

I

(Kötelezően közzéteendő jogi aktusok)

A BIZOTTSÁG 1071/2005/EK RENDELETE

(2005. július 1.)

a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2826/2000/EK tanácsi rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról

AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BIZOTTSÁGA,

és tájékoztató kampányok által érintett termékekkel kapcsolatosan.

tekintettel az Európai Közösséget létrehozó szerződésre,

tekintettel a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló, 2000. december 19-i 2826/2000/EK tanácsi rendeletre ⁽¹⁾ és különösen annak 4. cikkére, 5. cikke (1) bekezdésére, valamint 6. és 12. cikkére,

mivel:

- (1) Figyelembe véve az elmúlt években szerzett tapasztalatokat, módosítani kell a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedésekről szóló 2826/2000/EK tanácsi rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról szóló, 2002. január 18-i 94/2002/EK bizottsági rendeletet ⁽²⁾. Az átláthatóság és az ésszerűség céljából az említett rendeletet hatályon kívül kell helyezni és a helyébe új rendelet lép.
- (2) A megfelelő igazgatás céljából rendelkezni kell a mezőgazdasági termékek belső piacon történő megismertetésével és promóciójával kapcsolatos intézkedések hatálya alá tartozó témakörök és termékek jegyzékének elkészítéséről és időszakos naprakésszé tételéről, a rendelet alkalmazásáért felelős nemzeti hatóságok kijelöléséről, valamint a programok időtartamáról.
- (3) A valós tájékoztatás és a fogyasztóvédelem céljából gondoskodni kell a táplálkozással kapcsolatos, mezőgazdasági termékekre vonatkozó, a fogyasztóknak és egyéb célcsoportoknak szánt, a programok keretében megfogalmazott üzenetek elismert tudományos alajáról és arról, hogy az információforrás elismert legyen.
- (4) A piaci verseny bármilyen torzulásának megelőzésére általános iránymutatásokat kell kidolgozni a promóció

- (5) A jogbiztonság céljából hangsúlyozni kell, hogy a javasolt programoknak tiszteletben kell tartaniuk a közösségi jogszabályok érintett termékekre és azok forgalomba hozatalára vonatkozó részeit, valamint az említett iránymutatásokat.
- (6) A programok benyújtására és a végrehajtó szervek kiválasztására szolgáló eljárást úgy kell meghatározni, hogy biztosított legyen a lehető legszélesebb körű piaci verseny és a szolgáltatások szabad mozgása, figyelembe véve — különösen abban az esetben, amikor a javaslattevő szervezet nyilvános szerv — a szolgáltatásnyújtásra irányuló közbeszerzési szerződések odaítélési eljárásainak összehangolásáról szóló, 1992. június 18-i 92/50/EGK tanácsi irányelv ⁽³⁾ rendelkezéseit.
- (7) A programok tagállamok általi kiválasztásának és a kiválasztott programok Bizottság által történő vizsgálatának szempontjait úgy kell meghatározni, hogy biztosított legyen a közösségi szabályok betartása és a végrehajtandó intézkedések hatékonysága. A programok vizsgálata után a Bizottságnak határoznia kell az elfogadott programokról és az azokhoz kapcsolódó költségvetésről.
- (8) Az egynél több tagállam részvételével megvalósuló programok esetében olyan intézkedések meghozataláról kell rendelkezni, melyek biztosítják az érintett tagállamok együttműködését a programok benyújtásában és vizsgálatában.
- (9) A hatékony és eredményes pénzgazdálkodás céljából a programokban meg kell állapítani a tagállamok és a javaslattevő szervezetek pénzügyi hozzájárulásának feltételeit.

⁽¹⁾ HL L 328., 2000.12.23., 2. o. A 2060/2004/EK rendelettel (HL L 357., 2004.12.2., 3. o.) módosított rendelet.

⁽²⁾ HL L 17., 2002.1.19., 20. o. A legutóbb a 422/2005/EK rendelettel (HL L 68., 2005.3.15., 5. o.) módosított rendelet.

⁽³⁾ HL L 209, 1992.7.24., 1. o. A 2004/18/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvvel (HL L 134., 2004.4.30., 114. o.), 2006. január 31-i hatállyal törölt irányelv.

- (10) A kötelezettségvállalások végrehajtását biztosító különféle intézkedéseket az érintett felek és a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóságok között ésszerű határidőn belül megkötendő szerződésekben kell meghatározni, felhasználva a Bizottság által rendelkezésre bocsátott szerződésmintákat.
- (11) A kettős finanszírozás kockázatának elkerülése érdekében ki kell zárni az Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garanciaalpból (EMOGA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról, valamint egyes rendeletek módosításáról, illetve hatályon kívül helyezéséről szóló, 1999. május 17-i 1257/1999/EK tanácsi rendelet⁽¹⁾ értelmében támogatott, tájékoztatással és promócióval kapcsolatos tevékenységeket a 2826/2000 rendelet értelmében.
- (12) Az ilyen szerződések megfelelő teljesítése céljából a szerződő félnek a Közösség és az érintett tagállam vagy tagállamok pénzügyi hozzájárulásának 15 %-ával egyenértékű biztosítékot kell letétbe helyeznie a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóság javára. Ugyanezen célból biztosítékot kell letétbe helyezni, amennyiben az egyes éves szakaszokra előleget igényeltek.
- (13) Meg kell határozni, hogy a tagállamoknak milyen ellenőrzéseket kell végrehajtaniuk.
- (14) Pontosítani kell, hogy a szerződésekben meghatározott intézkedések végrehajtása elsődleges követelmény a mezőgazdasági termékeket érintő biztosítéki rendszer alkalmazására vonatkozó közös részletes szabályok megállapításáról szóló, 1985. július 22-i 2220/1985/EGK bizottsági rendelet⁽²⁾ 20. cikke értelmében.
- (15) Tekintettel a költségvetési gazdálkodásra vonatkozó követelményekre, pénzügyi szankciót kell előírni arra az esetre, ha a tagállamok nem vagy késedelmesen nyújtanak be közbenső kifizetés iránti kérelmet, illetve ha késedelmesen tesznek eleget fizetési kötelezettségeiknek.
- (16) A hatékony és eredményes pénzgazdálkodás érdekében, valamint annak a veszélynek az elkerülése végett, hogy a teljesítendő kifizetések esetleg kimerítik a Közösség pénzügyi hozzájárulásának egészét, és nem áll rendelkezésre maradványösszeg a további kifizetésekre, el kell rendelni, hogy az előlegek és közbenső kifizetések nem haladhatják meg a közösségi és a tagállami pénzügyi hozzájárulás 80 %-át. Ugyanezen okból, a maradványösszeg kifizetése iránti kérelmeknek az előírt határidőn belül kell beérkezniük a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóságokhoz.
- (17) A tagállamoknak meg kell vizsgálniuk a programok keretében készült minden tájékoztató és promóciós anyagot. Meg kell határozni az anyagok programlejtártát követő felhasználásának feltételeit.
- (18) A megszerzett tapasztalatok fényében és a programok megfelelő megvalósításának felügyelete érdekében meg kell határozni a 2826/2000/EK rendelettel e célra létrehozott ellenőrző csoport munkafeltételeit.
- (19) A tagállamoknak ellenőrizniük kell az e rendeletben meghatározott intézkedések végrehajtását, és a Bizottságot tájékoztatni kell a vizsgálati és ellenőrző intézkedések eredményeiről. A hatékony és eredményes pénzgazdálkodás érdekében rendelkezni kell a tagállamok együttműködéséről abban az esetben, ha az intézkedéseket nem abban a tagállamban hajtják végre, amelyben a szerződést aláíró hatáskörrel rendelkező szervezet székhelye van.
- (20) A Közösség pénzügyi érdekeinek hatékony védelme érdekében megfelelő intézkedéseket kell hozni a csalás és a súlyos gondatlanság elleni küzdelem érdekében. E célból visszatérítést és szankciókat kell bevezetni.
- (21) Világosan elő kell írni, hogy a többéves programok esetében minden éves szakasz lezárása után belső értékelő jelentést kell benyújtani, még akkor is, ha nem nyújtanak be kifizetésre irányuló kérelmet.
- (22) A jogosulatlan kifizetés kedvezményezettje által fizetendő kamatlábat össze kell hangolni az Európai Közösségek általános költségvetésére alkalmazandó költségvetési rendeletről szóló 1605/2002/EK, Euratom tanácsi rendelet végrehajtására vonatkozó részletes szabályok megállapításáról szóló, 2002. december 23-i 2342/2002/EK, Euratom bizottsági rendelet 86. cikkében megállapított, az esedékesség napján meg nem fizetett követelésekre vonatkozó kamatlábalal.⁽³⁾
- (23) A 94/2002/EK rendelet és e rendelet közötti átmenet megkönnyítése érdekében azon tájékoztató és promóciós programok esetében, amelyeknek finanszírozásáról a Bizottság e rendelet hatálybalépése előtt határozott, átmeneti intézkedéseket kell tenni.
- (24) Az e rendeletben előírt intézkedések összhangban vannak a mezőgazdasági termékek promóciójával foglalkozó közös irányítóbizottság véleményével,

(1) HL L 160., 1999.6.26., 80. o. A legutóbb a 2223/2004/EK rendelettel (HL L 379., 2004.12.24., 1. o.) módosított rendelet.

(2) HL L 205., 1985.8.3., 5. o. A legutóbb a 673/2004/EK rendelettel (HL L 105., 2004.4.14., 17. o.) módosított rendelet.

(3) HL L 357., 2002.12.31., 1. o.

ELFOGADTA EZT A RENDELETET:

1. FEJEZET

ÁLTALÁNOS RENDELKEZÉSEK

1. cikk

Tárgy és meghatározás

E rendelet megállapítja a 2826/2000/EK rendelet alkalmazására vonatkozó részletes szabályokat, különösen az említett rendelet 6. cikkének (1) bekezdésében említett programok kidolgozása, kiválasztása, végrehajtása, finanszírozása és ellenőrzése vonatkozásában, valamint az említett rendelet 7. cikkének (1) bekezdésében említett, a tagállamok és a Közösség által társfinanszírozott programokra vonatkozó szabályokat.

„Program”: olyan intézkedések összefüggő csoportja, amelyek hatóköre elégséges ahhoz, hogy hozzájáruljanak az érintett termékről szóló tájékoztatás javításához, illetve a termék értéksítésének ösztönzéséhez.

2. cikk

A hatáskörrel rendelkező hatóságok kijelölése

A tagállamok kijelölik az e rendelet alkalmazásával megbízott, hatáskörrel rendelkező hatóságokat (a továbbiakban: hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóságok).

Közzik a Bizottsággal a kijelölt hatóságok nevét és minden adatát, valamint az ezzel kapcsolatos módosításokat.

A Bizottság a megfelelő formában a nyilvánosság rendelkezésére bocsátja ezeket az információkat.

3. cikk

A programok időtartama

A programokat a vonatkozó, a 11. cikk (1) bekezdésében említett szerződés hatálybalépésének napjától számított legalább egy éves, de nem több mint három éves időszak alatt kell végrehajtani.

4. cikk

A tájékoztatásra és a promócióra vonatkozó, a programok keretében terjesztett üzenetek jellemzői

(1) A 2826/2000/EK rendelet 3. cikkében meghatározott szempontokkal összhangban, a fogyasztókhöz és más célcso-

portokhoz a programok keretében eljuttatott tájékoztató vagy promóciós üzenet (a továbbiakban: az üzenet) az érintett termék belső tulajdonságaira vagy jellemzőire épül.

(2) A termékek származására vonatkozó bármely utalás csak másodlagos jelentőségű a kampány központi üzenetéhez képest. Azonban a közösségi szabályok keretében történő megjelölés esetében, vagy ha egy tipikus termék szükséges a tájékoztató vagy promóciós kampány szemléltetéséhez, fel lehet tüntetni a termék eredetét.

(3) A terjeszteni kívánt üzenetekben az érintett termékek fogyasztásának egészségre gyakorolt hatásával kapcsolatos utalások általánosan elismert tudományos adatokon alapulnak.

A közegészségügyben illetékes nemzeti hatóságnak el kell fogadnia az ilyen hatásokra utaló üzeneteket.

A 2826/2000/EK rendelet 6. cikkének (1) bekezdésében említett javaslattevő szakmai vagy szakmaközi szervezet az érintett tagállam és a Bizottság rendelkezésére bocsátja a felhatalmazott tudományos intézményeknek az egészségre gyakorolt hatásokról szóló üzenetek alapjául szolgáló tudományos vizsgálatoknak és véleményeknek listáját.

5. cikk

A témakörök és termékek jegyzéke

A 2826/2000/EK rendelet 3. cikkében említett témakörök és termékek jegyzéke e rendelet I. mellékletében található.

A jegyzéket két évente, legkésőbb március 31-ig frissítik.

6. cikk

A tagállamok és a Közösség által társfinanszírozott programok

A 2826/2000/EK rendelet 7. cikkének alkalmazása esetén az e rendelet 8. cikkének (1), (2) és (3) bekezdésében, valamint az e rendelet 10-19. cikkében megállapított eljárásokat kell alkalmazni.

Az ilyen programokra vonatkozó szerződéseket az érintett tagállamoknak és kiválasztott végrehajtó szerveknek kell megkötniük.

2. FEJEZET

A 2826/2000/EK RENDELET 6. CIKKÉBEN EMLÍTETT PROGRAMOK KIVÁLASZTÁSA

7. cikk

A programok benyújtása és az előzetes kiválasztás a tagállamokban

(1) A programok részét képező tevékenységek megvalósításához az érdekelt tagállam minden évben ajánlatkérést tesz közzé.

A Közösség szakmai és szakmaközi, az érintett ágazatokat képviselő szervezetei (a továbbiakban: javaslattevő szervezetek) legkésőbb november 30-ig benyújtják programjaikat a tagállamnak.

A programokat a Bizottság által meghatározott, és a Bizottság weboldalán hozzáférhető formában kell benyújtani. A formát az első albekezdésben említett ajánlatkéréshez csatolják.

(2) Az (1) bekezdésnek megfelelően benyújtott programok tiszteletben tartják:

- a) az érintett termékekre és azok forgalomba hozatalára vonatkozó közösségi szabályokat;
- b) a 2826/2000/EK rendelet 5. cikkében említett, a belső piacon történő promócióval kapcsolatos és e rendelet II. mellékletében szereplő iránymutatásokat;
- c) azon dokumentációkat, amelyek meghatározzák az érintett tagállamok által e célból alkalmazott kizárási, kiválasztási és odaítélési szempontokat.

A programokat úgy kell kidolgozni, hogy az alkalmazandó szabályoknak való megfelelésük és költség/hatékonyság arányuk értékelhető legyen.

A tagállamok elkészítik az első albekezdés c) pontjában említett dokumentációban meghatározott szempontok alapján kiválasztott programok ideiglenes jegyzékét.

(3) E programok végrehajtásához a javaslattevő szervezetek az érintett tagállamok által jóváhagyott, megfelelő módon történő versenyztetés után kiválasztanak egy vagy több végrehajtó szervet. Amennyiben a kiválasztás a program benyújtása előtt történt, a végrehajtó szerv részt vehet annak kidolgozásában.

(4) Az egynél több tagállamot érintő programok esetében az érintett tagállamok együttműködnek a programok kiválasztásában, és koordinátortagállamot neveznek meg. Vállalják, hogy e rendelet 10. cikke (2) bekezdésének megfelelően hozzájár-

ulnak a programok finanszírozásához, és hogy a programok nyomon követésének, végrehajtásának és ellenőrzésének megkönnyítése érdekében adminisztratív együttműködést valósítanak meg egymás között.

8. cikk

A programok Bizottság által történő kiválasztása

(1) Minden év legkésőbb február 15-ig a tagállamok megküldik a Bizottságnak a programok 7. cikk (2) bekezdésében említett jegyzékét és szükség esetén az általuk kiválasztott — amennyiben a 7. cikk (3) bekezdésének megfelelően megtörtént a kiválasztás — végrehajtó szervek jegyzékét, valamint minden program egy másolati példányát.

A több mint egy tagállam érdeklődésére számot tartó programok esetében az ilyen értesítés az érintett tagállamok közös megegyezésével történik.

(2) Amennyiben a Bizottság megállapítja, hogy egy program részben vagy egészben nem felel meg a közösségi szabályoknak vagy a belső piacon történő promócióval kapcsolatos iránymutatásoknak, vagyis részben vagy egészben nem támogatható, akkor erről a 7. cikk (2) bekezdésében említett jegyzék kézhezvételétől számított 60 naptári napon belül tájékoztatja az érintett tagállamokat.

(3) A 2826/2000/EK rendelet 6. cikke (3) bekezdése harmadik albekezdésének megfelelően a tagállamok az e cikk (2) bekezdésében említett tájékoztatást követő harminc naptári napon belül továbbítják a Bizottságnak a felülvizsgált programokat.

A felülvizsgált programok vizsgálata után a Bizottság legkésőbb június 30-ig határoz arról, hogy mely programokat tudja társfinanszírozni az e rendelet II. mellékletében szereplő előirányzott költségvetésekből, a 2826/2000/EK rendelet 13. cikkének (2) bekezdésében említett eljárásnak megfelelően.

(4) A javaslattevő szervezet felelős a kiválasztott programok megfelelő végrehajtásáért.

9. cikk

A végrehajtó szervek jóváhagyása

(1) A 7. cikk (3) bekezdésének megfelelő eljárás szerint kiválasztott végrehajtó szervet a 11. cikk (1) bekezdésében megállapított szerződés aláírása előtt a tagállam jóváhagyja, és tájékoztatja erről a Bizottságot.

A tagállam megvizsgálja, hogy a kiválasztott végrehajtó szerv rendelkezik-e a 2826/2000/EK rendelet 10. cikke (1) bekezdésének megfelelően a programok különösen hatékony végrehajtásához szükséges pénzügyi és technikai eszközökkel. Tájékoztatja a Bizottságot az e célból folytatott eljárásról.

(2) A javaslattevő szervezet a program egyes részeinek végrehajtását a 2826/2000/EK rendelet 6. cikke (5) bekezdésének értelmében a következő feltételekkel teheti meg:

- a) a végrehajtásra vonatkozó javaslat megfelel a 2826/2000/EK rendelet 10. cikke (1) bekezdése rendelkezéseinek;
- b) a javaslattevő szervezet legalább ötéves tapasztalattal rendelkezik az ugyanilyen típusú programok végrehajtásában;
- c) a program javaslattevő szervezet által megvalósított része nem jelent többet a teljes költség 50 %-ánál, kivéve a megfelelően indokolt kivételes esetekben és a Bizottság írásos engedélyét követően;
- d) a javaslattevő szervezet gondoskodik róla, hogy a megvalósítani szándékozott tevékenységek költsége nem haladja meg a piacon érvényes díjazást.

A tagállam ellenőrzi e feltételek tiszteletben tartását.

(3) Abban az esetben, amikor a javaslattevő szervezet a 92/50/EGK irányelv 1. cikkének b) pontja második albekezdése értelmében nyilvános szerv, a tagállamok megteszik a szükséges intézkedéseket annak érdekében, hogy az ajánlatkérők érvényesítsék az említett irányelv rendelkezéseit.

3. FEJEZET

A PROGRAMOK FINANSZÍROZÁSÁNAK FELTÉTELEI

10. cikk

Pénzügyi hozzájárulások

(1) A Közösség pénzügyi hozzájárulásának kifizetése az érintett tagállamoknak történik.

(2) Ha egynél több tagállam járul hozzá a program finanszírozásához, akkor az általuk fizetendő rész kiegészíti a területükön székhellyel rendelkező javaslattevő szervezet pénzügyi hozzájárulását. Ebben az esetben, a 2826/2000/EK rendelet 9. cikkének sérelme nélkül, a közösségi finanszírozás nem haladja meg a program teljes költségének 50 %-át.

(3) A 2826/2000/EK rendelet 9. cikkében meghatározott pénzügyi hozzájárulásokat be kell nyújtani a Bizottságnak bemutatott programban.

(4) Az 1257/1999/EK tanácsi rendelet értelmében támogatásban részesülő tájékoztató és promóciós tevékenységek e rendelet értelmében nem kaphatnak közösségi pénzügyi hozzájárulást.

11. cikk

Szerződéskötés és biztosíték benyújtása

(1) Amint a Bizottság elfogadta az e rendelet 8. cikke (3) bekezdésében említett határozatot, a tagállam tájékoztatja a javaslattevő szervezeteket arról, hogy kérelmüket elfogadták-e vagy sem.

A tagállamok a kiválasztott javaslattevő szervezetekkel a Bizottság határozatáról szóló, a 8. cikk (3) bekezdésében említett értesítést követő kilencven naptári napon belül szerződést kötnek. E határidőn túl a Bizottság előzetes engedélye nélkül semmilyen szerződés sem köthető.

(2) A tagállamok a Bizottság által biztosított szerződésmintákat használják.

A tagállamok szükség esetén módosíthatják a szerződésminták egyes feltételeit a nemzeti szabályoknak való megfelelés érdekében, de csak akkor, ha ez nem érinti a közösségi jogszabályokat.

(3) A két fél között csak akkor köthető meg a szerződés, ha a javaslattevő szervezet a tagállam javára, a 2220/85/EGK rendelet III. címében megállapított feltételekkel, letétbe helyezi a Közösség és az érintett tagállamok finanszírozása maximális éves összege 15 %-ának megfelelő biztosítékot, amely a szerződés megfelelő teljesítését szolgálja.

Amennyiben azonban a szerződést kötő szervezet egy közjogi szerv, vagy ilyen szerv felügyelete alatt fejt ki tevékenységét, akkor a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóság a felügyeleti szervtől írásbeli kezességvállalást fogadhat el az első albekezdésben meghatározott százalékos mértékkel megegyező összegre, feltéve, hogy a felügyeleti szerv vállalja a következők biztosítását:

- a) a vállalt kötelezettségek megfelelő teljesítésének ellenőrzése;
- b) a kapott összegek megfelelő felhasználása a vállalt kötelezettségek teljesítése érdekében.

A teljesítési biztosíték letétbe helyezését igazoló bizonyítékot az (1) bekezdésben meghatározott határidőn belül kell a tagállamhoz eljuttatni.

(4) Az elsődleges követelmény a 2220/85/EGK rendelet 20. cikke szerint a szerződésben foglalt intézkedések megvalósítása.

13. cikk

(5) A tagállam a szerződés másodpéldányát és a teljesítési biztosíték letétbe helyezését igazoló bizonyítékot azonnal megküldi a Bizottság részére.

Ezenkívül a tagállam megküldi a kiválasztott javaslattevő szervezet és a végrehajtó szerv által kötött szerződés egy másodpéldányát is. Ez utóbbi szerződésnek tartalmaznia kell azt a rendelkezést, hogy a végrehajtó szerv aláveti magát a 20. cikkben előírt ellenőrzéseknek.

12. cikk

Előlegrendszer

(1) A 11. cikk (1) bekezdésében említett szerződés aláírásától számított harminc naptári napon belül, és — többéves programok esetén — minden tizenkét hónapos szakasz elejét követő harminc napon belül a szerződést kötő szervezet előlegfizetési kérelmet nyújthat be az érintett tagállamhoz az e cikk (3) bekezdésében előírt biztosítékkal együtt. E határidőn túl semmilyen előlegfizetési kérelem nem adható be.

Az előleg összege nem haladhatja meg a Közösség és az érintett tagállamok által nyújtott — a 2826/2000/EK rendelet 9. cikke (2), illetve (3) bekezdésében említett — éves pénzügyi hozzájárulás 30 %-át.

(2) A tagállam az előlegfizetési kérelem benyújtásának napjától számított 30 naptári napon belül kifizeti az előleget. Késedelmes kifizetés esetén a 296/96/EK bizottsági rendelet (1) 4. cikke alkalmazandó.

(3) Az előleg azzal a feltétellel folyósítható, hogy a szerződő fél a 2220/85/EGK rendelet III. címében megállapított feltételekkel a tagállam javára az előleg 110 %-ával egyenlő biztosítékot helyez letétbe. A tagállam haladéktalanul továbbítja a Bizottságnak az előlegfizetési kérelem és az azzal összefüggő biztosíték letétbe helyezését bizonyító irat másolatát.

Amennyiben azonban a szerződő fél egy közjogi szerv, vagy ilyen szerv felügyelete alatt fejt ki tevékenységét, akkor a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóság a felügyeleti szervtől írásbeli kezességvállalást fogadhat el az első albekezdésben meghatározott százalékos mértékkel megegyező összegre, feltéve hogy a felügyeleti szerv vállalja az általa biztosított összeg megfizetését, ha megállapítást nyer a már kifizetett előlegre való jogosultság megalapozatlansága.

(1) HL L 39., 1996.2.17., 5. o. A legutóbb a 605/2005/EK rendelettel (HL L 100., 2005.4.20., 11. o.) módosított rendelet.

Közbenső kifizetések

(1) A közösségi hozzájárulásra és a tagállamok hozzájárulására vonatkozó, közbenső kifizetésre irányuló kérelmeket a javaslattevő szervezetek a 11. cikk (1) bekezdésében említett szerződés aláírásának időpontjától számított három hónapos időszakok lejártát követő naptári hónap vége előtt nyújtják be a tagállamoknak.

Az ilyen kérelmek az adott negyedévben felmerült kifizetéseket fedezik, és a kérelmekhez összefoglaló pénzügyi kimutatást, a kapcsolódó számlák másolatát és alátámasztó okmányokat és a szerződés végrehajtásáról szóló, az adott negyedéves időszakokra vonatkozó közbenső jelentést (a továbbiakban: negyedéves jelentés) kell csatolni. Amennyiben az adott negyedéves időszak alatt nem történt kifizetés vagy intézkedés, a dokumentumokat az első albekezdésben megállapított határidőn belül kell átadni a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóságnak.

A *vis maior* eseteket kivéve, ha a közbenső kifizetésre vonatkozó kérelmet és a kapcsolódó, a második albekezdésben említett okmányokat késedelmesen nyújtják be, akkor a kifizetendő összeget 3 %-kal kell csökkenteni a késedelem minden teljes hónapjára számítva.

(2) A közbenső kifizetéseket csak az (1) bekezdés második albekezdésében említett okmányok tagállam által történő vizsgálata után fizetik ki.

(3) A 12. cikkben említett közbenső kifizetések és előlegfizetések együttes összege nem haladhatja meg a Közösség és az érintett tagállam(ok) — a 2826/2000/EK rendelet 9. cikke (2), illetve (3) bekezdésében említett — teljes éves pénzügyi hozzájárulásának 80 %-át. E szint elérését követően nem nyújtható be további kérelem közbenső kifizetésekre.

14. cikk

A maradványösszeg kifizetése

(1) A maradványösszeg kifizetésére vonatkozó kérelmeket a 11. cikk (1) bekezdésében említett szerződésben foglalt éves intézkedések végrehajtásától számított négy hónapon belül nyújthatja be a tagállamnak a javaslattevő szervezet.

A kérelmeket akkor lehet elfogadhatónak tekinteni, ha a kérelmet a következőkből álló jelentés (a továbbiakban: éves jelentés) kíséri:

- a) az eredményekről szóló összefoglaló kimutatás és a jelentés időpontjában megállapítható elért eredmények értékelése,
- b) az összes tervezett és a ténylegesen felmerült kiadást bemutató összefoglaló pénzügyi kimutatás,

Az éves jelentéshez csatolni kell a kifizetésekkel összefüggő számlák másolatát és az alátámasztó okmányokat.

A *vis maior* eseteket kivéve, ha a maradványösszeg kifizetésére vonatkozó kérelmet késedelmesen nyújtják be, akkor a kifizetendő összeget 3%-kal kell csökkenteni a késelem minden teljes hónapjára számítva.

(2) A maradványösszeg kifizetése csak az (1) bekezdés harmadik albekezdésében említett számlák és dokumentumok tagállam által történő vizsgálata után történik meg.

Amennyiben a 11. cikk (4) bekezdésében említett elsődleges követelmény nem teljesül maradéktalanul, akkor a kifizetendő maradványösszeget arányosan csökkenteni kell.

15. cikk

A tagállam által történő kifizetések

A tagállamok a 13. és 14. cikkben említett kifizetéseket a kifizetési kérelem kézhezvételének napjától számított 60 naptári napon belül teljesítik.

Ez az időszak azonban a kifizetési kérelem kézhezvétele iktatásának napjától számított 60 nap során bármikor megszakítható, az érintett szerződő fél értesítésével arról, hogy kérelme nem fogadható el, vagy azért, mert az összeg nem esedékes, vagy mert elmulasztotta benyújtani az összes további kérelem esetében előírt alátámasztó okmányokat, vagy mert a tagállam szükségesnek látja további adatok bekérését, illetve további ellenőrzések végrehajtását. A kifizetési időszak a megkívánt — és az értesítéstől számított harminc naptári napon belül beküldendő — adatok kézhezvételének vagy a tagállam által történt ellenőrzések napjától számítva újból folytatódik.

A *vis maior* eseteket kivéve, ha a fenti kifizetések teljesítésére késedelmesen került sor, a tagállam részére a Bizottság által kifizetett havi előleg összegét a 296/96/EK rendelet 4. cikkének megfelelően csökkenteni kell.

16. cikk

Biztosítékok

(1) A 12. cikk (3) bekezdésében említett biztosíték azzal a feltétellel szabadítható fel, hogy a kifizetett előlegre való végérvényes jogosultságot az érintett tagállam megállapítja.

(2) A 11. cikk (3) bekezdésében előírt teljesítési biztosítékok a maradványösszeg kifizetéséig érvényben maradnak, és a hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóság által kiadott teljesítésigazolásra szabadíthatók fel.

A biztosíték felszabadítására a 15. cikkben a maradványösszeg kifizetése kapcsán megállapított határidővel és feltételekkel kerül sor.

(3) Minden visszatartott biztosíték és kiszabott szankció összegét a Közösség által finanszírozott és az Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garanciaalap (EMOGA) Garanciarészlegének bejelentett kiadások összegéből kell levonni.

17. cikk

A Bizottságnak továbbítandó dokumentumok

(1) Az éves jelentést minden éves szakasz lezárása után be kell nyújtani, még akkor is, ha nem nyújtottak be kérelmet a maradványösszeg kifizetésére.

(2) A 14. cikk (2) bekezdésében említett maradványösszeg kifizetésétől számított harminc naptári napon belül a tagállam megküldi a Bizottságnak a 14. cikk (1) bekezdése második albekezdése a) és b) pontjában említett összefoglaló kimutatást.

(3) A tagállam évente kétszer megküldi a Bizottságnak a 13. cikknek megfelelő közbenső kifizetésekhez szükséges negyedéves jelentéseket.

Az első és a második negyedéves jelentést hatvan naptári nappal azután kell elküldeni, hogy a tagállam megkapta a második negyedéves jelentést, a harmadik és a negyedik negyedéves jelentés pedig az e cikk (2) bekezdésében említett összefoglaló kimutatást kíséri.

Az elmúlt évre vonatkozó éves jelentés tartalmazhatja a negyedik negyedévre vonatkozó negyedéves jelentést.

(4) A maradványösszeg kifizetését követő harminc naptári napon belül a tagállam megküldi a Bizottságnak a szerződés értelmében felmerült kiadásokat részletező pénzügyi kimutatást, a Bizottság által megállapított és a tagállamoknak továbbított formátumban. A kimutatást a tagállam indokolással ellátott véleménye kíséri az elmúlt szakaszban végrehajtani kívánt feladatokról.

A kimutatás többek között igazolja, hogy a 13. cikk (2) bekezdésének és a 14. cikk (2) bekezdésének megfelelően elvégzett ellenőrzések alapján a kiadások összes tétele a szerződésben rögzített feltételek szerint támogathatónak minősül.

4. FEJEZET

NYOMON KÖVETÉS ÉS ELLENŐRZÉS

18. cikk

Az anyagok felhasználása

(1) A tagállamok ellenőrzik az e rendelet értelmében finanszírozott programok keretében megvalósított vagy felhasznált tájékoztató és promóciós anyagok megfelelését a közösségi szabályoknak.

Átadják a Bizottságnak a jóváhagyott anyagokat.

(2) Az (1) bekezdésben említett programok keretében megvalósított és finanszírozott anyagok — beleértve a grafikai, vizuális és audiovizuális megoldásokat és a weboldalakat is — később is felhasználhatók a Bizottság, az érintett javaslattevő szervezetek és a programok finanszírozásában részt vevő tagállamok előzetes, írásos engedélyével, figyelembe véve a szerződő feleknek a szerződést szabályozó nemzeti jogból következő jogait.

19. cikk

A programok nyomon követése

(1) A 2826/2000/EK rendelet 10. cikkének (2) bekezdésében említett ellenőrző csoport rendszeresen ülésezik az e rendelet értelmében finanszírozásban részesülő különböző programok előrehaladásának ellenőrzése céljából.

Ennek érdekében az ellenőrző csoportot minden program esetében tájékoztatják a tervezett programok menetéről, a negyedéves és éves jelentésekről, valamint az e rendelet 13.,

14. és 20. cikke alkalmazásában végrehajtott ellenőrzések eredményeiről.

A csoport elnöke az érintett tagállam képviselője. Amennyiben a program több tagországban működő szervezettől származik, az elnök az érintett tagállamok által kijelölt képviselő.

(2) A Bizottság tisztviselői és alkalmazottai részt vehetnek az e rendelet értelmében finanszírozásban részesülő program keretében szervezett tevékenységekben.

20. cikk

A tagállamok által végzett ellenőrzések

(1) Az érintett tagállam megállapítja az e rendelet értelmében finanszírozásban részesülő programokra és tevékenységekre vonatkozó legcélszerűbb ellenőrzési módot, és erről tájékoztatja a Bizottságot.

Az ellenőrzést évente elvégzik, az elmúlt év során befejezett programok legalább 20 %-ában — és legalább két programon —, és az ellenőrzés az év során befejezett programok összköltségvetésének legalább 20 %-ára kiterjed. A programok kiválasztásakor a mintavétel kockázatelemzés alapján történik.

A tagállam minden ellenőrzött program kapcsán jelentést tesz a Bizottságnak, amelyben leírja az elvégzett ellenőrzések eredményeit és az észlelt rendellenességeket. A jelentést az elkészülte után haladéktalanul továbbítják.

(2) Különösen a szerződő fél és a végrehajtó szerv telepelyein folytatott technikai és számviteli ellenőrzések által a tagállamok megteszik a szükséges intézkedéseket, hogy igazolják a következőket:

a) a szolgáltatott adatok és az azokat alátámasztó okmányok pontosak;

b) a 11. cikk (1) bekezdésében említett szerződésben megállapított kötelezettségeknek eleget tettek.

Az 595/91/EGK tanácsi rendelet⁽¹⁾ rendelkezéseinek sérelme nélkül, a tagállamok a lehető legrövidebb határidőn belül tájékoztatják a Bizottságot az ellenőrzések során feltárt szabálytalanságokról.

(3) Az egynél több tagállamot érintő programok esetében az érintett tagállamok megteszik az ellenőrzéseik összehangolásához szükséges lépéseket, és azokról tájékoztatják a Bizottságot.

⁽¹⁾ HL L 67., 1991.3.14., 11. o.

(4) A Bizottság bármikor részt vehet az (1)–(3) bekezdésekben előírt ellenőrzésekben. Ennek érdekében a tagállamok hatáskörrel rendelkező nemzeti hatóságai az ellenőrzések előtt legalább harminc nappal továbbítják a Bizottságnak a tagállam által elvégzendő ellenőrzések tervezett menetét.

A Bizottság, amennyiben szükségesnek látja, bármilyen további ellenőrzést is elvégezhet.

21. cikk

A jogosulatlan kifizetések megtérítése

(1) Jogosulatlan kifizetés esetén a kedvezményezett visszafizeti az adott összeget, megnövelve a kifizetés és a kedvezményezett által történő visszafizetés napja között eltelt időre számított kamattal.

Az alkalmazandó kamatlábat a 2342/2002/EK, Euratom rendelet 86. cikke (2) bekezdése b) pontjának megfelelően kell megállapítani.

(2) A visszakövetelt összegeket és az utánuk felszámított kamatot a tagállamok kifizető ügynökségéhez vagy szervezeti egységéhez kell befizetni, ahol a közösségi pénzügyi hozzájárulás arányában levonják azokat az Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garanciaalap (EMOGA) által finanszírozott kiadásokból.

22. cikk

Szankciók

(1) Csalás vagy súlyos gondatlanság esetén a javaslattevő szervezet az eredetileg fizetett összeg és a valójában járó összeg közötti különbség kétszeresét fizeti vissza.

(2) A 2988/95/EK, Euratom tanácsi rendelet⁽¹⁾ 6. cikkére figyelemmel az e rendeletben megállapított levonások és kizárások a közösségi jog vagy a nemzeti jog egyéb rendelkezéseinek értelmében esetleg alkalmazandó kiegészítő szankciók sérelme nélkül alkalmazandók.

Ez a rendelet teljes egészében kötelező és közvetlenül alkalmazandó valamennyi tagállamban.

Kelt Brüsszelben, 2005. július 25-én.

5. FEJEZET

VISSZAVONÁS, IDEIGLENES ÉS VÉGLEGES RENDELKEZÉSEK

23. cikk

A 94/2002/EK rendelet visszavonása

A 94/2002/EK rendeletet vissza kell vonni. Az említett rendelet rendelkezései azonban továbbra is alkalmazandók az olyan tájékoztató és promóciós programok esetében, amelyeknek finanszírozásáról a Bizottság e rendelet hatálybalépését megelőzően határozott.

A visszavont rendeletre tett hivatkozások az e rendeletre tett hivatkozásokként értendők.

24. cikk

Ideiglenes rendelkezések

(1) A 2005. évre a 7. cikk (1) bekezdése második albekezdésében megállapított időpont mellett a programok benyújtásának második határideje 2005. július 31.

(2) A 8. cikk (1) bekezdésének első albekezdésétől eltérve a 2005. évre szóló, legkésőbb 2005. július 31-ig benyújtott programok esetében a programok ideiglenes jegyzékét 2005. szeptember 30-ig kell közölni a Bizottsággal.

(3) A 8. cikk (3) bekezdésétől eltérve a 2005. évre a Bizottság említett bekezdésben említett határozatára legkésőbb 2005. december 15-ig sor kerül.

25. cikk

Hatálybalépés

Ez a rendelet az *Európai Unió Hivatalos Lapjában* való kihirdetését követő hetedik napon lép hatályba.

a Bizottság részéről

Mariann FISCHER BOEL

a Bizottság tagja

⁽¹⁾ HL L 312., 1995.12.23., 1. o.

I. MELLÉKLET

TÉMAKÖRÖK ÉS TERMÉKEK JEGYZÉKE

- Friss gyümölcs és zöldség
- Feldolgozott gyümölcs és zöldség
- Rostlen
- Díszkertészeti termékek és élőnövények
- Olívaolaj és étkezési olajbogyó
- Magvakból származó olajok
- Tej és tejtermékek
- Közösségi vagy pedig nemzeti minőségbiztosítási rendszerrel összhangban előállított friss, hűtött vagy fagyasztott hús
- Az emberi fogyasztásra szánt tojások címkézése
- Méz és a méhészeti termékek
- Meghatározott termelőhelyről származó minőségi borok, földrajzi jelzéssel ellátott asztali borok
- Mezőgazdasági jogszabályokban előírt emblémák a legkülső régiókra vonatkozóan,
- A 2081/92/EGK ⁽¹⁾ és 2082/92/EGK ⁽²⁾ tanácsi rendeletekkel összhangban az oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel/jelölésekkel (OEM), az oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel/jelzésekkel (OFJ) vagy a garantált, hagyományos különlegesség/ek jelzéssel (HKT) ellátott termékek és az e szabályozásban jegyzékbe vett termékek
- Biogazdálkodás a 2092/91/EGK tanácsi rendelettel ⁽³⁾ összhangban, valamint az e rendelet szerint jegyzékbe vett termékek.

⁽¹⁾ HL L 208., 1992.7.24., 1. o. A legutóbb a 806/2003/EK rendelettel (HL L 122., 2003.5.16., 1. o.) módosított rendelet.

⁽²⁾ HL L 208., 1992.7.24., 9. o. A legutóbb a 806/2003/EK rendelettel módosított rendelet.

⁽³⁾ HL L 198., 1991.7.22., 1. o. A legutóbb a 2254/2004/EK rendelettel (HL L 385., 2004.12.29., 20. o.) módosított rendelet.

II. MELLÉKLET

IRÁNYMUTATÁSOK A BELSŐ PIACI PROMÓCIÓHOZ

Ezek az iránymutatások támpontot nyújtanak azon üzenetekre, célcsoportokra és kommunikációs csatornákra vonatkozóan, amelyeknek központi helyet kell elfoglalniuk a különböző termék kategóriákat érintő tájékoztató és promóciós intézkedések során.

A 2826/2000/EK rendelet 6. cikkének (4) bekezdésében foglalt prioritások sérelme nélkül a programjavaslatokat általánosságban a következő elveket figyelembe véve kell elkészíteni:

- a több mint egy tagállam által indítványozott programok bírjanak összehangolt stratégiával, intézkedésekkel és üzenetekkel,
- a programok lehetőleg legyenek többévesek, amelyek hatóköre elegendő ahhoz, hogy számottevő hatást fejtsenek ki a célpiacokon. Adott esetben több mint egy tagállam piacain is végrehajthatók,
- a programok üzenetei biztosítsanak tárgyilagos információkat a termékek (mint a kiegyensúlyozott étrend elemei) belső jellemzőiről, tápértékéről, előállítási módszereiről és környezetbarát jellegéről,
- a programok központi üzenetei bírjanak számos tagállamban jelentőséggel a fogyasztók, a szakmabeliek és/vagy a kereskedelmi ágazat szempontjából.

FRISS GYÜMÖLCS ÉS ZÖLDSÉG

1. Helyzetértékelés

Noha a zöldség- és gyümölcsstermelés felfutóban van, ezek fogyasztása összességében változatlan.

A 35 év alatti fogyasztók körében érdeklődéshiány tapasztalható, amely az iskoláskorú népesség körében még erősebb. Ez nem szolgálja a kiegyensúlyozott étrend kialakítását.

2. Célkitűzések

A cél az e termékekről alkotott kép javítása a „frissesség” és a „természetesség” hangsúlyozásával, a fogyasztók átlagos életkorának csökkentése, elsősorban a fiatalokat ösztönözve az érintett termékek fogyasztására.

3. Célcsoportok

- 35 év alattiak
- Iskoláskorú gyermekek, serdülők és szüleik
- Közétkeztetésben működő gazdasági szereplők és iskolai étkezdék
- Orvosok és táplálkozási szakértők

4. Fő üzenetek

- A „naponta 5-ször” típusú szemlélet előmozdítása (javasolt naponta legalább ötször gyümölcsöt vagy zöldséget fogyasztani)
- Természetes és friss termékek
- Minőség (biztonság, tápérték és íz, termelési módszerek, környezetvédelem, utalás a termékek származási helyére)
- Élvezet
- Kiegyensúlyozott étrend
- A friss termékek kínálatának változatossága és évszakhoz kötött jellege; információk az ízekről és a felhasználási lehetőségekről
- Nyomon követhetőség
- Hozzáférhetőség és az elkészítés könnyedsége: számos friss gyümölcs és zöldség nem igényel főzést

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (az elérhető termékeket bemutató internetes oldalak gyermekeknek szóló online játékokkal)
- Telefonos információs vonalak
- PR-kapcsolatok a médiával és a reklámszakmával (pl. szakújságírók, női magazinok, ifjúsági magazinok és lapok)
- Kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakértőkkel
- Pedagógusok és az iskolai étkezdék vezetőinek mozgósításával a gyermekeket és serdülőkorúakat célzó nevelési intézkedések
- A fogyasztók javára az értékesítés helyén végzett tájékoztató intézkedések
- Egyéb csatornák (szórólapok, termékinformációkat és recepteket tartalmazó prospektusok, gyermekjátékok stb.)
- Vizuális média (mozi, szakosodott tv-csatornák)
- Rövid rádiós reklámok
- Részvétel kereskedelmi vásárokon

6. A programok időtartama

12—36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra célkitűzéseket kijelölő többéves programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

4 millió euro

FELDOLGOZOTT GYÜMÖLCS ÉS ZÖLDSÉG

1. Helyzetértékelés

Egyre élénkebb az ágazatban a különféle harmadik országok termelőivel folytatott verseny.

Mivel — különösen e termékek könnyű fogyaszthatósága miatt — fokozatosan növekszik a kereslet, fontos, hogy a közösségi iparág ki tudja használni az ebben rejlő előnyöket. A tájékoztató és promóciós intézkedések támogatása emiatt indokolt.

2. Célkitűzések

A fogyasztást ösztönző információk biztosításával modernebbé és fiatalosabbá kell tenni az e termékekről alkotott képet.

3. Célcsoportok

- Háztartások
- Közétkeztetésben működő gazdasági szereplők és iskolai étkezdék
- Orvosok és táplálkozási szakértők

4. Fő üzenetek

- Minőség (biztonság, tápérték és íz, elkészítési módok)
- A felhasználás egyszerűsége
- Élvezet
- A kínálat változatossága és egész évben való elérhetősége
- Kiegyensúlyozott étrend
- Nyomon követhetőség

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (internetes oldalak)
- Telefonos információs vonalak
- PR-kapcsolatok a médiával és a reklámszakmával (pl. szakújságírók, női magazinok, konyhai és szaksajtó)
- Az értékesítési helyeken tartott bemutatók
- Kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakértőkkel
- Egyéb csatornák (szórólapok, valamint termékeket és recepteket leíró prospektusok)
- Vizuális média
- Részvétel kereskedelmi vásárokon

6. A programok időtartama

12—36 hónap, elsősorban biztosítva a minden időszakra célkitűzéseket meghatározó többéves programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

2 millió euro

ROSTLEN

1. Helyzetértékelés

A textil- és ruhaneműk nemzetközi kereskedelmének liberalizációja miatt a közösségi rostlen kiélezett versenyben áll a Közösségen kívülről származó, rendkívül előnyös áron kínált rostlennel. Emellett más rostokkal is versenyben áll. A textilt fogyasztás pedig ezzel egy időben a pangás jeleit mutatja.

2. Célkitűzések

- A közösségi rostlen jó hírnevének, illetve az arról kialakult képnek a javítása, megkülönböztető tulajdonságainak kiaknázása
- E termék fogyasztásának növelése
- A fogyasztók tájékoztatása a piacra dobott új termékek jellemzőiről

3. Célcsoportok

- Rendszeres felhasználók (stilizták, tervezők, gyártók, szerkesztők)
- Forgalmazók
- Textil, divat- és lakberendezési képzőkörök (oktatók és diákok)
- Véleményformálók
- Fogyasztók

4. Fő üzenetek

- A termék minősége a nyersanyag előállítási körülményeinek, a megfelelő fajták használatának, valamint az előállítási lánc egésze folyamán érvényesített szakértelemnek köszönhető
- A közösségi rostlen széles termékskálát (ruházat, dekoráció, háztartási lenvászon), valamint az ötletek és újdon-ságok témérek tárházát kínálja

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (internetes oldalak)
- Szakmai bemutatók és vásárok
- A továbbfelhasználókra irányuló tájékoztató intézkedések (tervezők, gyártók, forgalmazók, szerkesztők)
- Az értékesítési helyeken nyújtott tájékoztatás
- Kapcsolatok a szaksajtóval
- Oktatási tájékoztató intézkedések divattervező iskolákban, textilmérnöki kurzusokon stb.

6. A programok időtartama

12—36 hónap, elsőséget biztosítva a minden időszakra célkitűzéseket kijelölő többéves programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

1 millió euro

DÍSZKERTÉSZETI TERMÉKEK ÉS ÉLŐNÖVÉNYEK

1. Helyzetértékelés

Az ágazati kínálatot a közösségi és a harmadik országokból származó termékek közötti fokozódó verseny jellemzi.

Az 1997—2000 között folytatott promóciós kampányok értékelő tanulmányai arra engednek következtetni, hogy a közösségi termékek közösségi értékesítéseinek előmozdítása céljából a természetől a forgalmazóig terjedő lánc egésze jobb szervezést, valamint ésszerűsítést igényel; a fogyasztókat pedig részletesebben kell tájékoztatni a közösségi termékek belső tulajdonságairól és választékáról.

2. Célkitűzések

- A közösségi eredetű növények és virágok fogyasztásának ösztönzése
- Olyan gyakorlatok ösztönzése, amelyek a környezet javát szolgálják és gyarapítják a környezetbarát módszerekre vonatkozó ismereteket
- A különböző tagállamok szakemberei közötti partnerség megerősítése, amely többek között lehetővé teszi a legfrissebb ágazati ismeretek megosztását és az előállítási lánc összes szereplőjének jobb tájékoztatását

3. Célcsoportok

- Termelők, kertészetek, forgalmazók és egyéb ágazati szereplők
- Egyetemi/főiskolai hallgatók és tanulók
- Véleményformálók: újságírók, oktatók
- Fogyasztók

4. Fő üzenetek

- Tájékoztatás a közösségi termékek minőségéről és választékáról
- Környezetbarát termesztési módszerek
- Tartósabb termékekre irányuló eljárások
- A virág- és növényfajták kiegyensúlyozott megválasztása
- A növények és virágok szerepe az életminőség és a jólét terén

5. Fő kommunikációs csatornák

- Kapcsolatok a médiával
- Vásárok és kiállítások: különféle tagállamok termékeit bemutató standok
- Szakemberek, fogyasztók és egyetemi/főiskolai hallgatók képzése
- A fokozottabb terméktartósságra vonatkozó ismeretek megosztását célzó intézkedések
- Fogyasztótájékoztató intézkedések a sajtón, valamint olyan intézkedéseken keresztül, mint például katalóguskiadás, kertésznaptárak, esetleg „a hónap növénye” kampányok
- Az elektronikus média fokozottabb használata (Internet, CD-ROM stb.)

6. A programok időtartama

12—36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra stratégiát és megfelelően indokolt célkitűzéseket felvonultató programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

3 millió euro

OLÍVAOLAJ ÉS ÉTKEZÉSI OLAJBOGYÓ

1. Helyzetértékelés

Míg az olívaolaj és az étkezési olajbogyó kínálata növekszik, a Közösség piaci egyensúlyának fenntartásában fontos szerep jut a nemzeti és nemzetközi piacok értékesítő helyeinek. E termékek belföldi keresleti szintje erős szórást mutat a tradicionális fogyasztói piacok és azon piacok között, ahol viszonylag újdonságnak számítanak e termékek.

A „tradicionális fogyasztó” tagállamokban (Spanyolország, Olaszország, Görögország és Portugália), az érintett termékek rendszerint közismertek, a fogyasztás pedig magas. Ezek érett piacok, ahol az összkéréslet növekedési lehetőségei korlátozottak, de figyelembe véve a jelenlegi részesedésüket az olívaolaj-fogyasztásban, az ágazat szempontjából továbbra is kitéüntetett szerepet játszanak.

Az „új fogyasztó” tagállamokban az egy főre eső fogyasztás valamelyest nőtt, de még mindig lényegesen alacsonyabb (a 2004. április 30. előtti Közösségben) vagy pedig elhanyagolható (a 2004. május 1-jén csatlakozott tagállamok többségében). Sok fogyasztó nem ismeri az olívaolaj és az étkezési olajbogyó tulajdonságait és a különféle felhasználási módokat. Emiatt ezen a piacon jelentős mértékben növelhető a kereslet.

2. Célkitűzések

- Elsőbbségi cél: a fogyasztás növelése az „új fogyasztó” tagállamokban a piaci lefedettség növelésével, a felhasználás élénkítése az e termékek használatának kiterjesztésével és a szükséges tájékoztatás megadásával
- A fogyasztás megerősítése és fejlesztése a „tradicionális fogyasztó” tagállamokban a fogyasztóknak a termékek kevésbé ismert vetületeire vonatkozó tájékoztatásával, a fiatalság e termékek vásárlására való szoktatásával

3. Célcsoportok

- A bevásárlásért felelős személyek: a „tradicionális fogyasztó” tagállamokban főként a 20 és 40 év közöttiek
- Véleményformálók (gasztronómok, főszakácsok, vendéglők, újságírók), általános és szakajátó (konyhaművészet, női lapok, életmódmagazinok). Orvosi és közvetetten orvosi sajtó
- Orvosi és közvetetten orvosi sajtó
- Forgalmazók (az „új fogyasztó” tagállamokban)

4. Fő üzenetek

- A szűz olívaolaj érzékelhető jellemzői (aroma, szín, íz) és gasztronómiai tulajdonságai a fajta, a termelési terület, a betakarítás, OEM/OFJ, stb. függvényében változnak. Ez a változatosság a konyhai ízek és felhasználási lehetőségek nagy választékát biztosítja
- Az olívaolaj különféle kategóriái
- Táplálkozásspecifikus tulajdonságai miatt az olívaolaj az egészséges és kiegyensúlyozott étrend fontos eleme: az étkezés okozta öröm sikeresen párosul az egészséges és kiegyensúlyozott étrend követelményeivel
- Tájékoztatás az olívaolaj ellenőrzésére, minőségi tanúsítására és címkézésére vonatkozó előírásokról
- Tájékoztatás a Közösség területének egészén OEM/OFJ-ként nyilvántartott összes olívaolajra és/vagy étkezési olajbogyóra vonatkozóan
- Az étkezési olajbogyó egészséges és természetes termék, amely alkalmas mind a könnyed, közvetlen fogyasztásra, mind pedig a rafinált ételek elkészítésére
- Az étkezési olajbogyók fajta szerinti jellegzetességei

Kimondottan az „új fogyasztó” tagállamokban:

- az olívaolaj, különösen a különleges kategóriába tartozó szűz olívaolaj természetes termék, a hagyomány és a hosszú időn át felhalmozott szakértelem letéteményese, amely kielégíti az ízekkel tarkított modern konyha igényeit,
- felhasználási javaslatok a főzéshez/sütéshez.

Kimondottan a „tradicionális fogyasztó” tagállamokban:

- a tartósított olívaolaj vásárlásának előnyei (a fogyasztó számára hasznos információkkal bíró címkézéssel),
- modernebbé kell tenni a termékről kialakított nagy múltú és jelentős kulturális dimenziójú képet.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül az olívaolaj és az étkezési olajbogyó táplálkozással kapcsolatos tulajdonságaira vonatkozó információknak általánosan elfogadott tudományos adatokra kell alapulniuk, és meg kell felelniük az élelmiszerek címkézésére, kiszerezésére és reklámozására vonatkozó 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvben ⁽¹⁾ megállapított követelményeknek.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Internet és elektronikus eszközök (például CD-ROM, DVD-k)
- Értékesítés helyén végzett promóció (kóstolópróbák, receptek, tájékoztatás)
- Sajtó- és közönségkapcsolatok (rendezvények, részvétel fogyasztói vásárokon stb.)
- Hirdetések (vagy hirdetésjellegű újságcikkek) a sajtóban (általános, konyhaművészet, női magazinok, életmódmagazinok)
- Együttes fellépések az orvosi és közvetetten orvosi szakmával (orvosi PR)
- Audiovizuális média (tv és rádió)
- Részvétel kereskedelmi vásárokon

6. A programok időtartama és terjedelme

12—36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra stratégiát és megfelelően indokolt célkitűzéseket felvonultató többéves programoknak.

Előnyben részesülnek azok a programok, amelyek megvalósítását legalább 2 „új fogyasztó” tagállamban tervezik.

⁽¹⁾ HL L 109., 2000.5.6., 29. o. A legutóbb a 2003/89/EK irányelvvvel (HL L 308., 2003.11.25., 15. o.) módosított rendelet.

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

4 millió euro

MAGVAKBÓL SZÁRMAZÓ OLAJAK

Ebben az ágazatban azok a programok élveznek elsőbbséget, amelyek a repceolajra összpontosítanak, vagy pedig a különböző, közösségi, magvakból származó olajak jellegzetességeit mutatják be.

A magvakból származó olajak ágazatának éves, indikatív költségvetése:

2 millió euro.

A. REPCEOLAJ

1. Helyzetértékelés

Az új közös agrárpolitika következményeként a repcemagtermelés nem részesül külön támogatásban, emiatt a piaci viszonyokhoz kell igazodnia. Megnövekedett termelési lehetőségek mellett — valamint a strukturális túltermeléssel jellemezhető gabonatermesztés alternatívájaként — a repceolaj promóciója hozzájárul a szántóföldi növények piacának egyensúlyához és a különféle növényi olajok közösségi fogyasztásához. A Közösség jelenleg a repceolaj nettó exportőre.

Az elmúlt évtizedekben táplálkozási szempontból értékes jellegzetességekkel bíró repcefajtákat fejlesztettek ki. Ez a minőség javulását eredményezte. Új, különleges termékként vezették be a hidegen sajtolt, ízében különösen a mogyoróra emlékeztető repceolajokat.

A repceolaj tápértéke világszerte vizsgálatok tárgyát képezi, amelyek eredményei a termék előnyös élelmezési és élet-tani jellegzetességeit támasztják alá. A legfrissebb kutatási eredményekről tájékoztatni kell az általános orvosokat, a táplálkozási szakértőket és a fogyasztókat.

2. Célkitűzések

- a repceolaj jellegzetességeire és az annak új keletű fejlődésére vonatkozó ismeretek terjesztése
- Az orvosi és közvetten orvosi szakmának, valamint a fogyasztóknak a repceolaj tápértékéről és használatáról való tájékoztatásán keresztül a fogyasztás növelése.

3. Célcsoportok

- Háztartások, különösen a bevásárlásokért felelős személyek
- Véleményformálók (újságírók, konyhafőnökök, az orvosi és a táplálkozástudományi szakma)
- Forgalmazók
- Orvosi és közvetten orvosi sajtó
- Élelmiszeripar

4. Fő üzenetek

- Tápértéke miatt a repceolaj a kiegyensúlyozott és egészséges étrend lényeges eleme
- A repceolaj előnyös zsírsavösszetétele
- Felhasználási javaslatok a főzéshez/sütéshez
- Tájékoztatás a terméknek és fajtáinak fejlődéséről.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül a repceolaj táplálkozással kapcsolatos tulajdonságaira vonatkozó információknak általánosan elfogadott tudományos adatokra kell alapulniuk, és meg kell felelniük a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvben megállapított követelményeknek.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Értékesítés helyén végzett promóció (kóstolópróbák, receptek, tájékoztatás)
- Hirdetések (vagy hirdetésjellegű újságcikkek) a sajtóban (általános, konyhaművészet, női magazinok, életmódmagazinok)
- Közönségkapcsolatok (rendezvények, részvétel élelmiszer-ipari vásárokon)
- Együttes fellépések az orvosi és közvetetten orvosi szakmával
- Együttes fellépések éttermekkel, a vendéglátó-ipari ágazattal és a konyhafőnökökkel
- Internet

6. A programok időtartama

12—36 hónap.

B. NAPRAFORGÓOLAJ

A napraforgóolaj programjai csak akkor élveznek elsőbbséget, amennyiben az a piaci viszonyok alapján indokolt.

1. Helyzetértékelés

A Közösségben több mint 2 millió hektár területen termesztnek napraforgót, a napraforgómag termelése pedig meghaladja az évi 3,5 millió tonnát. A Közösségben fogyasztott napraforgóolajat eddig főként a Közösségben termesztett napraforgómagból állították elő. Azonban a sajtolás volumenének visszaesése a 2004 júliusától 2005 augusztusáig terjedő gazdasági évben az EU napraforgóolaj-termelésének a csökkenését eredményezi. Mivel a világszerte emelkedő árak emelkedőben vannak, és a kínálat elégtelennek bizonyulhat, nem élveznek elsőbbséget a csak a napraforgóolajra összpontosító programok. Ezzel szemben olyan programok részévé lehetne tenni, amelyek a különféle közösségi eredetű, magvakból származó olajokra hívják fel a figyelmet.

A napraforgóolaj, mint termék bizonyos felhasználási területeken — mint például a sütés — egyedi előnyökkel rendelkezik. Teltetlen zsírtartalma magas, gazdag E-vitaminban. E kampányok célja a fogyasztók és kereskedők/forgalmazók tájékoztatása a napraforgóolaj különféle felhasználási területeiről, típusairól és jellegzetességeiről, valamint a minőségére vonatkozó közösségi jogszabályokról. A kampányokat a tárgyilagos tájékoztatás szellemében kell megtervezni.

2. Célkitűzések

A fogyasztók és a kereskedelem szereplőinek tájékoztatása a következőkről:

- a napraforgóolaj különböző felhasználási területei, annak jellegzetességei és tápértéke,
- a minőséget szabályozó jogszabályok és szabványok; a címkézés szabályai.

3. Célcsoportok

- Háztartások, különösen a bevásárlásokért felelős személyek
- Véleményformálók (újságírók, konyhafőnökök, az orvosi és a táplálkozástudományi szakma)
- Forgalmazók
- Élelmiszeripar

4. Fő üzenetek

A fő programüzeneteknek a következőkről kell tájékoztatást nyújtaniuk:

- a napraforgóolaj helyes felhasználásának előnyei. Például az olajtípusú napraforgómagból előállított napraforgóolaj E-vitamin-tartalma más növényi olajokhoz képest magas,
- könnyű íze és sütési alkalmazhatósága miatt a napraforgóolaj jól ismert,
- a napraforgóolaj zsírsavösszetétele és tápértéke,
- a napraforgóolajjal és más növényi olajokkal kapcsolatos technikai fejlődés, valamint a tudományos kutatás eredményei.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül a napraforgóolaj táplálkozással kapcsolatos tulajdonságaira vonatkozó információknak általánosan elfogadott tudományos adatokra kell alapulniuk, és meg kell felelniük a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvben megállapított követelményeknek.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Tájékoztató anyagok rendelkezésre bocsátása az értékesítési helyeken (POS) (a kereskedelemnek is)
- Hirdetések (vagy hirdetésjellegű újságcikkek) a sajtóban (általános, konyhaművészet, női magazinok, életmódmagazinok)
- Közönségkapcsolatok (rendezvények, részvétel élelmiszeripari vásárokon)
- Internet

6. A programok időtartama

12—36 hónap.

TEJ ÉS TEJTERMÉKEK

1. Helyzetértékelés

A folyékony tejtermékek fogyasztása visszaesett, különösen a jelentősebb tejfogyasztó országokban, elsősorban a fiatalabb korosztályokat megcélzó üdítőitalok által támasztott piaci verseny következtében. A folyékony tejtermékek fogyasztását fokozatosan felváltja a különféle, tejet helyettesítő termékek fogyasztása. Ezzel szemben általános növekedés tapasztalható a tejtermékek — tejjel egyenértékű termékekben kifejezett — fogyasztásában.

2. Célkitűzések

- A folyékony tejtermékek fogyasztásának növelése a növekedési lehetőségekkel rendelkező piacokon, valamint a fogyasztási színvonal megőrzése a telített piacokon
- Általánosságban a tejtermékek fogyasztásának növelése
- A fiatalok — mint a jövő felnőtt fogyasztói — tej- és tejtermék-fogyasztásának előmozdítása.

3. Célcsoportok

Általánosságban véve a fogyasztók, különös tekintettel a következő csoportokra:

- gyermekek és serdülők, különösen a 8 és 13 év közötti lányok,
- különféle korcsoportokhoz tartozó nők,
- időskorúak.

4. Fő üzenetek

- A tej és a tejtermékek egészséges, természetes, a korszerű életmódhoz illeszkedő termékek, amelyeket élvezetes fogyasztani
- A tej és a tejtermékek tápértéke különleges, ez különösen meghatározott korcsoportok szempontjából jótékony
- Az üzeneteknek pozitívnak kell lenniük, és figyelembe kell venniük a fogyasztásnak a különböző piacokon tapasztalható sajátos jellegét
- Az üzeneteknek arra is ki kell térniük, hogy a tej és a tejtermékek alacsonyabb zsírtartalmú változatban is kaphatók, ezek egyes fogyasztók számára megfelelőbbek lehetnek

- A tej és a tejtermékek alacsonyabb zsírtartalmú változatban is kaphatók, ezek egyes fogyasztók számára megfelelőbbek lehetnek
- A program során végig biztosítani kell az üzenetek folytonosságát, hogy a fogyasztókat meg lehessen győzni a tej és tejtermékek rendszeres fogyasztásának előnyeiről.

A 4. cikk (3) bekezdésének sérelme nélkül a tej és a tejtermékek táplálkozással kapcsolatos tulajdonságaira vonatkozó információknak általánosan elfogadott tudományos adatokon kell alapulniuk, és meg kell felelniük 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelvben megállapított követelményeknek.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák
- Telefonos információs vonalak
- Kapcsolattartás a médiával és a reklámszakmával (pl. szaklapok, női magazinok, ifjúsági lapok)
- Kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakértőkkel
- Kapcsolattartás oktatókkal és iskolákkal
- Egyéb csatornák (szórólapok, prospektusok, gyermekjátékok stb.)
- Az értékesítési helyeken tartott bemutatók
- Vizuális média (mozi, szakosodott tv-csatornák)
- Rövid rádiós reklámok
- Részvétel kiállításokon és vásárokon

6. A programok időtartama és terjedelme

12-36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra célkitűzéseket kijelölő többéves programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

4 millió euro

KÖZÖSSÉGI VAGY NEMZETI MINŐSÉGBIZTOSÍTÁSI RENDSZERREL ÖSSZHANGBAN ELŐÁLLÍTOTT FRISS, HŰTÖTT VAGY FAGYASZTOTT HÚS

1. Helyzetértékelés

A legfontosabb állati termékek közül sokat sújtó egészségügyi problémák bebizonyították annak szükségességét, hogy meg kell erősíteni a fogyasztók közösségi hústermékekbe vetett bizalmát.

Ez szükségessé teszi a tárgyilagos és általános tájékoztatást a közösségi vagy nemzeti minőségbiztosítási rendszerekről, amelyek az ellenőrzésekre és az élelmiszer-biztonságra vonatkozó általános jogszabályokat hivatottak kiegészíteni. E szabályok és ellenőrzések további biztosítékot nyújtanak, hiszen termékdokumentációt és kiegészítő ellenőrző rendszereket írnak elő.

2. Célkitűzések

- A tájékoztató kampányok azokra a termékekre korlátozódnak, amelyeket az európai minőségi rendszerekre vonatkozó szabályozással (OEM, OFJ, garantált, hagyományos különlegességek és biogazdálkodás) vagy az 1257/1999/EK rendelet 24. cikkének megfelelően a tagállamok által elismert minőségi szabályozással összhangban állítottak elő. E rendelet 10. cikke (4) bekezdésének sérelme nélkül az e rendelet szerint támogatott tájékoztató kampányokat nem szabad az 1257/1999/EK rendelet szerint is támogatni.
- Céljuk a hús biztonságára és minőségére vonatkozó közösségi és nemzeti szabályozásról (például nyomon követhetőség és címkézés) való tárgyilagos és teljes körű tájékoztatás. Tájékoztatniuk kell a fogyasztókat és forgalmazókat a termelési és értékesítési lánc helyein végzett tényleges ellenőrzésekről.

3. Célcsoportok

- Fogyasztók és azok szövetségei
- A háztartási bevásárlásokért felelős személyek
- Intézmények (éttermek, kórházak, iskolák stb.)
- Forgalmazók és azok szövetségei
- Sajtó és véleményformálók

4. Fő üzenetek

- A minőségi szabályozások speciális előállítási módszert és a jogszabályokban előírtnál szigorúbb ellenőrzéseket biztosítanak.
- A minőségi hústermékek speciális tulajdonságokkal rendelkeznek vagy jobb minőségűek a megszokott kereskedelmi normáknál.
- A közösségi és nemzeti minőségi szabályozások áttekinthetőek és a termékek teljes körű nyomon követhetőségét biztosítják.
- A húsok címkézése lehetővé teszi a fogyasztó számára a minőségi termékek, azok eredetének és jellegzetességeinek azonosítását.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Internet
- A médiával és a reklámszakmával együtt folytatott PR (tudományos és szaksajtó, női és konyhaművészeti magazinok)
- Kapcsolattartás a fogyasztói szövetségekkel
- Audiovizuális média
- Írásos anyagok (szórólapok, prospektusok stb.)
- Az értékesítési helyeken nyújtott tájékoztatás

6. A programok időtartama és terjedelme

A programoknak legalább nemzeti hatókörűnek vagy több tagállamra kiterjedőnek kell lenniük.

12—36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra indokolt célokat kijelölő többéves programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

4 millió euro

AZ EMBERI FOGYASZTÁSRA SZÁNT TOJÁSOK CÍMKÉZÉSE

1. Helyzetértékelés

2004. január 1-től az 1907/90/EGK tanácsi rendelet⁽¹⁾ 7. cikke (1) bekezdése a) pontjának megfelelően az emberi fogyasztásra szánt valamennyi tojás héjára egy olyan kódot kell pecsételni, amely azonosítja a termelőt és a tojógyűjtők tenyésztése során alkalmazott rendszert. A kódot a tenyésztési módszert azonosító szám (0 = biotenyésztés, 1 = szabadföldi tenyésztés, 2 = ól, 3 = ketrec), a tenyésztő üzem helye szerinti tagállam ISO-kódja, valamint a hatáskörrel rendelkező hatóság által a tenyésztő üzemhez rendelt szám alkotja.

(¹) HL L 173., 1990.7.6., 5. o. A legutóbb a 2052/2003/EK rendelettel (HL L 305., 2003.11.22., 1. o.) módosított rendelet.

2. Célkitűzések

- A fogyasztók tájékoztatása a tojásjelölés új szabványairól, teljes körű felvilágosítás a tojásokra nyomtatott kódok jelentéséről
- Tájékoztatásnyújtás a tojásokra nyomtatott kódok segítségével a tojástermelési rendszerekről
- Tájékoztatásnyújtás a létező nyomon követési rendszerekről

3. Célcsoportok

- Fogyasztók és forgalmazók
- Véleményformálók

4. Fő üzenetek

- A 2002/4/EK bizottsági irányelvvel ⁽¹⁾ összhangban a tojásokra nyomtatott új kódok, valamint a különféle tojáska-tegóriák - amelyekre a kódok hivatkoznak - jellegzetességeinek közzététele és ismertetése.
- Az üzenetek nem részesíthetik előnyben egyik tenyésztési módszert sem egy másikkal szemben, nem tehetnek említést a tojásfogyasztás egészségügyi hatásairól és a tojások tápértékéről. Nem lehet megkülönböztetést alkalmazni a különböző tagállamokból származó tojások között.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (internetes oldal stb.)
- Nyomtatott anyagok (prospektusok, szórólapok stb.)
- Az értékesítési helyeken nyújtott tájékoztatás
- Hirdetések a sajtóban, receptújságokban, női magazinokban stb.
- Kapcsolattartás a médiával

6. A program időtartama

12—24 hónap

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

2 millió euro

MÉZ ÉS A MÉHÉSZETI TERMÉKEK

1. Helyzetértékelés

A Közösség igen kevés közösségi támogatásban részesülő minőségi méz- és méhészeti termékek ágazata fokozódó globális versennyel szembesül. A helyzetet nehezíti, hogy a Közösségben magasak a termelési költségek.

2001 óta az ágazatra a mézről szóló, 2001. december 20-i 2001/110/EK ⁽²⁾ tanácsi irányelv vonatkozik, amely kötelező, a minőséget a származási hellyel összekapcsoló címkézést ír elő. A támogatott programoknak a közösségi mézre és méhészeti termékekre kell összpontosítani, a regionális, területi vagy topográfiai eredetre vonatkozó kiegészítő megjelöléssel vagy - a Közösség (OEM, OF), garantált, hagyományos különlegességek és biogazdálkodás) vagy egy tagállam által hitelesített - minőségi címkéssel együtt.

⁽¹⁾ HL L 30., 2002.1.31., 44. o.

⁽²⁾ HL L 10., 2002.1.12., 47. o.

2. Célkitűzések

- A fogyasztók tájékoztatása a közösségi méhészeti termékek változatosságáról, azok érzékelhető tulajdonságairól, valamint a termelés körülményeiről
- A fogyasztók tájékoztatása a szűretlen és pasztörizálatlan közösségi mézek tulajdonságairól
- A fogyasztók segítése a közösségi méz címkézésének megértésében, valamint a termelők buzdítása áttekinthető címkék készítésére
- A fogyasztásnak a minőségi termékek irányába való terelése azáltal, hogy felhívják a figyelmet a termékek nyomon követhetőségére

3. Célcsoportok

- Fogyasztók, különösen a 20 és 40 év közöttiek
- Idősek és gyermekek
- Véleményformálók

4. Fő üzenetek

- Tájékoztatás a biztonságra, a termelés higiéniai körülményeire, a minőségi tanúsításra és a címkézésre vonatkozó közösségi jogszabályokról
- A méz hagyományra és jól bevált szakértelemre építő természetes termék, amelyet a modern konyhában többféle-képpen fel lehet használni
- A méz nagyfokú változatossága a különféle földrajzi és növényzeti eredetnek és/vagy a különböző évszakoknak köszönhetően
- Tájékoztatás a felhasználási területekről és a tápértékekről
- A beporzás oltalma elengedhetetlen a biodiverzitás fenntartásához

5. Fő kommunikációs csatornák

- Általánosságban véve hirdetések a szaksajtóban (konyhaművészet, életmódmagazinok)
- Internet, filmszínház és egyéb audiovizuális média (TV, rádió)
- Értékesítési helyek
- Részvétel kiállításokon és vásárokon
- PR a nagyközönségre vonatkozóan, rendezvények szervezése az éttermekben végrehajtandó tevékenységek érdekében, valamint a vendéglátóipari ágazat javára
- Tájékoztatás az iskolában (útmutatás az oktatóknak, valamint a szálloda- és vendéglátóipari iskolák hallgatóinak)

6. A programok időtartama és terjedelme

12–36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra stratégiát és megfelelően indokolt célkitűzéseket felvonultató programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

1 millió euro

MEGHATÁROZOTT TERMŐHELYRŐL SZÁRMAZÓ MINŐSÉGI BOROK, FÖLDRAJZI JELZÉSSSEL ELLÁTOTT ASZTALI BOROK

1. Helyzetértékelés

Az ágazatot túltermelés jellemzi, a fogyasztás azonban nem növekszik, sőt egyes borfajták esetében csökkenő tendenciájú, de a harmadik országokból származó kínálat növekvőben van.

2. Célkitűzések

- A közösségi borok fogyasztásának növelése
- A fogyasztók tájékoztatása a közösségi borok választékáról, minőségéről, előállítási körülményeiről, valamint a tudományos tanulmányok eredményeiről

3. Célcsoportok

- Forgalmazók
- Fogyasztók, kivéve a 2001/458/EK tanácsi ajánlásban (!) említett fiatalokat és serdülőket
- Véleményformálók: újságírók, gasztronómiai szakemberek
- A szálloda- és vendéglátóipar oktatási intézményei

4. Fő üzenetek

- A közösségi jogszabályok szigorúan szabályozzák a termelést, a minőségjelöléseket, a címkézést és a forgalmazást, ezzel biztosítva a fogyasztóknak a kínált borok minőségét és nyomon követhetőségét
- A különféle eredetű közösségi borok igen széles választékából való választás lehetőségének vonzereje
- Tájékoztatás a közösségi bortermelésről, annak kapcsolatáról a regionális és helyi feltételekkel, kultúrákkal és ízlésvilágokkal

5. Fő kommunikációs csatornák

- Tájékoztatás és PR-intézkedések
- A forgalmazók és a vendéglátóiparban tevékenykedők képzése
- kapcsolattartás a szaksajtóval
- Egyéb csatornák (internetes oldal, szórólapok és prospektusok), amelyek segítik a fogyasztókat a választásban és hogy családi rendezvényekkor, ünnepélyes alkalmakkor gondoljanak a bor fogyasztására
- Vásárok és kiállítások: különféle tagállamok termékeit bemutató standok.

6. A programok időtartama

12—36 hónap, elsőbbséget biztosítva a minden időszakra célkitűzéseket kijelölő többéves programoknak

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

3 millió euro

(!) HL L 161., 2001.6.16., 38. o.

AZ OLTALOM ALATT ÁLLÓ EREDETMEGJELŐLÉssel (OEM), AZ OLTALOM ALATT ÁLLÓ FÖLDRAJZI JELZÉssel (OFJ) VAGY A GARANTÁLT, HAGYOMÁNYOS KÜLÖNLEGESSÉG JELZÉssel (HKT) ELLÁTOTT TERMÉKEK

1. Helyzetértékelés

A terméknevek oltalmának a 2081/92/EK és 2082/92/EK rendeletben biztosított közösségi rendszere a közös agrárpolitika minőségi fejezetének megvalósítása során elsőbbséget élvez. Emiatt továbbra is erőfeszítéseket kell tenni olyan kampányok folytatása érdekében, amelyek megismertetik az elnevezéseket és az oltalom alatt álló neveket viselő termékeket az e termékek előállításának, elkészítésének, értékesítésének és fogyasztásának láncolatában részt vevő minden lehetséges szereplővel.

2. Célkitűzések

A tájékoztató és promóciós kampányoknak nem szabad egy, vagy csak igen korlátozott számú terméknévre összpontosulniuk, sokkal inkább bizonyos termékkategóriák, avagy egy vagy több tagállam egy vagy több területén termelt termékek neveinek csoportjaira kell koncentrálniuk.

E kampányok célkitűzései a következők:

- széles körű tájékoztatás nyújtása a szabályozások tartalmáról, működéséről és közösségi jellegéről, valamint különösen e jelöléseknek azon oltalom alatt álló neveket viselő termékek kereskedelmi értékére gyakorolt hatásáról, amelyek a jegyzékbe vételt követően az e szabályozások biztosította oltalom előnyeit élvezik,
- az OEM, OFJ és HKT termékek közösségi logói ismertségének javítása a fogyasztók, forgalmazók és élelmiszeripari szakemberek körében,
- az e szabályozásokban még részt nem vevő termelő/feldolgozó szövetségek biztatása a rendszer használatára, a jegyzékbe vétel alapvető körülményeit teljesítő termékek nevének bejegyztetése által,
- az érintett területek szabályozásokban még részt nem vevő termelőinek/feldolgozóinak biztatása a jegyzékbe vett neveket viselő termékek előállításában való részvételre, a különféle oltalom alatt álló nevek tekintetében megállapított ellenőrzési követelményeknek és jóváhagyott előírásoknak való megfelelés által,
- az érintett termékek keresletének ösztönzése, a fogyasztóknak és a forgalmazóknak a szabályozások létéről, jelentőségéről és előnyeiről, valamint a logókról, a jelölések megadásának feltételeiről, a releváns ellenőrzésekről és felügyeletről, a nyomon követési rendszerről való tájékoztatásán keresztül.

3. Célcsoportok

- Termelők és feldolgozók
- Forgalmazók (élelmiszer-áruházak, nagykereskedők, kiskereskedők, vendéglátók, étkezdék, éttermek)
- Fogyasztók és azok szövetségei
- Véleményformálók

4. Fő üzenetek

- Az oltalom alatt álló neveket viselő termékek a földrajzi származásukkal kapcsolatos különleges jellegzetességekkel bírnak. A OEM-mel rendelkező termékek esetében a termékek minősége vagy jellegzetességei alapvetően vagy kizárólagosan az adott földrajzi környezettel kapcsolatosak (annak sajátos természeti és emberi tényezőivel együtt). Az OFJ-vel rendelkező termékek esetében a termékek a földrajzi származásnak tulajdonítható különleges minőséggel vagy jó hírnévvel bírnak, és a termelés, feldolgozás vagy elkészítés közül legalább az egyik szakaszban tetten érhető ez a földrajzi kapcsolat.
- A HKT jelölésű termékek különleges jellegzetességei a hagyományos, speciális előállítási módszereknek vagy a hagyományos nyersanyagok használatának köszönhetőek.

- A közösségi OEM, OFJ és HKT logók olyan szimbólumok, amelyeket a Közösség egész területén a termelés különleges feltételeinek — amely lehet a földrajzi származáshoz vagy a hagyományhoz kapcsolódó — megfelelő és ellenőrzött termék ismérveként értelmeznek.
- Az érintett termékek minőségének egyéb vetületei (biztonságosság, tápérték, íz, nyomon követhetőség).
- Néhány OEM, OFJ vagy HKT termék bemutatásán keresztül annak szemléltetése, hogy azok a termékek, amelyek nevét az oltalmi szabályozásokban jegyzékbe vették, a termékek értéknövekedése lehetőségének sikeres példái.
- Ezek az oltalmi szabályozások fenntartják a Közösség kulturális örökségét, támogatják a mezőgazdasági termelés sokszínűségét, valamint a tájjelleg fenntartását.

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (internetes oldalak)
- PR-kapcsolatok a médiával (pl. szakújságírók, női magazinok, gasztronómiai lapok)
- Kapcsolattartás a fogyasztói szövetségekkel
- Tájékoztatás és bemutató az értékesítési helyeken
- Audiovizuális média (többek között célzatos tv-reklámok)
- Írásos anyagok (szórólapok, prospektusok stb.)
- Részvétel kereskedelmi vásárokon és kiállításokon
- Tájékoztatás és oktató szemináriumok/intézkedések az OEM, OFJ és HKT közösségi szabályozások működésével kapcsolatban

6. A programok időtartama

12—36 hónap. Elsőbbséget élveznek a minden időszakra egyértelmű célkitűzéseket és stratégiát meghatározó többéves programok

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

3 millió euro

TÁJÉKOZTATÁS A LEGKÜLSŐ RÉGIÓK ESETÉBEN ALKALMAZOTT EMBLÉMÁRÓL

1. Helyzetértékelés

Ez az iránymutatás a Közösség legkülső régióira vonatkozik, amint azt a Szerződés 299. cikkének (2) bekezdése meghatározza. A külső értékelő tanulmány megállapításai szerint a legkülső régiókra alkalmazott emblémával (logó) kapcsolatban a Közösség által 1998—1999-ben szervezett tájékoztató kampányt nagy érdeklődéssel fogadták az ágazat szereplői.

Ennek eredményeként több termelő és feldolgozó is kérte minőségi termékei tekintetében a logó használatának engedélyét.

Tekintetbe véve ezen első kampány rövidegét, célszerű a logó különféle célcsoportok körében való ismertségének javítását továbbra is fokozni, a logó jelentését és előnyeit bemutató tájékoztató intézkedések fenntartásával.

2. Célkitűzések

- A logó létének, jelentésének és előnyeinek ismertetése
- Az érintett területek termelőinek és feldolgozóinak a logó használatára történő ösztönzése
- A logó ismertségének növelése a forgalmazók és fogyasztók körében

3. Célcsoportok

- Helyi termelők és feldolgozók
- Forgalmazók és fogyasztók
- Véleményformálók

4. Fő üzenetek

- A termék jellegzetes és természetes
- A termék a Közösség egyik régiójából származik
- Minőség (biztonságosság, tápérték és ízvilág, termelési módszer, kapcsolat a származási hellyel)
- A termék egzotikus jellege
- A kínálat változatossága, beleértve a szezonon kívüli időszakokat
- Nyomon követhetőség

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (internetes oldal stb.)
- Telefonos információs vonalak
- PR-kapcsolatok a médiával (pl. szakújságírók, női magazinok, gasztronómiai lapok)
- Bemutatók tartása az értékesítési helyeken, vásárokon, kiállításokon stb.
- Kapcsolattartás orvosokkal és táplálkozási szakértőkkel
- Egyéb csatornák (szórólapok, prospektusok, receptek stb.)
- Audiovizuális média
- Hirdetések a helyi és szaksajtóban

6. A programok időtartama

12—36 hónap

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

1 millió euro

BIOGAZDÁLKODÁS SORÁN ELŐÁLLÍTOTT TERMÉKEK

1. Helyzetértékelés

A biogazdálkodással előállított termékek fogyasztása különösen a városi lakosság körében népszerű, de e termékek piaci részesedése még mindig elég csekély.

A biogazdálkodás mint termelési módszer jellegzetességeinek ismertsége a fogyasztók és más érdekcsoportok körében növekedőben van, de még mindig meglehetősen alacsony.

A bioélelmiszerekre és a biogazdálkodásra vonatkozó közösségi cselekvési tervben ⁽¹⁾ tájékoztató és promóciós intézkedések a bioélelmiszerek kereslete fokozásának kulcsfontosságú eszközei.

2. Célkitűzések

A tájékoztató és promóciós kampányoknak nem szabad egy vagy néhány kiválasztott termékre összpontosítaniuk, jóval inkább termékcsoportokra vagy a biogazdálkodás formáira - ahogy azt egy vagy több tagállam egy vagy több területén alkalmazzák - kell irányulniuk.

E kampányok célkitűzései a következők:

- a bioélelmiszerek fogyasztásának ösztönzése,
- a fogyasztók tájékozottságának javítása a címkézés — ideértve a biotermékek közösségi logóját is — tekintetében,

(1) COM(2004) 415 végleges.

- széles körű tájékoztatás nyújtása és az ismertség javítása a biogazdálkodás előnyeire vonatkozóan, különös tekintettel a környezetvédelemre, az állatjólétre, a tájjelleg fenntartására és a vidéki térségek fejlesztésére,
- széles körű tájékoztatás nyújtása a biogazdálkodás közösségi szabályozásának tartalmáról és működéséről,
- a biogazdálkodásban még részt nem vevő egyéni termelők, feldolgozók, valamint a termelő/feldolgozó/kiskereskedő csoportok ösztönzése az e termelési módszerre való áttérésre; a kiskereskedők, kiskereskedői csoportok és éttermek biztatása a biotermékek értékesítésére.

3. Célcsoportok

- Általánosságban véve a fogyasztók; fogyasztói szövetségek és bizonyos fogyasztói csoportok
- Véleményformálók
- Forgalmazók (élelmiszer-áruházak, nagykereskedők, szakosodott kiskereskedők, vendéglátók, étkezdék, éttermek), élelmiszer-feldolgozók
- Oktatók és iskolák

4. Fő üzenetek

- A biotermékek természetesen, jól illeszkednek modern mindennapjainkhoz, élvezet őket fogyasztani. A környezetet és állatjólétet különösen tiszteletben tartó termelési módszerek termékei. A biogazdálkodás a mezőgazdasági termelés sokszínűségét és a tájjelleg fenntartását szolgálja.
- A termékekre szigorú termelési és ellenőrzési előírások vonatkoznak, ideértve a teljes körű nyomon követhetőséget, amely biztosítja, hogy a termékek bioellenőrzési rendszerrel rendelkező gazdaságokból származnak.
- A „bio”, „ökológiai” és „biológiai”, illetve a más nyelvekben ezekkel azonos jelentésű szavak élelmiszer-ipari termékekkel kapcsolatos használatát jogszabályok védik.
- A közösségi logó a biotermékeknek a Közösség egész területén elfogadott jele, amely azt jelzi, hogy a termékek megfelelnek a magas szintű közösségi termelési követelményeknek, valamint szigorú ellenőrzéseken estek át. A közösségi logóról nyújtott tájékoztatást ki lehet egészíteni a tagállamokban bevezetett logókra vonatkozó tájékoztatással.
- Ki lehet emelni az érintett termékek minőségének egyéb vetületeit (biztonságosság, tápérték, íz).

5. Fő kommunikációs csatornák

- Elektronikus csatornák (internetes oldalak)
- Telefonos információs vonalak
- PR-kapcsolatok a médiával (szakújságírók, női magazinok, gasztronómiai lapok, élelmiszeripari sajtó)
- Kapcsolattartás a fogyasztói szövetségekkel
- Az értékesítési helyeken nyújtott tájékoztatás
- Intézkedések iskolákban
- Audiovizuális média (többek között célzatos tv-reklámok)
- Írásos anyagok (szórólapok, prospektusok stb.)
- Részvétel kereskedelmi vásárokon és kiállításokon
- Tájékoztatás és oktató szemináriumok/intézkedések a bioélelmiszerekre és biogazdálkodásra vonatkozó közösségi szabályozás működésével kapcsolatban

6. A programok időtartama

12–36 hónap. Elsőbbséget élveznek a minden időszakra egyértelmű célkitűzéseket és stratégiát meghatározó többéves programok

7. Az ágazat éves, indikatív költségvetése

3 millió euro
