sovellettavien sääntöjen mukaiset.

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet
- Puhelinneuvonta
- Yhteydet viestimiin ja mainostajiin (esim. erityisalojen lehdet, naisten- ja nuortenlehdet)
- Yhteydet lääkäreihin ja ravitsemusasiantuntijoihin
- Yhteydet opettajiin ja kouluihin
- Muut välineet (lehtiset ja esitteet, lapsille tarkoitetut pelit jne.)
- Tuote-esittelyt myyntipisteissä
- Visuaaliset viestimet (elokuva, erikoistuneet tv-kanavat)
- Radiomainokset
- Osallistuminen näyttelyihin ja messuille

6. Ohjelmien kesto ja kohde

Kesto on 12–36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet on määritelty.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

4 miljoonaa euroa

YHTEISÖN TAI KANSALLISEN LAATUJÄRJESTELMÄN MUKAISESTI TUOTETTU TUORE, JÄÄHDYTETTY TAI JÄÄDYTETTY LIHA

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Tärkeimpiä eläintuotteita koskeneet terveysongelmat ovat lisänneet tarvetta vahvistaa kuluttajien luottamusta yhteisön lihatuotteisiin.

Tähän liittyen on tarpeen tiedottaa elintarvikkeiden valvontaa ja turvallisuutta koskevasta lainsäädännöstä sekä antaa puolueetonta yleistietoa yhteisön ja kansallisista laatuajärjestelmistä ja niihin sisältyvistä tarkastuksista. Lainsäädännön ja valvontatoimien ansiosta tuotteista pystytään antamaan lisätakeet, sillä niissä edellytetään tuotteita koskevia eritelmiä ja ylimääräisiä valvontarakenteita.

2. Tavoitteet

- Tiedotuskampanjat koskevat ainoastaan eurooppalaisissa laatuajärjestelmissä (SAN/SMM/APT ja luonnonmukainen tuotanto) ja jäsenvaltioiden hyväksymissä laatuajärjestelmissä tuotettuja tuotteita, jotka täyttävät asetuksen (EY) N:o 1257/1999 24 b artiklan vaatimukset. Tämän asetuksen nojalla rahoitettaviin tiedotuskampanjoihin ei voida myöntää rahoitusta asetuksen (EY) N:o 1257/1999 nojalla, rajoittamatta kuitenkin tämän asetuksen 10 artiklan 4 kohdan soveltamista.
- Tiedotuskampanjoiden tavoitteena on varmistaa, että lihatuotteita koskevasta yhteisön ja kansallisista laatuajärjestelmistä annetaan puolueetonta ja kattavaa tietoa. Niissä olisi annettava kuluttajille, mielipidevaikuttajille ja jakelijalle tietoa näihin laatuajärjestelmiin sisältyvistä tuote-eritelmistä ja tehokkaista tarkastuksista.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kuluttajat ja kuluttajajärjestöt
- Kotitalouksien hankinnoista vastaavat henkilöt
- Ravintolat, sairaalat, koulut jne.
- Jakelijat ja jakelijoiden liitot
- Lehdistö ja mielipidevaikuttajat

4. Pääasialliset viestit

- Laatujärjestelmät takaavat, että tuote on tuotettu erityisellä tavalla ja että tarkastukset ovat tiukemmat kuin lain-säädannössä edellytetään.
- Laadukkailla lihatuotteilla on erityisominaisuuksia tai niiden laatu on tavanomaisia kaupallisia standardeja korkeampi.
- Yhteisön ja kansalliset laatujärjestelmät ovat avoimet ja takaavat tuotteiden täydellisen jäljitettävyyden.
- Kun liha merkitään, kuluttaja voi tunnistaa laatutuotteet sekä niiden alkuperän ja ominaisuudet.

5. Tärkeimmät välineet

- Internet
- PR-toiminta viestimien ja mainostajien kanssa (tiedealan ja erikoisalojen lehdet, naisten- ja ruokalehdet)
- Yhteydet kuluttajajärjestöihin
- Audiovisuaaliset välineet
- Painotuotteet (lehtiset, esitteet jne.)
- Tiedottaminen myyntipisteissä

6. Ohjelmien kesto ja kohde

Ohjelmien olisi katettava vähintään yksi jäsenvaltio kokonaan tai useita jäsenvaltioita.

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet on määritelty.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

4 miljoonaa euroa

IHMISRAVINNOKSI TARKOITETTUIJEN MUNIEN MERKITSEMINEN

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Syötäväksi tarkoitettujen munien kuoreen on 1 päivästä tammikuuta 2004 alkaen leimattava tuottajan tunnusnumeron ja kanojen tuotantotavan ilmaiseva koodi neuvoston asetuksen (ETY) N:o 1907/90⁽¹⁾ 7 artiklan 1 kohdan a alakohdan mukaisesti. Koodi muodostuu tuotantotavan ilmaisevasta numerosta (0 = luomu, 1 = ulkoilma, 2 = lattia, 3 = häkki), ISO-koodista, jolla yksilöidään jäsenvaltio, jossa tuotantolaitos sijaitsee, sekä toimivaltaisen viranomaisen tuotantolaitokselle antamasta numerosta.

⁽¹⁾ EYVL L 173, 6.7.1990, s. 5. Asetus sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksella (EY) N:o 2052/2003 (EUVL L 305, 22.11.2003, s. 1).

2. Tavoitteet

- Tiedottaa kuluttajille munien merkintöjä koskevista uusista vaatimuksista ja selittää perusteellisesti munaan painetun koodin merkitys
- Tiedottaa munaan painetun koodin ilmaisemista tuotantojärjestelmistä
- Tiedottaa olemassa olevista jäljitettävyyjärjestelmistä

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kuluttajat ja jakelijat
- Mielipidevaikuttajat

4. Pääasialliset viestit

- Tehdä tunnetuksi ja selittää komission direktiivin 2002/4/EY⁽¹⁾ mukaisesti muniin painettavia uusia koodeja sekä näiden koodien tarkoittamien eri munaluokkien ominaisuuksia.
- Viesteissä ei pidä suosia tiettyä tuotantomenetelmää eikä niissä pidä olla munien ravintoarvoa ja munien kuluksen terveysvaikutuksia koskevia väitteitä. Eri jäsenvaltioista peräisin olevia munia ei pidä kohdella eri tavoin.

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet jne.)
- Tiedotusaineisto (esim. tiedotuslehtiset ja esitteet)
- Tiedottaminen myyntipisteissä
- Mainokset lehdissä, esimerkiksi erikoislehdissä kuten ruoka- ja naistenlehdet jne.
- Suhteet tiedotusvälineisiin

6. Ohjelman kesto

12—24 kuukautta

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

2 miljoonaa euroa

HUNAJA JA MEHILÄISHOITOTUOTTEET

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Yhteisön laatuhanajan ja mehiläishoitotuotteiden ala saa vain vähän yhteisön tukea, ja se joutuu vastaamaan yhä lisääntyvään kansainväliseen kilpailuun. Tuotantokustannukset ovat yhteisössä korkeat, mikä vaikeuttaa tilannetta entisestään.

Alaan on vuodesta 2001 alkaen sovellettu hunajasta annettua neuvoston direktiiviä 2001/110/EY⁽²⁾, jossa säädetään tuotteiden laadun niiden alkuperään liittyvistä pakollisista merkinnöistä. Tuetuissa ohjelmissa on keskityttävä yhteisön hunaja- ja mehiläishoitotuotteisiin, joista annetaan seudulliseen, alueelliseen tai topografiseen alkuperään liittyviä täydentäviä tietoja tai joilla on yhteisön (SAN/SMM/APT tai luonnonmukaisesti tuotettu) tai jäsenvaltion varmistama laatumerkintä.

⁽¹⁾ EYVL L 30, 31.1.2002, s. 44.

⁽²⁾ EYVL L 10, 12.1.2002, s. 47.

2. Tavoitteet

- Valistaa kuluttajia yhteisön mehiläishoitotuotteiden kirjosta, aistinvaraisista ominaisuuksista ja tuotanto-olosuhteista
- Valistaa kuluttajia suodattamattoman ja pastörimattoman yhteisön hunajan laatuominaisuuksista
- Auttaa kuluttajia ymmärtämään yhteisön hunajamerkintöjä ja kannustaa tuottajia kehittämään merkintöjensä selkeyttä
- Ohjata hunajankulutusta laatutuotteisiin korostamalla niiden jäljitettävyyttä

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kuluttajat, erityisesti 20—40-vuotiaat
- Ikäihmiset ja lapset
- Mielipidevaikuttajat

4. Pääasialliset viestit

- Tietoa tuotteiden turvallisuutta, tuotantohygieniaa, laadun varmentamista ja merkitsemistä koskevasta yhteisön lainsäädännöstä
- Hunaja on perinteinen ja vanhaan taitotietoon perustuva luonnontuote, jota voidaan käyttää modernissa keittiössä monin tavoin.
- Hunajavalikoima on suuri, koska hunajoiden maantieteelliset ja kukka- tai kasviolkuperät ja/tai tuotantokaudet vaihtelevat paljon.
- Käyttöä ja ravintoarvoa koskeva neuvonta
- Pölyttymisen suojaaminen on yksi luonnon monimuotoisuuden säilymisen edellytyksiä.

5. Tärkeimmät välineet

- Mainokset yleis- ja erikoislehdissä (ruokalehdet, elämäntapalehdet)
- Internet, elokuvat ja muut audiovisuaaliset välineet (televisio, radio)
- Myyntipaikat
- Osallistuminen näyttelyihin ja messuille
- Suurelle yleisölle suunnattu PR-toiminta, tapahtumien järjestäminen tavoitteena toimet ravintoloissa ja pitopalvelu yrityksissä
- Tiedotus kouluissa (ohjeita hotelli- ja ravintola-alan opettajille ja opiskelijoille)

6. Ohjelmien kesto ja kohde

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalle asetetaan ohjelmat, joissa esitetään kaikissa vaiheissa strategia ja asianmukaisesti perustellut tavoitteet.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

1 miljoonaa euroa

TMA-LAATUVIINIT, MAANTIETEELLISELLÄ MERKINNÄLLÄ VARUSTETUT PÖYTÄVIINIT

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Tuotanto on alalla runsasta, mutta kulutus ei ole kasvanut vaan päinvastoin laskenut joiltain osin. Myös kolmansista maista tuleva tarjonta on kasvussa.

2. Tavoitteet

- Lisätä yhteisön viinien kulutusta
- Tiedottaa kuluttajille lajikkeista, laadusta, yhteisön viinien tuotantoedellytyksistä ja tieteellisten tutkimusten tuloksista.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Jakelijat
- Kuluttajat, lukuun ottamatta neuvoston suosituksessa 2001/458/EY⁽¹⁾ tarkoitettuja lapsia ja nuoria
- Mielipidevaikuttajat: toimittajat, kulinaristit
- Hotelli- ja ravintola-alan oppilaitokset

4. Pääasialliset viestit

- Yhteisön lainsäädännössä vahvistetaan tuotantoa, laatumerkintöjä, päällysmarkkintöjä ja kaupan pitämistä koskevat tiukat säännökset, joilla kuluttajille taataan tarjotun tuotteen laatu ja jäljitettävyyys.
- Mahdollisuus valita hyvin monista eri alkuperää olevista yhteisön tuotteista
- Tietoa yhteisön viinien viljelystä ja sen yhteyksistä alueellisiin ja paikallisiin olosuhteisiin, kulttuureihin ja makuihin

5. Tärkeimmät välineet

- Tiedotus- ja PR-toiminta
- Jakelu- ja ravintola-alalle suunnatut koulutustoimet
- Yhteydet erikoisalojen lehdistöön
- Muut välineet (Internet, lehtiset ja esitteet) valintojen ohjaamiseksi ja ideoiden kehittämiseksi viinin nauttimiseksi perhepiirissä ja juhlatilaisuuksissa
- Messut ja näyttelyt: useiden jäsenvaltioiden tuotantoa esittelevät paviljongit

6. Ohjelmien kesto

Kesto on 12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet on määritelty.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

3 miljoonaa euroa

(¹) EYVL L 161, 16.6.2001, s. 38.

TUOTTEET, JOILLA ON SUOJATTU ALKUPERÄNIMITYS (SAN), SUOJATTU MAANTIETEELLINEN MERKINTÄ (SMM) TAI TAATTU PERINTEINEN ERITYISLUONNE (APT)

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Asetuksissa (ETY) N:o 2081/92 ja (ETY) N:o 2082/92 säädetty yhteisön järjestelmät tuotenimien suojaamiseksi ovat etusijalla pyrittäessä yhteisen maatalouspolitiikan laatutavoitteisiin. Sen vuoksi on tarpeen jatkaa sellaisten kampanjoiden toteuttamista, joilla suojattuja nimityksiä ja suojatulla nimellä varustettuja tuotteita tehdään tunnetuiksi kaikille toimijoille, jotka osallistuvat näiden tuotteiden tuotantoon, valmistukseen, markkinointiin ja kulutukseen.

2. Tavoitteet

Tiedotus- ja menekinedistämiskampanjat eivät saa rajoittua vain yhteen tai muutamaan nimitykseen, vaan niiden on koskettava nimitysten ryhmiä, tuoteluokkia taikka yhdellä tai useammalla alueella tai yhdessä tai useammassa jäsenvaltiossa tuotettuja tuotteita.

Kampanjoilla olisi pyrittävä:

- antamaan laajasti tietoa järjestelmien sisällöstä, toiminnasta ja yhteisöluottavuudesta ja erityisesti järjestelmien vaikutuksista niiden tuotteiden kaupalliseen arvoon, jotka ovat rekisteröinnin jälkeen suojattuja,
- lisäämään kuluttajien, jakelijoiden ja ruoanlaiton ammattilaisten tietämystä yhteisön SAN-, SMM- ja APT-tunnuksista,
- saamaan kyseisten alueiden tuottaja-/jalostajaryhmittymät hyödyntämään järjestelmää rekisteröimällä nimitykset tuotteille, jotka täyttävät rekisteröintivaatimukset,
- saamaan tuottaja-/jalostajaryhmittymät osallistumaan rekisteröidyllä nimityksellä varustettujen tuotteiden tuotantoon noudattamalla eri suojattujen nimitysten osalta hyväksytyjä eritelmiä ja tarkastusvaatimuksia,
- lisäämään asianomaisten tuotteiden kysyntää tiedottamalla kuluttajille ja jakelijoille näistä järjestelmistä ja niiden merkityksestä ja eduista sekä tunnuksista ja nimitysten myöntämishdoista, asiaa koskevista tarkastuksista ja jäljitämisjärjestelmästä.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Tuottajat ja jalostajat
- Jakelijat (suuret kauppaketjut, tukkukauppiat, vähittäiskauppiat, pitopalvelut, ruokalat, ravintolat)
- Kuluttajat ja kuluttajajärjestöt
- Mielipidevaikuttajat

4. Pääasialliset viestit

- Suojatuilla nimityksillä varustetuilla tuotteilla on erityisiä, niiden maantieteelliseen alkuperään liittyviä ominaisuuksia. SAN-tuotteiden laatu tai ominaisuudet liittyvät olennaisesti tai yksinomaisesti tiettyyn maantieteelliseen ympäristöön (joka käsittää sen luonnon ja inhimilliset tekijät). SMM-tuotteilla on maantieteelliseen alkuperään liittyvä laatu tai maine, ja maantieteelliseen alkuperään on oltava yhteys ainakin jossakin tuotannon, jalostuksen tai käsittelyn vaiheessa.
- APT-tuotteilla on erityisiä ominaisuuksia, jotka liittyvät perinteiseen tuotantotapaan tai perinteisten raaka-aineiden käyttöön.

- Yhteisön SAN-, SMM- ja APT-tunnukset ovat koko yhteisössä ymmärrettyjä symboleja: ne kuvaavat tuotteita, jotka ovat tiettyjen maantieteelliseen alkuperään tai perinteeseen liittyvien tuotantovaatimusten mukaisia ja joihin sovelletaan valvontaa.
- Muut asianomaisten tuotteiden laatuäkökohdat (turvallisuus, ravintoarvo, maku, jäljitettävyys).
- Joidenkin SAN-, SMM- ja APT-tuotteiden esitleminen esimerkkeinä sellaisten tuotteiden, joiden nimitykset on rekisteröity suojaamisjärjestelmässä, arvostuksen onnistuneesta lisäämisestä.
- Suojaamisjärjestelmillä tuetaan yhteisön kulttuuriperintöä ja maataloustuotannon monipuolisuutta sekä maaseutu-ympäristön säilyttämistä.

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet)
- PR-suhteet viestimiin (erikoisalojen lehdet, naistenlehdet, ruokalehdet)
- Yhteydet kuluttajajärjestöihin
- Tiedotus- ja esittelytoimet myyntipisteissä
- Audiovisuaaliset välineet (esim. televisiomainokset)
- Painotuotteet (lehtiset, esitteet jne.)
- Osallistuminen messuille ja näyttelyihin
- Tiedotus- ja koulutustapahtumat, jotka käsittelevät yhteisön SAN-, SMM- ja APT-järjestelmiä

6. Ohjelmien kesto

12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet ja strategiat on määritelty selkeästi.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

3 miljoonaa euroa

SYRJÄISIMPIEN ALUEIDEN GRAAFISEN SYMBOLIN KÄYTÖSTÄ TIEDOTTAMINEN

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Tämä osio koskee yhteisön syrjäisimpiä alueita, sellaisina kuin ne on määritelty EY:n perustamissopimuksen 299 artiklan 2 kohdassa. Ulkoinen arviointikertomus on osoittanut, että vuosina 1998 ja 1999 toteutettu, syrjäisimpien alueiden graafista symbolia (tunnusta) koskeva yhteisön tiedotuskampanja on herättänyt todellista kiinnostusta toimijoiden keskuudessa.

Jotkut tuottajat ja jalostajat ovatkin hakeneet laatutuotteidensa hyväksyntää tämän tunnuksen käyttämiseksi.

Kun otetaan huomioon ensimmäisen kampanjan rajoittunut kesto, vaikuttaa aiheelliselta jatkaa tämän tunnuksen tunnetuksi tekemistä eri kohderyhmien keskuudessa tiedottamalla edelleen tunnuksen merkityksestä ja eduista.

2. Tavoitteet

- Tunnuksesta, sen merkityksestä ja mukanaan tuomista eduista kertominen
- Eri alueiden tuottajien ja jalostajien kannustaminen tunnuksen käyttöön
- Tunnuksen tunnettavuuden parantaminen jakelijoiden ja kuluttajien keskuudessa

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Paikalliset tuottajat ja jalostajat
- Myyjät ja kuluttajat
- Mielenpidevaikuttajat

4. Pääasialliset viestit

- Tyypilliset ominaisuudet, luonnollisuus
- Tuotteet ovat peräisin yhteisön eri alueilta
- Laatu (turvallisuus, ravintoarvo, aistinvaraisiin ominaisuuksiin liittyvät arvot, tuotantomenetelmä, yhteys alkuperään)
- Eksoottisuus
- Tarjonnan moninaisuus myös sesongin ulkopuolella
- Jäljitettävyyden

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet jne.)
- Puhelinneuvonta
- PR-suhteet viestimiin (erikoisalojen lehdet, naistenlehdet, ruokalehdet)
- Tuote-esittelyt myyntipisteissä, messuilla, näyttelyissä jne.
- Yhteydet lääkäreihin ja ravitsemusasiantuntijoihin
- Muut välineet (lehtiset, esitteet, ruokareseptit jne.)
- Audiovisuaaliset välineet
- Mainokset erityisalojen lehdissä ja paikallislehdissä

6. Ohjelmien kesto

12—36 kuukautta.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

1 miljoonaa euroa

LUONNONMUKAISESTI TUOTETUT TUOTTEET

1. Yleiskatsaus tilanteesta

Luonnonmukaisesti tuotettuja tuotteita kulutetaan erityisesti kaupungeissa, mutta tällaisten tuotteiden markkinaosuus on kuitenkin vielä melko pieni.

Kuluttajien ja muiden luonnonmukaisen tuotantomenetelmän erityispiirteistä kiinnostuneiden tahojen tietämys lisääntyy mutta on vielä melko vähäistä.

Luonnonmukaisia elintarvikkeita ja luonnonmukaista maataloutta koskevassa eurooppalaisessa toimintasuunnitelmassa (1) tiedotus- ja menekinedistämistoimia pidetään avainasemassa luonnonmukaisten elintarvikkeiden kysynnän lisäämisen kannalta.

2. Tavoitteet

Tiedotus- ja menekinedistämiskampanjat eivät saa koskea yhtä tai vain muutamaa tuotetta, vaan joko tiettyjä tuoteryhmiä tai luonnonmukaisen maatalouden järjestelmää sellaisena kuin sitä sovelletaan yhdellä tai useammalla alueella tai yhdessä tai useammassa jäsenvaltiossa.

Kampanjoilla olisi pyrittävä:

- kannustamaan kuluttamaan luonnonmukaisia elintarvikkeita,
- lisäämään kuluttajien tietämystä pakkausmerkinnöistä, joihin kuuluu myös yhteisön luomutuotteiden tunnus,

(1) KOM(2004) 415 lopull.

- antamaan perusteellista tietoa ja lisäämään tietoisuutta siitä, miten luonnonmukainen maatalous hyödyttää erityisesti ympäristönsuojelua, eläinten hyvinvointia, maaseutu ympäristön säilyttämistä ja maaseudun kehittämistä,
- antamaan perusteellista tietoa yhteisön luomujärjestelmän sisällöstä ja toiminnasta,
- saamaan tuottajia, jalostajia ja tuottaja-/jalostaja-/vähittäismyyjäryhmiä siirtymään luomutuotantoon ja saamaan vähittäismyyjiä, vähittäismyyjäryhmiä ja ravintoloita myymään luomutuotteita.

3. Pääasialliset kohderyhmät

- Kuluttajat yleensä, kuluttajajärjestöt ja erityiset kuluttajaryhmät
- Mielipidevaikuttajat
- Jakelijat (suuret kauppaketjut, tukkukauppiat, erikoistuneet vähittäiskauppiat, pitopalvelut, ruokalat, ravintolat)
- Opettajat ja koulut

4. Pääasialliset viestit

- Luonnonmukaisesti tuotetut tuotteet ovat luonnollisia ja jokapäiväiseen nykyaikaiseen elämään mukautettuja tuotteita, joita nauttii mielellään. Luonnonmukaisesti tuotetut tuotteet on saatu ympäristöä ja eläinten hyvinvointia erityisesti kunnioittavia tuotantomenetelmiä käyttämällä. Luonnonmukainen maatalous tukee maataloustuotannon monipuolisuutta sekä maaseutu ympäristön säilyttämistä.
- Tuotteisiin sovelletaan tiukkoja tuotanto- ja valvontasääntöjä, ja niiden jäljitettävyyden takaa, että tuotteet ovat peräisin luonnonmukaisen tuotannon valvontajärjestelmään kuuluvilta tiloilta.
- Ilmaisun ”luonnonmukainen” sekä sen erikielisten vastineiden käyttö elintarvikkeiden yhteydessä on suojattu lailla.
- Yhteisön tunnus on luonnonmukaisesti tuotettujen tuotteiden symboli, joka ymmärretään kaikkialla yhteisössä ja joka osoittaa, että tuotteet noudattavat yhteisön tiukkoja tuotantovaatimuksia ja että niitä on valvottu tarkoin. Yhteisön tunnusta koskevaa tiedotusta voidaan täydentää jäsenvaltioiden tunnuksia koskevalla tiedotuksella.
- Muita asianomaisten tuotteiden laatu näkökohtia (turvallisuus, ravintoarvo, maku) voidaan korostaa.

5. Tärkeimmät välineet

- Sähköiset välineet (Internet)
- Puhelinneuvonta
- Viestimet (esim. erikokoiset lehdet, naisten- ja ruokalehdet, elintarviketeollisuuden lehdet)
- Yhteydet kuluttajajärjestöihin
- Tiedottaminen myyntipisteissä
- Toimet kouluissa
- Audiovisuaaliset välineet (esim. televisiomainokset)
- Painotuotteet (lehtiset, esitteet jne.)
- Osallistuminen messuille ja näyttelyihin
- Tiedotus- ja koulutustapahtumat, jotka käsittelevät yhteisön luonnonmukaisten elintarvikkeiden ja luonnonmukaisen maatalouden järjestelmiä

6. Ohjelmien kesto

12—36 kuukautta. Etusijalla ovat monivuotiset ohjelmat, joiden eri vaiheiden tavoitteet ja strategiat on määritelty selkeästi.

7. Alan ohjeellinen vuosibudjetti

3 miljoonaa euroa
