

RÈGLEMENT (CE) N° 1022/2006 DE LA COMMISSION**du 5 juillet 2006****modifiant le règlement (CE) n° 1071/2005 portant modalités d'application au règlement (CE) n° 2826/2000 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur**

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu le règlement (CE) n° 2826/2000 du Conseil relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur ⁽¹⁾, et notamment son article 4, son article 5, paragraphe 1, ainsi que son article 12,

considérant ce qui suit:

- (1) L'article 3 du règlement (CE) n° 2826/2000 définit les critères à utiliser pour déterminer les thèmes et les produits au profit desquels des actions d'information et/ou de promotion peuvent être mises en œuvre sur le marché intérieur. Ces thèmes et produits sont énumérés à l'annexe I du règlement (CE) n° 1071/2005 de la Commission ⁽²⁾.
- (2) D'après l'article 5 du règlement (CE) n° 2826/2000, pour chacun des secteurs ou des produits retenus, des lignes directrices doivent être établies définissant les orientations générales des campagnes à réaliser dans ces secteurs. Les lignes directrices pour les secteurs et produits retenus figurent à l'annexe II du règlement (CE) n° 1071/2005.
- (3) La récente crise de la grippe aviaire a déstabilisé le secteur de la viande de volaille en provoquant une baisse significative de la consommation résultant d'une crise de confiance des consommateurs. Il paraît dès lors opportun de prévoir la possibilité de mener des actions d'information et/ou de promotion dans ce secteur en vue de

restaurer la confiance du consommateur de manière durable, notamment par une information adéquate.

- (4) Il y a donc lieu d'inclure dans la liste des produits à promouvoir la viande de volaille et d'établir les lignes directrices définissant les orientations générales des campagnes à réaliser dans ce secteur.
- (5) Il y a lieu de modifier le règlement (CE) n° 1071/2005 en conséquence.
- (6) Les mesures prévues au présent règlement sont conformes à l'avis du comité de gestion conjoint «Promotion des produits agricoles»,

A ARRÊTÉ LE PRÉSENT RÈGLEMENT:

Article premier

Le règlement (CE) n° 1071/2005 est modifié comme suit:

- 1) À l'annexe I, le tiret suivant est ajouté:
«— viande de volaille».
- 2) À l'annexe II, le texte établi en annexe du présent règlement est ajouté.

*Article 2*Le présent règlement entre en vigueur le septième jour suivant celui de sa publication au *Journal officiel de l'Union européenne*.

Le présent règlement est obligatoire dans tous ses éléments et directement applicable dans tout État membre.

Fait à Bruxelles, le 5 juillet 2006.

Par la Commission

Mariann FISCHER BOEL

Membre de la Commission

⁽¹⁾ JO L 328 du 23.12.2000, p. 2. Règlement modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 2060/2004 (JO L 357 du 2.12.2004, p. 3).

⁽²⁾ JO L 179 du 11.7.2005, p. 1.

ANNEXE

A l'annexe II du règlement (CE) n° 1071/2005, les lignes directrices ci-après, relatives à la viande de volaille, sont insérées:

«VIANDE DE VOLAILLE

1. Analyse globale de la situation

La crise de confiance des consommateurs vis-à-vis de la viande de volaille liée à la médiatisation de la grippe aviaire s'est traduite par une baisse substantielle de la consommation. Il convient dès lors de renforcer la confiance des consommateurs dans la viande de volaille d'origine communautaire.

Pour y parvenir, il faut fournir des informations objectives sur les systèmes de production communautaires (normes de commercialisation) et les contrôles qui sont requis en plus de la législation générale relative aux contrôles et à la sécurité alimentaires.

2. Objectifs

- Les campagnes d'information et de promotion sont limitées aux produits élaborés dans l'UE.
- Leur objectif consiste:
 - à garantir des informations objectives et complètes sur la réglementation des systèmes de production communautaires et nationaux pour la sécurité des produits à base de viande de volaille; en particulier, une information complète et précise sur les normes de commercialisation doit être apportée au consommateur,
 - à informer le consommateur sur la diversité et les qualités organoleptiques et nutritionnelles de la viande de volaille,
 - à attirer l'attention du consommateur sur la traçabilité.

3. Groupes cibles

- Consommateurs et associations de consommateurs.
- Personne responsable des achats dans les ménages.
- Institutions (restaurants, hôpitaux, écoles, etc.).
- Distributeurs et associations de distributeurs.
- Journalistes et faiseurs d'opinion.

4. Principaux messages

- La viande de volaille commercialisée sur le territoire de l'UE fait l'objet d'une réglementation communautaire couvrant l'ensemble de la chaîne de production, l'abattage et la consommation.
- Des mesures de sécurité, y compris des contrôles, sont en place.
- Conseils généraux d'hygiène relatifs à la manipulation de produits alimentaires d'origine animale.

5. Principaux instruments

- L'internet.
- Actions de relations publiques avec les médias et publicité (presse scientifique et spécialisée, presse féminine, journaux, revues culinaires).
- Contacts avec les associations de consommateurs.
- Moyens de communication audiovisuels.
- Documentation écrite (dépliants, brochures, etc.).
- Information dans les points de vente.

6. Durée et ampleur des programmes

Les programmes doivent avoir au moins une couverture nationale ou concerner plusieurs États membres.

De douze à vingt-quatre mois, avec une préférence pour les programmes pluriannuels fixant des objectifs justifiés pour chaque étape.»
