

I

(Tiesību akti, kuru publicēšana ir obligāta)

KOMISIJAS REGULA (EK) Nr. 1071/2005

(2005. gada 1. jūlijs),

ar ko paredz sīki izstrādātus noteikumus par to, kā piemērot Padomes Regulu (EK) Nr. 2826/2000 par informācijas un veicināšanas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū

EIROPAS KOPIENU KOMISIJA,

ņemot vērā Eiropas Kopienas dibināšanas līgumu,

ņemot vērā Padomes 2000. gada 19. decembra Regulu (EK) Nr. 2826/2000 par informācijas un veicināšanas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū ⁽¹⁾, un jo īpaši tās 4. pantu, 5. panta 1. punktu un 6. un 12. pantu,

tā kā:

(1) Ievērojot pēdējo gadu pieredzi, ir nepieciešams ieviest grozījumus Komisijas 2002. gada 18. janvāra Regulā (EK) Nr. 94/2002, ar ko paredz sīki izstrādātus noteikumus par to, kā piemērot Padomes Regulu (EK) Nr. 2826/2000 par informācijas un veicināšanas pasākumiem attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū ⁽²⁾. Rūpējoties par skaidrību un racionalitāti, nepieciešams atsaukt minēto regulu un to aizstāt ar jaunu regulu.

(2) Rūpējoties par labu vadību, nepieciešams paredzēt izveidot un regulāri atjaunot pasākumu tēmu un produktu sarakstu, kas iekļaujami informācijas un veicināšanas pasākumos attiecībā uz lauksaimniecības produktiem iekšējā tirgū, nozīmēt par šīs regulas piemērošanu kompetentās valsts iestādes, kā arī programmu ilgumu.

(3) Rūpējoties par patērētāju informēšanu un aizsardzību, nepieciešams paredzēt, ka visas ziņas par lauksaimniecības pārtikas produktu uzturvērtību, kas programmas ietvaros domātas patērētājiem vai citai mērķauditorijai, pamatotos uz zinātniski atzītas bāzes un šīs informācijas avoti būtu atzīti.

(4) Lai izvairītos no konkurences izkropļošanas riska, nepieciešams noteikt vadlīnijas un galvenos virzienus to pārtikas produktu jomā, kuri būtu iekļauti informācijas un veicināšanas kampaņās.

(5) Rūpējoties par juridisku drošību, nepieciešams precizēt, ka piedāvātajām programmām jāievēro Kopienas tiesību normu kopums attiecīgo produktu un to tirdzniecības jomā, kā arī minētās vadlīnijas.

(6) Nepieciešams noteikt programmu iesniegšanas un izpildītāju organizāciju izvēles procedūru, lai tādējādi nodrošinātu plašāku konkurenci un pakalpojumu brīvu apriti, it īpaši ievērojot noteikumus Padomes 1992. gada 18. jūnija Direktīvā 92/50/EEK par procedūru koordinēšanu valsts pakalpojumu līgumu piešķiršanai gadījumos, kad piedāvātāja organizācija ir valsts iestāde ⁽³⁾.

(7) Lai nodrošinātu Kopienas tiesību normu ievērošanu un īstenojamo darbību efektivitāti, nepieciešams noteikt kritērijus programmu izvēlei no dalībvalstu puses un kritērijus programmu izvēlei Komisijā. Pēc programmu izskatīšanas Komisija lemj par pieņemtajām programmām un tām piešķirto budžetu.

(8) Ja programmās ieinteresētas vairākas dalībvalstis, nepieciešami pasākumi, kas nodrošinātu saskaņošanu to starpā programmu iesniegšanas un izskatīšanas procesā.

(9) Rūpējoties par labu finanšu vadību, programmās jāprecizē dalībvalstu un piedāvātāju organizāciju finansiālās līdzdalības nosacījumi.

⁽¹⁾ OV L 328, 23.12.2000., 2. lpp. Regulā grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 2060/2004 (OV L 357, 2.12.2004., 3. lpp.).

⁽²⁾ OV L 17, 19.1.2002., 20. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 422/2005 (OV L 68, 15.3.2005., 5. lpp.).

⁽³⁾ OV L 209, 24.7.1992., 1. lpp. Direktīva atcelta no 2006. gada 31. janvāra ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 2004/18/EK (OV L 134, 30.4.2004., 114. lpp.).

- (10) Dažādie nosacījumi saistību izpildei jāietver līgumos, kas tiek slēgti starp ieinteresētajām pusēm un kompetentajām valsts iestādēm saprātīgos termiņos, balstoties uz līgumu paraugiem, ko Komisija nodevusi dalībvalstu rīcībā.
- (11) Lai izvairītos no dubultas finansēšanas riska, nepieciešams izslēgt no atbalsta saskaņā ar Regulu (EK) Nr. 2826/2000 informācijas un veicināšanas pasākumus, kas saņem atbalstu saskaņā ar Padomes 1999. gada 17. maija Regulu (EK) Nr. 1257/1999 par Eiropas Lauksaimniecības virzības un garantiju fonda (ELVGF) atbalstu lauku attīstībai un dažu regulu grozīšanu un atcelšanu ⁽¹⁾.
- (12) Lai nodrošinātu labu līguma izpildi, līgumslēdzējai pusei nepieciešams uzrādīt garantijas kompetentās valsts iestādes interesēs, kas sastādītu 15 % no Kopienas un attiecīgo dalībvalstu ieguldījuma. Šai pašā nolūkā garantijām jātiek piedāvātām avansa pieprasīšanas gadījumā katra gada fāzē.
- (13) Jānosaka pārbaude, ko veic dalībvalstis.
- (14) Jāprecizē, ka līgumos paredzēto pasākumu izpilde ir galvenā prasība saskaņā ar 20. pantu Komisijas 1985. gada 22. jūlija Regulā (EEK) Nr. 2220/85, ar ko nosaka kopējus sīki izstrādātus noteikumus garantijas ķīlu sistēmas piemērošanai lauksaimniecības produktiem ⁽²⁾.
- (15) Budžeta pārvaldes prasībām nepieciešams paredzēt naudas sankcijas gadījumos, kad starpmaksājumu pieprasījums nav iesniegts vai tā termiņš nav ievērots vai — kavējuma gadījumā — kad dalībvalstis nav veikušas maksājumus.
- (16) Rūpējoties par labu finanšu vadību un lai izvairītos no riska, kad paredzētie maksājumi no Kopienas izsīkuši un izmaksājamas summas vairs nav atlikušas, jāparedz, lai avanss un dažādi starpmaksājumi nevarētu pārsniegt 80 % no Kopienas un dalībvalstu ieguldījuma. Šā paša iemesla dēļ atlikuma pieprasījumam jānonāk kompetentajā valsts iestādē noteiktajā termiņā.
- (17) Visām dalībvalstīm nepieciešams pārbaudīt visus informācijas un veicināšanas materiālus, kas izstrādāti programmu ietvaros. Jānosaka to tālākas izmantošanas nosacījumi pēc programmas beigām.
- (18) Ņemot vērā iegūto pieredzi un lai uzraudzītu labu programmu izpildi, nepieciešams precizēt pārraudzības noteikumus, ko veic šai nolūkā ar Regulu (EK) Nr. 2826/2000 izveidota grupa.
- (19) Dalībvalstīm nepieciešams veikt pārbaudes par darbību izpildi, un Komisijai jābūt informētai par pārbaudīto rezultātiem, ko paredz šī regula. Rūpējoties par labu finanšu vadību, nepieciešams paredzēt sadarbību starp dalībvalstīm tajos gadījumos, kad pasākumi tiek īstenoti citā dalībvalstī nekā tā, kurā atrodas kompetentā līgumslēdzēja organizācija.
- (20) Lai efektīvi aizsargātu Kopienas finanšu intereses, nepieciešams pieņemt atbilstīgus pasākumus cīņai pret krāpšanu un nopietnu nevērību. Šim nolūkam jāizveido naudas atgūšanas un soda sankcijas.
- (21) Nepieciešams skaidri noteikt, ka vairāku gadu programmās iekšējā novērtējuma ziņojumam jātiek iesniegtam katras gada fāzes beigās, pat tad, ja nav iesniegts neviens maksājumu pieprasījums.
- (22) Procentu likme, kas jāmaksā neatļauta maksājuma saņēmējam, jānosaka ar procentu likmi attiecībā uz neatmaksātiem kredītiem to izbeigšanās datumā, kas minēta 86. pantā Komisijas 2002. gada 23. decembra Regulas (EK Euratom) Nr. 2342/2002, ar ko paredz īstenošanas kārtību Padomes Regulai (EK, Euratom) Nr. 1605/2002 par Finanšu regulu, ko piemēro Eiropas Kopienų vispārējam budžetam ⁽³⁾.
- (23) Lai atvieglotu pāreju no Regulas (EK) Nr. 94/2002 uz šo regulu, nepieciešams pieņemt pārejas pasākumus informācijas un veicināšanas programmām, kuras Komisija nolēmusi finansēt pirms šīs regulas stāšanās spēkā.
- (24) Šajā regulā paredzētie pasākumi ir saskaņā ar atzinumu, kas sniegts Apvienotās pārvaldības komitejas lauksaimniecības produktu veicināšanas jautājumos sanāksmē,

⁽¹⁾ OV L 160, 26.6.1999., 80. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 2223/2004 (OV L 379, 24.12.2004., 1. lpp.).

⁽²⁾ OV L 205, 3.8.1985., 5. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 673/2004 (OV L 105, 14.4.2004., 17. lpp.).

⁽³⁾ OV L 357, 31.12.2002., 1. lpp.

IR PIENĒMUSI ŠO REGULU.

1. NODAĻA

VISPĀRĒJIE NOTEIKUMI

1. pants

Mērķis un definīcija

Šī regula nosaka Regulas (EK) Nr. 2826/2000 piemērošanas nosacījumus attiecībā uz šīs regulas 6. panta 1. punktā minēto programmu izstrādāšanu, izvēli, īstenošanu, finansēšanu un pārbaudi, kā arī noteikumus, kas piemērojami programmām ar dalībvalstu un Kopienas līdzfinansējumu, kas minētas šīs regulas 7. panta 1. punktā.

“Programma” ir saskaņotu pasākumu kopums, kas ir pietiekami plaši, lai veicinātu informācijas uzlabošanu par attiecīgajiem produktiem, kā arī to noietu.

2. pants

Kompetento valsts iestāžu nozīmēšana

Dalībvalstis nozīmē kompetentās valsts iestādes, kam uzdots īstenot šo regulu (turpmāk — “kompetentās valsts iestādes”).

Tās paziņo Komisijai pilnus nozīmēto iestāžu nosaukumus un adreses, kā arī jebkuras izmaiņas šajā sakarā.

Komisija publisko šo informāciju atbilstīgā formā.

3. pants

Programmas ilgums

Programmas tiek īstenotas īsākais gada periodā un ilgākais triju gadu periodā, sākot ar līguma stāšanos spēkā, kas minēts attiecīgi 11. panta 1. punktā.

4. pants

Programmu ietvaros izplatītā informācijas un veicināšanas satura raksturojums

1. Ievērojot kritērijus, kas minēti Regulas (EK) Nr. 2826/2000 3. pantā, jebkuram veicināšanas un/vai informācijas ziņo-

jumam, kas domāts patērētājiem un cita veida mērķauditorijai programmas ietvaros (turpmāk — “ziņojums”), jāpamatojas uz attiecīgajam produktam piemītošajām kvalitatīvajām vai raksturīgajām īpašībām.

2. Jebkura norāde uz produkta izcelsmi ir sekundāra attiecībā pret galveno kampaņas ietvērto ziņojumu. Tomēr norāde par produkta izcelsmi var parādīties informācijas vai veicināšanas pasākuma ietvaros, kad apzīmējums atbilst Kopienas noteikumiem vai tipiska produkta pazīme ir vajadzīga veicināšanas vai informācijas pasākumu ilustrēšanai.

3. Izplatāmajā informācijā jebkurām atsaucēm par attiecīgo produktu iedarbību uz patērētāja veselību jāpamatojas uz vispārēji atzītiem zinātniskiem datiem.

Šai informācijai jābūt pieņemtai kompetentajā valsts iestādē, kas atbild par sabiedrības veselību.

Nozares organizācija vai starpnozaru organizācija, kas minēta Regulas (EK) Nr. 2826/2000 6. panta 1. punktā un piedāvā programmu, nodod attiecīgās dalībvalsts un Komisijas rīcībā zinātnisko pētījumu sarakstu un sertificētu zinātnisko institūciju atzinumus, uz kuriem pamatojas informācija par programmu, kas atsaucas uz iedarbību uz veselību.

5. pants

Tēmu un produktu saraksts

Tēmu un produktu saraksts, kas minēts Regulas (EK) Nr. 2826/2000 3. pantā, atrodams šīs regulas I pielikumā.

Tas tiek atjaunots reizi divos gados līdz 31. martam.

6. pants

Programmas ar dalībvalstu un Kopienas līdzfinansējumu

Gadījumā, kad tiek piemērots Regulas (EK) Nr. 2826/2000 7. pants, tiek piemērota šīs regulas 8. panta 1., 2. un 3. punkta, kā arī 10. līdz 19. panta procedūra.

Šādām programmām līgumi tiek slēgti starp attiecīgajām dalībvalstīm un izvēlētajām izpildītājām organizācijām.

2. NODAĻA

**REGULAS (EK) NR. 2826/2000 6. PANTĀ MINĒTO
PROGRAMMU IZVĒLE**

7. pants

Programmu iesniegšana un iepriekšēja izvēle dalībvalstīs

1. Lai īstenotu pasākumus, kas iekļauti programmās, ieinteresētā dalībvalsts ik gadu izsludina piedāvājumu konkursu.

Vēlākais 30. novembrī Kopienas nozares vai starpnozaru organizācijas, kas pārstāv atbilstošo nozari vai nozares (turpmāk sauktas par "piedāvātājām organizācijām"), iesniedz dalībvalstī savas programmas.

Programmas tiek izstrādātas Komisijas noteiktā formātā, kas pieejams tās tīmekļa vietnē. Šī forma tiek pievienota pirmajā daļā minētajam piedāvājumu konkursam.

2. Programmām, kas iesniegtas saskaņā ar 1. punktu, jāatbilst:

- a) Kopienas tiesību normām par attiecīgajiem produktiem un to tirdzniecību;
- b) vadlīnijām virzīšanai iekšējā tirgū, kas minētas Regulas (EK) Nr. 2826/2000 5. pantā un atrodamas šīs regulas II pielikumā;
- c) specifikācijām, kas satur ieinteresētajām dalībvalstīm domātus izslēgšanas, izvēles un piespiedu kritērijus.

Programmām jābūt pietiekami labi izstrādātām, lai tās atbilstu piemērojamajiem noteikumiem un varētu tikt izvērtētas attiecības starp izmaksām un efektivitāti.

Dalībvalstis izveido programmu pagaidu sarakstu, ko tās izvēlējušās, pamatojoties uz pirmās daļas c) punktā minētajās specifikācijās noteiktajiem kritērijiem.

3. Šo programmu īstenošanai katra piedāvātāja organizācija konkursa kārtībā pēc dalībvalsts pārbaudītiem un atbilstīgajiem līdzekļiem izvēlas vienu vai vairākas izpildītājas organizācijas. Gadījumā, kad šī izvēle notikusi pirms programmas iesniegšanas, izpildītāja organizācija var piedalīties tās izstrādāšanā.

4. Ja plāno programmu, kas ieinteresējusi vairākas dalībvalstis, tad attiecīgās dalībvalstis vienojas par programmas izvēli

un izvirza koordinējošo dalībvalsti. Tās apņemas piedalīties programmu finansēšanā saskaņā ar šīs regulas 10. panta 2. punktu un izveidot savstarpēju administratīvo sadarbību, lai atvieglotu programmas pārraudzību, izpildi un pārbaudi.

8. pants

Programmu izvēle Komisijā

1. Katru gadu līdz 15. februārim dalībvalstis nosūta Komisijai 7. panta 2. punktā minēto sarakstu, nepieciešamības gadījumā iekļaujot izvēlēto izpildītāju organizāciju sarakstu, ja tās jau izvēlētas saskaņā ar 7. panta 3. punktu, kā arī programmu kopijas.

Ja programmas ieinteresējušas vairākas dalībvalstis, šo paziņojumu sastāda, attiecīgajām dalībvalstīm kopīgi vienojoties.

2. Ja Komisija konstatē pilnīgu vai daļēju iesniegtās programmas neatbilstību Kopienas tiesību normām vai vadlīnijām par virzīšanu iekšējā tirgū un tādējādi tās pilnīgu vai daļēju neatbilstību, tā par to informē attiecīgās dalībvalstis sešdesmit kalendāro dienu laikā, sākot ar 7. panta 2. punktā minētā saraksta saņemšanu.

3. Saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 2826/2000 6. panta 3. punkta trešo daļu dalībvalstis nosūta labotās programmas Komisijai trīsdesmit kalendāro dienu laikā pēc šā panta 2. punktā minētās informēšanas.

Pēc laboto programmu pārbaudīšanas saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 2826/2000 13. panta 2. punktā minēto procedūru Komisija līdz 30. jūnijam nolemj, kuras programmas tā var līdzfinansēt indikatīvo budžetu ietvaros, kas atrodami šīs regulas II pielikumā.

4. Piedāvātāja organizācija ir atbildīga par izvēlētajās programmas labu izpildi un pārvaldību.

9. pants

Izpildītāju organizāciju apstiprināšana

1. Izpildītājas organizācijas izvēli saskaņā ar 7. panta 3. punktu apstiprina dalībvalsts un informē par to Komisiju līdz 11. panta 1. punktā minētā līguma parakstīšanai.

Dalībvalsts pārbauda, vai izvēlētajai izpildītājai organizācijai ir nepieciešamie finanšu un tehniskie līdzekļi, lai nodrošinātu pasākumu visefektīvāko izpildi saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 2826/2000 10. panta 1. punktu. Tā informē Komisiju par šim nolūkam piemēroto procedūru.

2. Piedāvātāja organizācija var izpildīt dažas programmas daļas, kā tas paredzēts Regulas (EK) Nr. 2826/2000 6. panta 5. punktā tikai ar šādiem nosacījumiem:

- a) izpildes piedāvājums atbilst Regulas (EK) Nr. 2826/2000 10. panta 1. punkta nosacījumiem;
- b) piedāvātājai organizācijai ir vismaz piecu gadu pieredze šāda tipa pasākumu īstenošanā;
- c) piedāvātājas organizācijas īstentās programmas daļa nesastāda vairāk kā 50 % no kopējām izmaksām, izņemot pienācīgi pamatotos izņēmuma gadījumus un ar Komisijas rakstisku atļauju;
- d) piedāvātāja organizācija pārliecinās, ka pasākumu izmaksas, ko tā pati gatavojas īstenot nepārsniedz vidējās tirgus cenas.

Dalībvalsts pārbauda, vai šie nosacījumi tiek ievēroti.

3. Gadījumā, kad piedāvātāja organizācija ir valsts iestāde Direktīvas 92/50/EKK 1. panta b) punkta otrās daļas nozīmē, dalībvalstis veic nepieciešamos pasākumus, lai piedāvātājas valsts iestādes ievērotu minētās direktīvas noteikumus.

3. NODAĻA

PROGRAMMU FINANSĒŠANA

10. pants

Finansējuma daļas

1. Kopienas finansējuma daļa tiek iemaksāta ieinteresētajām dalībvalstīm.

2. Gadījumā, kad vairākas dalībvalstis piedalās programmas finansēšanā, to finansējuma daļu papildina piedāvātāja organizācija, kas izveidota attiecīgās dalībvalsts teritorijā. Šajā gadījumā, nepārkāpjot Regulas (EK) Nr. 2826/2000 9. pantu, Kopienas finansējums nepārsniedz 50 % no kopējām programmas izmaksām.

3. Finansējuma daļas, kas paredzētas Regulas (EK) Nr. 2826/2000 9. pantā, jāparāda programmā, kas tiek iesniegta Komisijai.

4. Informācijas un veicināšanas pasākumi, kas saņem atbalstu saskaņā ar Regulu (EK) Nr. 1257/1999, nevar izmantot Kopienas finansiālo atbalstu saskaņā ar šo regulu.

11. pants

Līgumu slēgšana un garantiju ķīlu iesniegšana

1. Tiklīdz ir pieņemts Komisijas lēmums, kas minēts 8. panta 3. punktā, dalībvalsts informē katru piedāvātāju organizāciju, vai to pieteikums ir apstiprināts.

Dalībvalstis slēdz līgumus ar izvēlētajām piedāvātājām organizācijām deviņdesmit kalendāro dienu laikā pēc Komisijas lēmuma izziņošanas, kas minēts 8. panta 3. punktā. Pēc šā termiņa beigām neviens līgums vairs nevar tikt noslēgts bez Komisijas iepriekšējas piekrišanas.

2. Dalībvalstis izmanto līgumu paraugus, ko Komisija nodod to rīcībā.

Nepieciešamības gadījumā dalībvalstis var mainīt dažus parauglīgumu nosacījumus, lai ievērotu nacionālo likumdošanu, tomēr tikai tādā gadījumā, ja tas nav pretrunā ar Kopienas likumdošanu.

3. Līgums var tikt noslēgts starp abām pusēm tikai tad, kad piedāvātāja organizācija saskaņā ar Regulas (EEK) Nr. 2220/85 III sadaļu iesniegusi dalībvalsts interesēs garantiju ķīlas 15 % apjomā no maksimālā Kopienas un attiecīgo dalībvalstu gada finansējuma, lai nodrošinātu labu līguma izpildi.

Tomēr, ja līgumslēdzēja puse ir valsts iestāde vai atrodas valsts iestādes pārraudzībā, tad kompetentā iestāde var pieņemt no pārraugošās iestādes rakstiskas garantijas, kas atbilst pirmajā daļā minētajiem procentiem ar nosacījumu, ja šī pārraugošā iestāde apņemas nodrošināt to, ka:

a) saistības, ko līgumslēdzējs uzņēmies, tiek pienācīgi izpildītas un

b) saņemtās summas tiek pienācīgi izlietas, pildot saistības.

Šo garantiju ķīlu iesniegšanas apliecinājumam jānonāk dalībvalsts rīcībā līdz 1. punktā minētā termiņa beigām.

4. Regulas (EEK) Nr. 2220/85 20. panta izpratnē galvenā prasība ir līgumā noteikto pasākumu izpilde.

13. pants

5. Dalībvalsts nekavējoties nosūta līguma un garantiju ķīlas iesniegšanas pierādījuma kopiju Komisijai.

Starpmaksājumi

Tā iesniedz arī līguma kopiju, ko noslēgusi izvēlēta organizācija ar izpildītāju organizāciju. Pēdējais līgums paredz obligātu prasību, lai izpildītāja organizācija tiktu pakļauta 20. pantā minētajām pārbaudēm.

1. Kopienas un dalībvalstu finansējuma starpmaksājumu pieprasījumus piedāvātājas organizācijas iesniedz dalībvalstīm līdz nākamā kalendārā mēneša beigām, kas seko katra ceturkšņa beigām, kas tiek rēķināts, sākot ar 11. panta 1. punktā minētā līguma noslēgšanas datumu.

12. pants

Avansu izmaksāšana

1. Trīsdesmit kalendāro dienu laikā pēc 11. panta 1. punktā minētā līguma parakstīšanas un vairāku gadu programmu gadījumā, trīsdesmit dienu laikā, kas seko katrai divpadsmit mēnešu fāzei, līgumslēdzēja puse var iesniegt dalībvalstij avansa pieprasījumu kopā ar garantiju ķīlu, kas minēta šā panta 3. punktā. Pēc termiņa beigām avanss vairs nevar tikt pieprasīts.

Šie pieprasījumi attiecas uz maksājumiem, kas veikti attiecīgajā trīs mēnešu periodā, un tiem pievieno finanšu pārskata kopsavilkumu, attiecīgo rēķinu un apliecināšu dokumentu kopijas un starpatskaiti par līguma izpildi minēto triju mēnešu periodā (turpmāk — “ceturkšņa atskaite”). Ja minētā ceturkšņa laikā netika veikts neviens maksājums vai nenotika neviens pasākums, šie dokumenti tiek nodoti kompetentajai valsts iestādei pirmajā daļā minētajā termiņā.

Katrs avanss sedz augstākais 30 % no Kopienas, kā arī attiecīgās dalībvalsts vai dalībvalstu gada ieguldījuma summas, kas attiecīgi minēts Regulas (EK) Nr. 2826/2000 9. panta 2. un 3. punktā.

Izņemot *force majeure* apstākļus, katra starpmaksājuma pieprasījuma, kam pievienoti otrajā daļā minētie dokumenti, iesniegšana ar novēlošanos izraisa ikmēneša maksājuma samazināšanos par 3 % par pilnu kavējuma mēnesi.

2. Katra avansa izmaksai no dalībvalsts puses jānotiek trīsdesmit kalendāro dienu laikā pēc avansa pieprasījuma iesniegšanas. Kavējuma gadījumā tiek piemēroti Komisijas Regulas (EK) Nr. 296/96 ⁽¹⁾ 4. panta noteikumi.

2. Starpmaksājumu izmaksas tiek pakļautas 1. punkta otrajā daļā minētajām pārbaudēm no dalībvalsts puses.

3. Avansu izmaksā ar nosacījumu, ka piedāvātāja organizācija iesniedz dalībvalstij garantijas ķīlu 110 % apmērā no šā avansa saskaņā ar Regulas (EEK) Nr. 2220/85 III sadaļas nosacījumiem. Dalībvalsts nekavējoties nosūta Komisijai katra avansa pieprasījuma kopiju un attiecīgās garantijas.

3. Starpmaksājumi un avansa maksājumi, kas minēti 12. pantā, nevar pārsniegt 80 % no Kopienas un attiecīgo dalībvalstu gada finanšu ieguldījuma kopējā apjoma, kas minēts attiecīgi Regulas (EK) Nr. 2826/2000 9. panta 2. un 3. punktā. Tiklīdz ir sasniegts šis līmenis, neviens jauns starpmaksājuma pieprasījums nevar tikt iesniegts.

Tomēr, ja līgumslēdzēja organizācija ir valsts iestāde vai darbojas valsts iestādes pārraudzībā, tad kompetentā valsts iestāde no šīs pārraugošās iestādes var pieņemt rakstiskas garantijas, kas atbilst iepriekšējā daļā minētajiem procentiem, ar nosacījumu, ka šī pārraugošā iestāde apņemas iemaksāt garantiju ķīlas segto summu gadījumā, ja konstatē nepamatotu avansa izmaksu.

14. pants

Atlikuma izmaksāšana

⁽¹⁾ OV L 39, 17.2.1996., 5. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 605/2005 (OV L 100, 20.4.2005., 11. lpp.).

1. Atlikuma izmaksas pieprasījumu piedāvātāja organizācija iesniedz dalībvalstij četru mēnešu laikā pēc 11. panta 1. punktā minētā līguma paredzēto gada pasākumu pabeigšanas.

Lai to uzskatītu par pareizi iesniegtu, pieprasījumam jāpievieno atskaite (turpmāk — “gada atskaite”) ar vairākām sastāvdaļām:

- a) veikto darbu kopsavilkums un atskaites datumā konstatēto iegūto rezultātu novērtējums;
- b) finanšu pārskata kopsavilkums, uzrādot plānotos un īstenotos izdevumus,

Gada atskaitē jāpievieno rēķinu un apliecinājošu dokumentu kopijas par veiktajiem izdevumiem.

Izņemot *force majeure* gadījumu, atlikuma izmaksas pieprasījuma iesniegšana ar novēlošanos izraisa ikmēneša atlikuma maksājuma samazināšanos par 3 % par pilnu kavējuma mēnesi.

2. Atlikuma izmaksa var notikt tikai ar nosacījumu, ka dalībvalsts ir pārbaudījusi 1. punkta trešajā daļā minētos rēķinus un apliecinājošos dokumentus.

Ja nav pilnībā izpildīta galvenā prasība, kas minēta 11. panta 4. punktā, tad proporcionāli samazina izmaksājamo atlikumu.

15. pants

Dalībvalsts maksājumi

Dalībvalsts veic 13. un 14. punktā paredzētos maksājumus sešdesmit kalendāro dienu laikā, sākot ar maksājuma pieprasījuma saņemšanu.

Tomēr šis termiņš var tikt pagarināts jebkurā šo sešdesmit dienu perioda laikā pēc pirmā maksājuma pieprasījuma iereģistrēšanas, paziņojot kreditorai līgumslēdzējai pusei, ka tās pieprasījums nav pieņemams, vai nu tādēļ, ka attiecīgā summa tai nepienākas, vai tādēļ, ka nav iesniegti attaisnojošie dokumenti attiecībā uz visiem papildu pieprasījumiem, vai arī tādēļ, ka dalībvalsts uzskata par nepieciešamu saņemt papildu ziņas vai veikt pārbaudes. Termiņš atkal tiek atjaunots, sākot ar pieprasīto ziņu saņemšanu vai pēc dalībvalsts veiktās pārbaudes, kam jātiek attiecīgi nodotām vai veiktām trīsdesmit kalendāro dienu laikā, sākot ar paziņošanu.

Izņemot *force majeure* gadījumu, jebkura kavēšanās maksājumos izraisa Komisijas izmaksātās mēneša avansa summas samazinājumu dalībvalstij saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 296/96 4. panta noteikumiem.

16. pants

Garantijas

1. 12. panta 3. punktā minētās garantiju ķīlas tiek atbrīvotas tādā apjomā, kādā galīgās tiesības uz avansēto summu tikušas noteiktas attiecīgajā dalībvalstī.

2. 11. panta 3. punktā minētās garantijas ir spēkā līdz atlikuma izmaksāšanai un tiek atbrīvotas ar kompetentās valsts iestādes vēstuli par atbrīvošanu no garantijām.

Atbrīvošana no garantiju ķīlas notiek 15. pantā paredzētajos termiņos un nosacījumos atlikuma izmaksai.

3. Saņemtās garantijas, kā arī piemērotās soda naudas tiek atreķinātas no ELVGF Garantiju nodaļas deklarētajiem izdevumiem no daļas, kas atbilst Kopienas līdzfinansējumam.

17. pants

Komisijai iesniedzamie dokumenti

1. Gada atskaite tiek iesniegta pēc katras gada fāzes beigām pat tad, kad neviens atlikuma izmaksas pieprasījums nav iesniegts.

2. Dalībvalsts iesniedz Komisijai trīsdesmit kalendāro dienu laikā pēc 14. panta 2. punktā minētās atlikuma samaksas 14. panta 1. punkta otrās daļas a) un b) punktā minēto kopsavilkumu.

3. Dalībvalsts divreiz gadā nosūta Komisijai ceturkšņa atskaites, kas nepieciešamas starpmaksājumu saņemšanai saskaņā ar 13. pantu.

Pirmā un otrā ceturkšņa atskaiti nosūta sešdesmit kalendāro dienu laikā, sākot ar ceturkšņa otrās atskaites saņemšanu dalībvalstī, un trešā un ceturkā ceturkšņa atskaiti pievieno šā panta 2. punktā minētajam kopsavilkumam.

Gada atskaite, kas attiecas uz iepriekšējo gadu, var saturēt ceturkā ceturkšņa atskaiti.

4. Trīsdesmit kalendāra dienu laikā pēc atlikuma izmaksāšanas dalībvalsts nosūta Komisijai šā līguma ietvaros veikto izdevumu finanšu pārskatu Komisijas noteiktā formātā, kas izsniegts dalībvalstīm. Šim pārskatam pievieno dalībvalsts motivētu atzinumu par pagājušajā fāzē paredzēto uzdevumu izpildi.

Pārskats apliecina arī to, ka, ņemot vērā pārbaudes, ko veica saskaņā ar 13. panta 2. punktu un 14. panta 2. punktu, visi izdevumi uzskatāmi par pamatotiem atbilstīgi līguma noteikumiem.

4. NODAĻA

PĀRRAUDZĪBA UN KONTROLE

18. pants

Materiālu izmantošana

1. Dalībvalstis pārbauda programmu ietvaros, kas pretendē uz finansējumu saskaņā ar šo regulu, radīto vai izmantoto informācijas un veicināšanas materiālu atbilstību Kopienas noteikumiem.

Tās nosūta Komisijai atzīto materiālu sarakstu.

2. Šā panta 1. punktā minēto programmu ietvaros realizētie un finansētie materiāli, tostarp grafiski, vizuāli un audiovizuāli darbi, kā arī interneta adreses, var tikt izmantoti turpmāk ar Komisijas, piedāvātājas organizācijas vai organizāciju un vienas vai vairāku dalībvalstu, ja tās piedalās programmas finansēšanā, rakstisku piekrišanu, ievērojot līgumslēdzēju tiesības, kas izriet no nacionālās likumdošanas, kam pakļauts līgums.

19. pants

Programmu pārraudzība

1. Pārraudzības grupa, kas paredzēta Regulas (EK) Nr. 2826/2000 10. panta 2. punktā, sanāk regulāri, lai pārraudzītu dažādu programmu, kas finansētas saskaņā ar šo regulu, īstenošanas gaitu.

Šajā nolūkā pārraudzības grupa tiek informēta par katras programmas paredzamo pasākumu grafiku, ceturkšņa un gada

atskaitēm, kā arī veikto pārbaudžu rezultātiem saskaņā ar šīs regulas 13., 14. un 20. pantu.

Pārraudzības grupu vada ieinteresētās dalībvalsts pārstāvis. Gadījumā, kad programmas interesē vairākas dalībvalstis, to vada pārstāvis, ko nozīmē attiecīgās dalībvalstis.

2. Komisijas ierēdņi un darbinieki var piedalīties pasākumos, kas organizēti programmas ietvaros, kas finansēta saskaņā ar šo regulu.

20. pants

Dalībvalstu veiktās pārbaudes

1. Ieinteresētā dalībvalsts nosaka piemērotākos līdzekļus, lai nodrošinātu programmu un pasākumu, kas finansēti saskaņā ar šo regulu, pārbaudi un informē par to Komisiju.

Pārbaudes tiek veiktas katru gadu par vismaz 20 % iepriekšējā gadā pabeigtām programmām un mazākais divām programmām, un pārbaudes aptver vismaz 20 % no kopējā budžeta iepriekšējā gadā pabeigtajām programmām. Programmu izvēle notiek, pamatojoties uz riska analīzi.

Dalībvalsts nosūta Komisijai ziņojumu par pārbaudīto programmu, aprakstot veikto pārbaudžu rezultātus, kā arī atklātās nelikumības. Šis ziņojums pēc tā pabeigšanas tiek iesniegts nekavējoties.

2. Dalībvalsts veic nepieciešamos pasākumus, lai ar tehnisku un grāmatvedības kontroli palīdzību pārbaudītu līgumslēdzējas organizācijas un izpildītājas organizācijas:

a) iesniegtās informācijas un attaisnojošo dokumentu pareizību;

b) 11. panta 1. punktā minētā līguma visu saistību izpildi.

Ja tas nav pretrunā ar Padomes Regulu (EEK) Nr. 595/91⁽¹⁾, dalībvalsts īsākajā termiņā informē Komisiju par jebkuriem veikto pārbaudžu laikā konstatētajiem pārkāpumiem.

3. Ja programmās ieinteresētas vairākas dalībvalstis, tās veic nepieciešamos pasākumus, lai koordinētu savu pārbaudžu darbību, un informē par to Komisiju.

⁽¹⁾ OV L 67, 14.3.1991., 11. lpp.

4. Komisija var jebkurā laikā piedalīties 1. un 3. punktā minētajās pārbaudēs. Šajā nolūkā kompetentās valsts iestādes vismaz trīsdesmit dienas pirms pārbaudēm iesniedz Komisijai paredzamo pārbauzu grafiku, ko veiks dalībvalsts.

Komisija var veikt visa veida papildu kontroles, ko tā atzīst par nepieciešamām.

21. pants

Nelikumīgo maksājumu atgūšana

1. Nelikumīga maksājuma gadījumā tā saņēmējs atmaksā minētās summas, kas palielinātas ar procentiem, ko aprēķina, vadoties no pagājušā laika starp maksājumu un tā atmaksāšanu no saņēmēja puses.

Piemērojama procentu likme tiek noteikta saskaņā ar Regulas (EK, *Euratom*) Nr. 2342/2002 86. panta 2. punkta b) apakšpunktu.

2. Atgūtās summas, kā arī procenti tiek izmaksāti dalībvalstu iestādēm vai maksātājiem dienestiem un tiek atvilkti no izdevumiem, ko finansē ar ELVGF līdzekļiem proporcionāli Kopienas finansējuma daļām.

22. pants

Soda sankcijas

1. Krāpšanas vai nopietnas nolaidības gadījumā piedāvātajai organizācijai jāatmaksā starpība starp sākumā izmaksāto un patiesi pienākošos summu divkārsā apmērā.

2. Ievērojot Padomes Regulas (EK, *Euratom*) Nr. 2988/95 ⁽¹⁾ 6. pantu, šajā regulā paredzētie samazinājumi un izņēmumi tiek piemēroti, ja tas nav pretrunā ar papildu sankcijām, proti, tām, kas piemērojamas saskaņā ar citiem Kopienas tiesību aktiem vai nacionālajām tiesību normām.

Šī regula uzliek saistības kopumā un ir tieši piemērojama visās dalībvalstīs.

Briselē, 2005. gada 1. jūlijā

5. NODAĻA

ATCELŠANA, PĀREJAS UN NOBEIGUMA NOTEIKUMI

23. pants

Regulas (EK) Nr. 94/2002 atcelšana

Regula (EK) Nr. 94/2002 tiek atcelta. Tomēr minētās regulas noteikumi ir piemērojami informācijas un veicināšanas programmām, par kuru finansēšanu Komisija nolēmusi pirms šīs regulas stāšanās spēkā.

Atsauces uz atcelto regulu jāsaprot kā atsauces uz šo regulu.

24. pants

Pārejas noteikumi

1. Attiecībā uz 2005. gadu klāt pie datuma, kas paredzēts 7. panta 1. punkta otrajā daļā, otrais programmu iesniegšanas datums ir noteikts 2005. gada 31. jūlijs.

2. Atkāpjoties no 8. panta 1. punkta pirmās daļas, attiecībā uz 2005. gadu programmām, kas iesniegtas vēlākais 2005. gada 31. jūlijā, pēdējais programmu pagaidu saraksta iesniegšanas datums Komisijai ir 2005. gada 30. septembris.

3. Atkāpjoties no 8. panta 3. punkta, attiecībā uz 2005. gadu iepriekšminētajā punktā minētais Komisijas lēmums tiek pieņemts līdz 2005. gada 15. decembrim.

25. pants

Stāšanās spēkā

Šī regula stājas spēkā septītajā dienā pēc tās publicēšanas *Eiropas Savienības Oficiālajā Vēstnesī*.

Komisijas vārdā —

Komisijas locekle

Mariann FISCHER BOEL

⁽¹⁾ OV L 312, 23.12.1995., 1. lpp.

I PIELIKUMS

PRODUKTU UN TĒMU SARAKSTS

- Svaigi augļi un dārzeņi
- Pārstrādāti augļi un dārzeņi
- Linšķiedra
- Dzīvi augi un dekoratīvās dārzkopības produkti
- Olīveļļa un galda olīvas
- Sēklu eļļas
- Piens un piena produkti
- Svaiga, atdzesēta vai saldēta gaļa, kas ražota saskaņā ar Kopienas vai nacionālās kvalitātes shēmu
- Cilvēka patēriņa olu marķēšana
- Medus un biškopības produkti
- Kvalitatīvi vīni psr, galda vīni ar ģeogrāfiskās izcelsmes norādi
- Grafiski simboli visattālākajiem reģioniem, kā tas noteikts lauksaimniecības likumdošanā
- Aizsargāts(-i) preču cilmes vietas nosaukums(-i) (PDO), aizsargāta(-as) ģeogrāfiskās izcelsmes norāde(-es) (PGI) vai garantēta(-as) tradicionāla(-as) īpatnība(-as) (TSG) saskaņā ar Padomes Regulu (EEK) Nr. 2081/92 ⁽¹⁾ vai Padomes Regulu (EEK) Nr. 2082/92 ⁽²⁾, un produkti, kas reģistrēti šajās shēmās
- Bioloģiska lauksaimniecība saskaņā ar Padomes Regulu (EEK) Nr. 2092/91 ⁽³⁾ un produkti, kas reģistrēti saskaņā ar minēto regulu

⁽¹⁾ OV L 208, 24.7.1992., 1. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 806/2003 (OV L 122, 16.5.2003., 1. lpp.).

⁽²⁾ OV L 208, 24.7.1992., 9. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 806/2003.

⁽³⁾ OV L 198, 22.7.1991., 1. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 2254/2004 (OV L 385, 29.12.2004., 20. lpp.).

II PIELIKUMS

VADLĪNIJAS VIRZĪBAI IEKŠĒJĀ TIRGŪ

Šīs vadlīnijas sniedz ievirzi attiecībā uz saturu, mērķa grupām un instrumentiem, pamatojoties uz ko īstenojamas dažādu produktu kategoriju informācijas vai virzīšanas programmās.

Neskarot prioritātes, kas izvirzītas Regulas (EK) Nr. 2826/2000 6. panta 4. punktu, programmu priekšlikumi principā sagatavojami, ņemot vērā šādus principus:

- gadījumā, kad programmas ierosinājušas vairākas dalībvalstis, ir jābūt saskaņotām stratēģijām, darbībām un saturam,
- labāk, ja ierosinātās programmas ir daudzgadu programmas ar pietiekami plašu darbības jomu, lai jūtam ietekmētu mērķa tirgus. Vajadzības gadījumā tās jāīsteno vairāku dalībvalstu tirgos,
- programmu saturam jābūt tādām, lai tiktu nodrošināta objektīva informācija par produktu raksturīgajām īpašībām un/vai uzturvērtību kā sabalansētas diētas sastāvdaļu, par to ražošanas metodēm vai nekaitību videi un
- lai tiktu izvirzītas galvenās idejas, kas var ieinteresēt vairāku dalībvalstu patērētājus, profesionāļus un/vai tirdzniecības nozares pārstāvjus.

SVAIGI AUGĻI UN DĀRZEŅI

1. Situācijas pārskats

Lai gan Kopienas augļu un dārzeņu ražošanas apjomi pieaug, to patēriņš visumā ir nemainīgs.

Var konstatēt, ka patērētājiem vecumā līdz 35 gadiem raksturīgs intereses trūkums, kas ir izteiktāks skolas vecuma bērniem. Tas kaitē sabalansētai diētai.

2. Mērķi

Mērķis ir uzlabot produktu tēlu kā “svaigu” un “dabīgu” un samazināt vidējo patērētāju vecumu, galvenokārt mudinot jaunus cilvēkus lietot šos produktus.

3. Mērķauditorija

- Jaunas ģimenes vecumā līdz 35 gadiem
- Skolas vecuma bērni, pusaudži un to vecāki
- Sabiedriskās ēdināšanas iestādes un skolas ēdnīcas
- Ārsti un dietologi

4. Galvenās tēmas

- Veicināt “piecas reizes dienā” tipa pieeju (ieteikums ēst vismaz piecas augļu vai dārzeņu porcijas dienā)
- Produkti ir dabīgi un sveigi
- Kvalitāte (drošība, uzturvērtība un garša, ražošanas metodes, vides aizsardzība, saikne ar produkta izcelsmes vietu)
- Baudījums
- Sabalansēta diēta
- Sveigu produktu apgādes dažādība un sezonas raksturs; informācija par to garšu un izmantojumu
- Izsekojamība
- Pieejamība un pagatavošanas vienkāršība: daudziem sveigiem augļiem un dārzeņiem nav nepieciešama gatavošana

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie informācijas avoti (interneta lappuses, kas piedāvā produktus, ar tiešsaistes bērnu spēlēm)
- Informācijas tālruņa līnija
- Sabiedrisko attiecību kontakti ar medijiem un reklāmu (piemēram, specializētiem žurnālistiem, sieviešu presi, jauniešu žurnāliem un avīzēm)
- Kontakti ar ārstiem un dietologiem
- Izglītojoši pasākumi, kas vērsti uz bērniem un pusaudžiem, iesaistot skolotājus un skolas ēdnīcu vadītājus
- Tirdzniecības vietu informācijas akcijas patērētājiem
- Citi informācijas avoti (izdales materiāli un prospekti ar informāciju par produktiem un receptēm, bērnu spēlēm utt.)
- Vizuālie mediji (kino, specializēti TV kanāli)
- Radio raidījumi
- Dalība tirdzniecības gadatirgos

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēnešus, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas nosaka katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

4 miljoni euro

PĀRSTRĀDĀTI AUGĻI UN DĀRZEŅI**1. Situācijas pārskats**

Nozare saskaras ar pieaugošu konkurenci ar vairākām trešām valstīm.

Lai gan pieprasījums pakāpeniski pieaug, it īpaši šo produktu patēriņa vienkāršības dēļ, ir svarīgi, lai Kopienas rūpniecības nozare varētu izmantot šā potenciāla priekšrocības. Tāpēc atbalsts informēšanas un sekmēšanas darbībām ir pamatots.

2. Mērķi

Produkta tēlu nepieciešams modernizēt, padarīt "jauneklīgāku", sniedzot patēriņa veicināšanai nepieciešamo informāciju.

3. Mērķauditorija

- Ģimenes
- Sabiedriskās ēdināšanas iestādes un skolu ēdnīcas
- Ārsti un dietologi

4. GALVENĀS TĒMAS

- Kvalitāte (drošība, uzturvērtība un garša, pagatavošanas metodes)
- Vienkārša izmantošana
- Baudījums
- Apgādes dažādība un pieejamība visa gada garumā
- Sabalansēta diēta
- Izsekojamība

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie informācijas avoti (interneta lappuses)
- Informācija tālruņa līnijā
- Sabiedrisko attiecību kontakti ar medijiem un reklāmu (piemēram, specializētiem žurnālistiem, sieviešu presi, kulinārijas un profesionālo presi)
- Prezentācijas tirdzniecības vietās
- Kontakti ar ārstiem un dietologiem
- Citi informācijas avoti (izdales materiāli un prospekti par produktiem un receptēm)
- Vizuālie mediji
- Dalība tirdzniecības gadatīrgos

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēnešus, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas nosaka katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

2 miljoni euro

LINŠĶIEDRA**1. Situācijas pārskats**

Starptautiskās tekstila un apģērba tirdzniecības liberalizācijas rezultātā Kopienas linšķiedra nonākusi sīvā sāncensībā ar linšķiedru no Kopienas ārpusē, kas tiek piedāvāta par ļoti pievilcīgām cenām. Tā tas ir arī konkurencē ar citām šķiedrām. Tajā pašā laikā tekstila izstrādājumu patēriņš paliek nemainīgs.

2. Mērķi

- Attīstīt Kopienas linšķiedras tēlu un reputāciju un uzsvērt tai raksturīgās īpašības
- Palielināt šā produkta patēriņu
- Informēt patērētājus par jauno, tirgū laisto produktu, īpašībām

3. Mērķauditorija

- Vadošie profesionāļi nozarē (stilisti, dizaineri, izgatavotāji, redaktori)
- Izplatītāji
- Tekstila, modes un interjera dizaina izglītībā iesaistīto loks (skolotāji un studenti)
- Vadošie speciālisti
- Patērētāji

4. Galvenās tēmas

- Produkta kvalitāte rodas nosacījumos, kur tiek ražots neapstrādāts materiāls, adekvātu paveidu izmantošanā un prasmē, kas tiek lietota visos ražošanas posmos
- Kopienas linšķiedra piedāvā plašu produktu klāstu (apģērbi, rotājumi, mājāsaimniecības līni) un lielu kreativitātes un jaunievedumu pārpilnību

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie informācijas avoti (interneta lappuses)
- Profesionālie šovi un gadatirgi
- Informatīvi pasākumi, kas paredzēti pārstrādes sektora lietotājiem (dizaineriem, izgatavotājiem, izplatītājiem, redaktoriem)
- Informācija tirdzniecības vietās
- Attiecības ar preses speciālistiem
- Izglītojoši informatīvi pasākumi modes skolās, tekstila apstrādesursos utt.

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēnešus, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas nosaka katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

1 miljons euro

DZĪVI AUGI UN DEKOTATĪVĀS DĀRKOPĪBAS PRODUKTI**1. Situācijas pārskats**

Apgādes situācija sektorā raksturojama ar pieaugošu konkurenci starp kopienas produktiem un produktiem no trešām valstīm.

Izvērtēšanas pētījumi par virzīšanas kampaņām, kas norisinājās laika posmā no 1997. līdz 2000. gadam, norāda, ka, lai nodrošinātu kopienas produkcijas noietu kopienā, visa ražošana — no ražotāja līdz izplatītājam — ir jāorganizē un jāracionalizē labāk, kā arī ir labāk jāinformē patērētāji par kopienas produktu raksturīgajām īpašībām un dažādību.

2. Mērķi

- Palielināt kopienas izcelsmes ziedu un augu patēriņu
- Veicināt prakses, kas uzlabo vidi un paplašina zināšanas par videi draudzīgām metodēm
- Stiprināt sadarbību starp vairāku dalībvalstu profesionāļiem, pieļaujot, citu starpā, apmaiņu ar visjaunāko informāciju nozarē, un labāk informēt visus ražošanas posmu dalībniekus

3. Mērķauditorija

- Ražotāji, audzētāji, izplatītāji un citi sektora operatori
- Studenti un skolēni
- Vadošie speciālisti: žurnālisti, skolotāji
- Patērētāji

4. Galvenās tēmas

- Informācija par kopienas produktu kvalitāti un dažādību
- Videi draudzīgas ražošanas metodes
- Tehnika, kas paredzēta izturīgāku produktu ražošanai
- Optimāls ziedu un augu veidu sajaukums
- Augu un ziedu loma labklājībā un dzīves kvalitātē

5. Galvenie līdzekļi

- Kontakti ar medijiem
- Gadatirgi un izstādes: stendi, kas pārstāv vairāku dalībvalstu produktus
- Apmācības pasākumi profesionāļiem, patērētājiem un studentiem
- Akcijas zināšanu apmaiņai par lielāku produktu izturību
- Patērētāju informēšanas pasākumi ar preses starpniecību, kā arī ar jauniem pasākumiem, piemēram, katalogu publicēšanu, dārznieku kalendāriem un, iespējams, "mēneša auga" kampaņām
- Palielināts elektronisko mediju izmantojums (internets, CD-ROM utt.)

6. Programmas ilgums

12 — 36 mēneši, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas piedāvā stratēģiju un rūpīgi pamatotus katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

3 miljoni euro

OLĪVEĻĻA UN GALDA OLĪVAS

1. Situācijas pārskats

Lai gan olīveļļas un galda olīvu apgāde atrodas pieauguma stadijā, lai pasargātu kopienas tirgus līdzsvaru, svarīgs ir noiets iekšējos un starptautiskos tirgos. Situācija vietējā pieprasījuma līmenī šiem produktiem plaši mainās starp tradicionāliem patēriņa tirgiem un tiem, kur tie ir samērā jauna parādība.

"Tradicionālā patēriņa" dalībvalstīs (Spānijā, Itālijā, Grieķijā un Portugālē) minētie produkti ir labi zināmi un to patēriņa līmenis ir augsts. Šie ir stabili tirgi, kur jebkura vispārīga pieprasījuma pieauguma izredzes ir ierobežotas, taču, ņemot vērā to pašreizējo olīveļļas patēriņa daļu, tie nozarē joprojām izraisa lielu interesi.

"Jauna patēriņa" dalībvalstīs patēriņš uz cilvēku ir pieaudzis, taču joprojām ir ievērojami zemāks (Kopienā tās sastāvā līdz 2004. gada 30. aprīlim) vai minimāls (lielākajā daļā dalībvalstu, kas pievienojās 2004. gada 1. maijā). Daudzi patērētāji nav informēti par olīveļļas un galda olīvu kvalitātēm un dažādiem pielietojuma veidiem. To izraisa tirgus ar ievērojamu pieprasījuma pieauguma sfēru.

2. Mērķi

- Prioritāte: palielināt patēriņu "jaunā patēriņa" dalībvalstīs, paplašinot iespēšanos tirgū, un pastiprināt izmantošanu, dažādojot šo produktu lietošanu un nodrošinot nepieciešamo informāciju
- Nostiprināt un attīstīt patēriņu "tradicionālā patēriņa" dalībvalstīs, uzlabojot informāciju patērētājiem par mazāk zināmiem aspektiem un iesaistot jaunus cilvēkus produktu pirkšanas ieradumos

3. Mērķauditorija

- Personas, kas atbildīgas par iepirkumiem: "tradicionālā patēriņa" dalībvalstu gadījumā ir vecumā starp 20 un 40 gadiem
- Vadošie speciālisti (gastronomi, šefpavāri, restorāni, žurnālisti) un vispārīga un specializēta prese (gastronomija, sieviešu un dažādu stilu prese)
- Medicīnas prese
- Izplatītāji ("jaunā patēriņa" dalībvalstīs)

4. Galvenās tēmas

- Neapstrādātas olīveļļas gastronomiskajām kvalitātēm un organoleptiskajām raksturiezīmēm (smarža, krāsa, garša) ir nianšes, kas savienotas ar dažādiem veidiem, apvidiem, ražām, PDO/PGI utt. Šī dažādība piedāvā plašu kulinārijas sajūtu un iespēju klāstu
- Dažādas olīveļļas kategorijas
- Olīveļļa tās uzturvērtības kvalitāšu dēļ ir svarīga veselīgas un sabalansētas diētas sastāvdaļa: tā veiksmīgi savieno kulinārijas baudījumu ar veselīgas un sabalansētas diētas prasībām
- Informācija par olīveļļas kontroles, kvalitātes sertifikācijas un marķēšanas noteikumiem
- Informācija par visām olīveļļām un/vai galda olīvām, kas ir reģistrētas kā PDO/GGI viscaur Kopienai
- Galda olīvas ir veselīgs un dabīgs produkts, kas pielāgots gan vienkāršam patēriņam, gan dažādu ēdienu pagatavošanai
- Galda olīvu dažādas raksturiezīmes

Sevišķi "tradicionālā patēriņa" dalībvalstīs:

- Olīveļļa, un it īpaši neapstrādātā augstākās kvalitātes kategorijas eļļa, ir dabīgs produkts, kas radīts saskaņā ar tradīcijām un senām metodēm, kas atbilst smaržu pilnai mūsdienu virtuvei. Olīveļļa viegli var tikt saistīta ne tikai ar Vidusjūras kulināriju, bet arī jebkuru mūsdienu virtuvi,
- padomi attiecībā uz pagatavošanu.

Sevišķi "tradicionālā patēriņa" dalībvalstīs:

- kondicionētas olīveļļas pirkuma priekšrocības (ar marķējumu, kas satur patērētājam nepieciešamu informāciju),
- produkta tēla modernizācija, kam ir gara vēsture un ievērojams vēsturisks apjoms.

Neskarot 4. panta 3. punktu, informācijai par olīveļļas un galda olīvu uzturvērtības kvalitātēm jābūt pamatotai uz vispārīgi pieņemtiem zinātniskiem datiem un jāatbilst prasībām, kas noteiktas Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2000/13/EK⁽¹⁾.

5. Galvenie līdzekļi

- Internets un citi elektroniski līdzekļi (ex CD-ROM, DVD)
- Virzīšana tirdzniecības vietās (degustācija, receptes, informācija)
- Attiecības ar presi un sabiedriskās attiecības (pasākumi, dalība komerciālos gadatirgos utt.)
- Reklāma (vai redakcionāla reklāma) presē (vispārīgā, sieviešu, gastronomijas, dzīves stila)
- Kopīgas akcijas ar medicīnas un vidējās klases medicīnas darbiniekiem (medicīnas sabiedriskās attiecības)
- Audiovizuālie mediji (TV un radio)
- Dalība tirdzniecības gadatirgos

6. Programmu ilgums un sfēra

12 — 36 mēneši, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas piedāvā stratēģiju un rūpīgi pamatotus katra posma mērķus.

Prioritātes statuss tiks piešķirts tām programmām, kas paredzētas īstenošanai vismaz divās "jaunā patēriņa" dalībvalstīs.

⁽¹⁾ OV L 109, 6.5.2000., 29. lpp. Direktīvā jaunākie grozījumi izdarīti ar Direktīvu 2003/89/EK (OV L 308, 25.11.2003., 15. lpp.).

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

4 miljoni euro

SĒKLU EĻĻAS

Šajā sektorā prioritāte tiks piešķirta programmām, kas koncentrējas uz rapšu eļļu vai iepazīstina ar citām sēklu eļļu īpašībām.

Indikatīvs gada budžets sēklu eļļu sektoram:

2 miljoni euro

A. RAPŠU EĻĻA

1. Situācijas pārskats

Jaunās kopējās lauksaimniecības politikas rezultātā rapšu ražošana nesaņem īpašu atbalstu un ir orientēta uz tirgu. Pieaugot ražošanas iespējām un pastāvot kā graudu ražošanas alternatīva, ko raksturo strukturāla pārprodukcija, rapšu eļļas virzība veicinās aramzemes tirgus balansu un dažādu augu eļļu patēriņu Kopienā. Kopiena pagaidām ir rapšu eļļas eksportētāja.

Pēdējās desmitgadēs ir selekcionētas augstas uzturvērtības rapšu šķirnes. Tā rezultātā ir uzlabojusies kvalitāte. Ieviesti tādi jauni produkti kā augsti spiestas rapšu eļļas ar riekstu garšu.

Rapšu eļļas uzturvērtības pētījumi veikti pasaules līmenī; rezultāti ir apstiprinājuši šā produkta labās diētiskās un fizioloģiskās raksturiezīmes. Vispārīgiem praktiķiem, dietologiem, kā arī patērētājiem jābūt informētiem par šiem jaunākajiem pētījumu rezultātiem.

2. Mērķi

- Uzlabot informētību par rapšu eļļas īpašībām un to pašreizējo attīstību
- Palielināt patēriņu, informējot patērētājus un medicīnas speciālistus par rapšu eļļas izmantošanu un uzturvērtību

3. Mērķauditorija

- Ģimenes, it īpaši personas, kas ir atbildīgas par iepirkumiem
- Vadošie speciālisti (žurnālisti, šefpavāri, medicīnas un dietoloģijas speciālisti)
- Izplatītāji
- Medicīnas prese
- Lauksaimniecības pārtikas industrija

4. Galvenās tēmas

- Rapšu eļļas uzturvērtība padara to par daļu no sabalansētas un veselīgas diētas
- Īpašais taukskābju sastāvs rapšu eļļā
- Padomi pagatavošanai
- Informācija par produkta attīstību un tā veidiem

Neskarot 4. panta 3. punktu, informācijai par rapšu eļļas uzturvērtības kvalitātēm jābūt pamatotai ar vispārīgi pieņemtiem zinātniskiem datiem un jāatbilst prasībām, kas noteiktas Direktīvā 2000/13/EK.

5. Galvenie līdzekļi

- Virzīšana tirdzniecības vietās (degustācija, receptes, informācija)
- Reklāma (vai redakcionālas reklāmas) vispārīgā, sieviešu, gastronomijas, dzīvesstila presē
- Sabiedriskās attiecības (pasākumi, dalība pārtikas gadatirgos)
- Kopīgas akcijas ar medicīnas profesionāļiem
- Kopīgas akcijas ar restorāniem, ēdināšanas biznesa pārstāvjiem un šefpavāriem
- Internets

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēneši

B. SAULESPUĶU EĻĻA

Saulespuķu eļļas programmām tiks piešķirta prioritāte tikai, ja un kad to pamatos tirgus nosacījumi.

1. Situācijas pārskats

Kopienā vairāk nekā 2 miljonus hektāru tiek audzētas saulespuķes un saulespuķu sēklu produkcija pārsniedz 3,5 miljonus tonnu gadā. Kopienā patērētā saulespuķu eļļa galvenokārt ir ražota no Kopienā audzētām sēklām. Tomēr pārstrādes apjomu samazināšanās izraisīs ES saulespuķu eļļas produkcijas samazināšanos 2004./2005. tirdzniecības gadā. Cenām pasaules tirgū pieaugot un ievērojot to, ka apgāde, iespējams, nebūs pietiekama, prioritāte netiek piešķirta programmām, kas koncentrējas vienīgi uz saulespuķu eļļu. Tomēr šīs programmas var prezentēt kā daļu programmu kopumā, kas skar vairākas Kopienas izcelsmes sēklu eļļas.

Saulespuķu eļļai kā produktam piemīt noteiktas priekšrocības noteiktiem nolūkiem, piemēram, cepšanai. Tajā arī ir liels nepiesātināto taukvielu un E vitamīna saturs. Kampaņu mērķis ir informēt patērētājus un pārdevējus/izplatītājus par saulespuķu eļļas dažādajiem pielietojumu veidiem, tiem un īpašībām, kā arī par Kopienas likumdošanu attiecībā uz to kvalitāti. Kampaņai jābūt veidotai tā, lai tā sniegtu objektīvu informāciju.

2. Mērķi

Informēt patērētājus un tirdzniecības operatorus par sekojošo:

- dažādi saulespuķu eļļas pielietojumu veidi, tās īpašības un uzturvērtība,
- kvalitātes uzraudzības likumdošana un standarti, marķējuma noteikumi.

3. Mērķauditorija

- Ģimenes, it īpaši personas, kas ir atbildīgas par iepirkumiem
- Vadošie speciālisti (žurnālisti, šefpavāri, medicīnas un dietoloģijas speciālisti)
- Izplatītāji
- Lauksaimniecības pārtikas industrija

4. Galvenās tēmas

Galvenajām programmās skartajām tēmām jānodrošina informācija par:

- saulespuķu eļļas atbilstošas izmantošanas priekšrocībām, piemēram, saulespuķu eļļa, kas ražota no eļļas tipa saulespuķu sēklām, satur daudz E vitamīna, salīdzinot ar citām augu eļļām. Saulespuķu eļļa ir labi pazīstama tās vieglās garšas un cepšanas īpašību dēļ,
- likumdošanu un standartiem, kas kontrolē saulespuķu eļļas kvalitāti,
- saulespuķu eļļas taukskābju saturu un uzturvērtību,
- saulespuķu un citu augu eļļu zinātnisko pētījumu un tehnisko uzlabojumu rezultātiem.

Neskarot 4. panta 3. punktu, informācijai par saulespuķu eļļas uzturvērtības kvalitātēm ir jābūt pamatotai ar vispārīgi pieņemtiem zinātniskiem datiem un jāatbilst prasībām, kas noteiktas Direktīvā 2000/13/EK.

5. Galvenie līdzekļi

- Informatīvu materiālu izplatīšana tirdzniecības vietās (POS un tirdzniecībai)
- Reklāma (vai redakcionāla reklāma) vispārīgajā, kulinārijas, profesionālajā presē
- Sabiedriskās attiecības (pasākumi, dalība pārtikas gadatirgos)
- Internets

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēneši

PIENS UN PIENA PRODUKTI

1. Situācijas pārskats

Šķidrā piena patēriņš ir krities, it īpaši galvenajās patēriņa valstīs, lielākoties dēļ konkurences ar jauniešu bezalkoholiskajiem dzērieniem ("soft drink"). Dažādi piena aizvietotāji pakāpeniski nomaina šķidrā piena patēriņu. Turpretī pastāv vispārīgs piena produktu pieaugums, kas izteikts piena pretvērtībā.

2. Mērķi

- Palielināt šķidrā piena patēriņu tirgos, kur pastāv pieauguma potenciāls, un saglabāt patēriņa līmeņus piesātinātos tirgos
- Palielināt piena produktu patēriņu kopumā
- Veicināt piena un piena produktu patēriņu jaunu cilvēku vidū, jo viņi ir nākamie pieaugušie patērētāji

3. Mērķauditorija

Patērētāji kopumā, koncentrējoties uz:

- bērniem un pusaudžiem, it īpaši meitenēm vecumā no 8 līdz 13 gadiem,
- sievietēm dažādās vecuma grupās,
- vecāka gada gājuma cilvēkiem.

4. Galvenās tēmas

- Piens un piena produkti ir veselīgi un dabīgi, atbilst mūsdienu dzīvei un ir patērētājiem baudāmi
- Pienam un piena produktiem ir specifiska, noteiktām vecuma grupām īpaši labvēlīga uzturvērtība
- Sniegtajai informācijai ir jābūt pozitīvai, un tajā ir jāņem vērā specifiskas patēriņa īpatnības dažādos tirgos
- Pastāv plašs piena produktu klāsts, kas atbilst dažādiem patērētājiem dažādās patēriņa situācijās

- Sniegt informāciju, ir jāpiemin, ka ir pieejama zemāka tauku satura piena un piena produktu izvēle, kas konkrētiem patērētājiem var būt atbilstošāka
- Visas programmas laikā jānodrošina secīgums, sniegt galveno informāciju, lai pārliecinātu patērētājus par regulāra piena un piena produktu patēriņa priekšrocībām

Neskarot 4. panta 3. punktu, informācijai par piena un piena produktu uzturvērtības kvalitātēm jābūt pamatotai ar vispārīgi pieņemtiem zinātniskiem datiem un jāatbilst prasībām, kas noteiktas Direktīvā 2000/13/EK.

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie informācijas avoti
- Informācijas tālruna līnija
- Kontakti ar medijiem un reklāmu (piemēram, specializētiem žurnāliem, sieviešu un jauniešu presi)
- Kontakti ar ārstiem un dietologiem
- Kontakti ar skolotājiem un skolām
- Citi informācijas avoti (izdales materiāli un prospekti, bērnu spēles utt.)
- Prezentācijas tirdzniecības vietās
- Vizuālie mediji (kino, specializēti TV kanāli)
- Radio raidījumi
- Dalība izstādēs un gadatirgos

6. Programmu ilgums un sfēra

12 — 36 mēneši, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas nosaka katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

4 miljoni euro

SVAIGA, ATDZESĒTA VAI SALDĒTA GAĻA, KAS RAŽOTA SASKAŅĀ AR KOPIENAS VAI NACIONĀLO KVALITĀTES SHĒMU

1. Situācijas pārskats

Veselības aizsardzības problēmas, kas ietekmējušas daudzus galvenos dzīvnieku izcelsmes produktus, ir nostiprinājušas vajadzību stiprināt patērētāju uzticību Kopienas gaļas produktiem.

Tas aptver vajadzību sniegt objektīvu informāciju par Kopienas un valsts kvalitātes sistēmām un pārbaudēm, kas tajās ir paredzētas papildus vispārējai likumdošanai par pārbaudēm un pārtikas drošumu. Šie noteikumi un pārbaudes ir papildu garantija, ko nodrošina produktu specifikācijas un papildu pārbaudes struktūras.

2. Mērķi

- Informatīvās kampaņas aptver vienīgi tos produktus, ko ražo saskaņā ar Eiropas kvalitātes sistēmu režīmiem (PDO/PGI/TSG un bioloģiskā lauksaimniecība) un saskaņā ar kvalitātes shēmām, ko dalībvalstis ir atzinušas un kas atbilst kritērijiem, kas definēti Regulas (EK) Nr. 1257/1999 24.b pantā. Neskarot šīs regulas 10. panta 4. punktu, informatīvās kampaņas, ko finansē saskaņā ar šo regulu, nedrīkst finansēt arī saskaņā ar Regulu (EK) Nr. 1257/1999.
- To mērķis ir nodrošināt objektīvu un izsmelšu informāciju par noteikumiem, kas regulē Kopienas un valsts kvalitātes shēmas gaļas produktiem. Tām jāinformē patērētāji, personas, kuru viedoklis ir nozīmīgs citiem, izplatītāji par produkta specifikācijām un faktiskajām pārbaudēm, ko paredz šīs kvalitātes sistēmas.

3. Mērķauditorija

- Patērētāji un to asociācijas
- Personas, kas atbildīgas par mājsaimniecības iepirkumiem
- Institūcijas (restorāni, slimnīcas, skolas utt.)
- Izplatītāji un to asociācijas
- Prese un vadošie speciālisti

4. Galvenās tēmas

- Kvalitātes režīmi garantē īpašu ražošanas metodi un pārbaudes, kas ir stingrākas par tām, kas paredzētas likumdošanā
- Kvalitatīvus gaļas produktus raksturo specifiskas iezīmes vai kvalitāte, kas pārsniedz to, ko nodrošina ierastās tirdzniecības normas
- Kopienas un valsts kvalitātes režīmi ir pārskatāmi un nodrošina pilnīgu produktu izsekojamību
- Gaļas marķējums ļauj patērētājam identificēt kvalitatīvus produktus, to izcelsmes vietu un īpašības

5. Galvenie informācijas avoti

- Internets
- Sabiedriskās attiecības ar medijiem un reklāmas speciālistiem (zinātniskā un specializētā presē, sieviešu un kulinārijas žurnālos)
- Kontakti ar patērētāju asociācijām
- Audiovizuālie mediji
- Rakstiska dokumentācija (brošūras, izdales materiāli utt.)
- Informācija tirdzniecības vietās

6. Programmu ilgums un sfēra

Programmām ir jāsedz vismaz nacionālā sfēra vai dažas dalībvalstis

12 — 36 mēnešus, prioritāti piešķirot daudzgadu programmām, kas nosaka pamatotos katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

4 miljoni euro

PATĒRĪŅAM UN CILVĒKA UZTURĀ PAREDZĒTU OLU MARĶĒŠANA**1. Situācijas pārskats**

Kopš 2004. gada 1. janvāra saskaņā ar Padomes Regulas (EK) Nr. 1907/90 ⁽¹⁾ 7. panta 1. punkta a) apakšpunktu kods, kas identificē ražotāju un sistēmu, kas tiek izmantotas vistu audzēšanā, ir jāuzspiež uz katras olas čaulas, kas paredzētas cilvēku patēriņam. Šim kodam ir jā sastāv no skaitļa, kas identificē lauksaimniecības metodi (0 = organiska, 1 = brīva veida, 2 = kūts, 3 = sprosta), tās dalībvalsts ISO koda, kur atrodas ražošana centrs, un numura, ko ražošanas centram piešķir atbilstošā iestāde.

⁽¹⁾ OV L 173, 6.7.1990., 5. lpp. Regulā jaunākie grozījumi izdarīti ar Regulu (EK) Nr. 2052/2003 (OV L 305, 22.11.2003., 1. lpp.).

2. Mērķi

- Informēt patērētājus par jaunajiem olu marķēšanas standartiem un pilnībā izskaidrot uz olām uzdrukātā koda nozīmi
- Nodrošināt informāciju par olu ražošanas sistēmām ar uz olām uzdrukātā koda palīdzību
- Nodrošināt informāciju par pastāvošajām izsekojamības sistēmām

3. Mērķauditorija

- Patērētāji un izplatītāji
- Vadošie speciālisti

4. Galvenās tēmas

- Publicēt un izskaidrot jauno uz olām uzdrukāto kodu saskaņā ar Komisijas Direktīvu 2002/4/EK ⁽¹⁾ un dažādu olu kategoriju īpašības, uz kurām attiecas šis kods
- Sniegt informāciju, nav jāizceļ kāda no ražošanas metodēm un nav jāizsaka pretenzijas attiecībā uz olu patēriņa iedarbību uz uzturvērtību un veselību. Nav pieļaujama nekāda diskriminācija attiecībā uz olām no dažādām dalībvalstīm

5. Galvenie informācijas avoti

- Elektroniskie informācijas avoti (interneta lappuses utt.)
- Drukātie materiāli (brošūras, izdales materiāli utt.)
- Informācija tirdzniecības vietās
- Reklāma preses un ēdienu žurnālos, sieviešu žurnālos utt.
- Attiecības ar medijiem

6. Programmu ilgums

12 — 24 mēneši

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

2 miljoni euro

MEDUS UN BIŠKOPĪBAS PRODUKTI

1. Situācijas pārskats

Kopienas kvalitatīvā medus un biškopības produktu nozare, kas saņem ļoti nelielu Kopienas atbalstu, saskaras ar pieaugošu globālu konkurenci. Fakts, ka ražošanas izmaksas Kopienā ir augstas, padara situāciju vēl sarežģītāku.

Kopš 2001. gada nozare attiecas uz Padomes Direktīvu 2001/110/EK ⁽²⁾, saskaņā ar kuru marķējums apvieno kvalitāti un izcelsmes vietu. Atbalstītajām programmām jākoncentrējas uz Kopienas medus un biškopības produktiem ar papildu norādi attiecībā uz reģionālo, teritoriālo vai topogrāfisko izcelsmes vietu, vai kvalitātes marķējumiem, kas sertificēti vai nu Kopienā (PDO, PGI, TSG vai "bioloģiskās lauksaimniecības produkts"), vai dalībvalstī.

⁽¹⁾ OV L 30, 31.1.2002., 44. lpp.

⁽²⁾ OV L 10, 12.1.2002., 47. lpp.

2. Mērķi

- Informēt patērētājus par Kopienas biškopības produktu daudzveidību, organoleptiskajām īpašībām un ražošanas nosacījumiem
- Informēt patērētājus par Kopienas nefiltrēto un nepasterizēto medu kvalitātēm
- Palīdzēt patērētājiem saprast Kopienas medus marķējumu un mudināt ražotājus attīstīt to marķējumu skaidrību
- Virzīt medus patēriņu kvalitatīvu produktu virzienā, pievēršot uzmanību to izsekojamībai

3. Mērķauditorija

- Patērētāji, īpašu uzmanību pievēršot cilvēkiem vecumā no 20 līdz 40 gadiem
- Vecāka gadagājuma cilvēki un bērni
- Vadošie speciālisti

4. Galvenās tēmas

- Informācija par Kopienas drošības, ražošanas higiēnas, kvalitātes sertifikācijas un marķējuma likumdošanu
- Medus ir dabīgs produkts, kam pamatā ir tradicionālas un iesakņojušās prasmes un kam ir dažāda veida pielietojums mūsdienīgā virtuvē
- Dažādu ģeogrāfisku un botānisku izcelsmes vietu un/vai dažādu gadalaiku medu lielā daudzveidība
- Padomi lietošanā un uzturvērtība
- Apputekšņēšanas aizsardzība ir svarīga bioloģiskās dažādības saglabāšanai

5. Galvenie līdzekļi

- Reklāma vispārīgajā un specializētājā presē (gastronomija — dzīves stils)
- Internets, kino un citi audiovizuālie mediji (TV, radio)
- Tirdzniecības vietas
- Dalība izstādēs un gadatirgos
- Sabiedriskās attiecības ar sabiedrību, pasākumu organizācija akcijām restorānos un ēdināšanas biznesā
- Informācija skolās (instrukcijas skolotājiem un viesnīcu un restorānu skolu studentiem)

6. Programmu ilgums un sfēra

12 — 36 mēnešus, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas piedāvā stratēģiju un rūpīgi pamatotus katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

1 miljons euro

KVALITATĪVI VĪNI PSR, GALDA VĪNI AR ĢEOGRĀFISKU NORĀDI

1. Situācijas pārskats

Vīna ražošana ir plaša, taču tā patēriņš ir statisks vai pat samazinās noteiktiem vīnu tiptiem, kamēr piegāde no trešām valstīm pieaug.

2. Mērķi

- Palielināt Kopienas vīnu patēriņu
- Informēt patērētājus par Kopienas vīnu daudzveidību, kvalitāti un ražošanas apstākļiem, un zinātnisko pētījumu rezultātiem

3. Mērķauditorija

- Izplatītāji
- Patērētāji, izņemot jaunus cilvēkus un pusaudžus, kas minēti Padomes Rekomendācijā 2001/458/EK ⁽¹⁾
- Vadošie speciālisti: žurnālisti, gastronomijas eksperti
- Viesnīcu un restorānu sektora izglītojošās institūcijas

4. Galvenās tēmas

- Kopienas likumdošana stingri regulē ražošanu, kvalitātes norādes, marķēšanu un tirgvedību, tādā veidā garantējot patērētājiem piedāvāto vīnu kvalitāti un izsekojamību
- Piesaiste, ļaujot izvēlēties no ļoti plaša Kopienas vīnu klāsta no dažādām izcelsmes vietām
- Informācija par Kopienas vīna darīšanu un tās saistību ar reģionāliem un vietējiem apstākļiem, kultūrām un gaumēm

5. Galvenie līdzekļi

- Informatīvie un sabiedrisko attiecību pasākumi
- Izplatītāju un sabiedriskās ēdināšanas iestāžu apmācības akcijas
- Attiecības ar specializētu presi
- Citi informācijas avoti (interneta lappuses, izdales materiāli un brošūras), lai palīdzētu patērētājiem vīnu izvēlē un radītu idejas patēriņam ģimenes un svētku pasākumos
- Gadatirgi un izstādes: stendi, kas apvieno produktus no vairākām dalībvalstīm

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēneši, prioritāti piešķirot daudzgadīgām programmām, kas nosaka katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

3 miljoni euro

⁽¹⁾ OV L 161, 16.6.2001., 38. lpp.

PRODUKTI AR AIZSARGĀTIEM PREČU CILMES VIETAS NOSAUKUMIEM (PDO), AIZSARGĀTĀM ĢEOGRĀFISKĀS
IZCELSMES NORĀDĒM (PGI) UN GARANTĒTĀM TRADICIONĀLĀM ĪPATNĪBĀM (TSG)

1. Situācijas pārskats

Kopienas sistēma produktu nosaukumu aizsardzībai, kas nodrošināta Regulās (EK) Nr. 2081/92 un (EK) Nr. 2082/92, ir prioritāra kopējā lauksaimniecības politikas kvalitātes nodaļas īstenošanai. Tāpēc nepieciešams turpināt iepriekšējos pūliņus kampaņu rīkošanai, kuras aizsargāto nosaukumu produkti un nosaukumi tiek darīti zināmi visām potenciālajām ieinteresētajām personām šo produktu ražošanas, sagatavošanas, tirgošanas un patērēšanas ķēdē.

2. Mērķi

Informācijas un veicināšanas kampaņām nav jācentrējas uz vienu vai tikai ļoti ierobežotu produktu nosaukumu skaitu, bet gan uz nosaukumu grupām vai nu noteiktās produktu kategorijās, vai produktos, kas ražoti vienā vai vairākos reģionos vienā vai vairākās dalībvalstīs.

Šo kampaņu mērķiem jābūt:

- nodrošināt aptverošu informāciju par saturu, funkcionēšanu un Kopienas režīmu raksturu, un it īpaši to efektiem uz produktu rūpniecisko vērtību ar aizsargātiem nosaukumiem, kas iegūst no šīs aizsardzības, ko garantē režīmi,
- uzlabot patērētāju, izplatītāju un pārtikas industrijas profesionāļu zināšanas par Kopienas logotipiem PDO/PGI un TSG produktiem,
- mudināt ražotāju/pārstrādātāju grupas, kas vēl nepiedalās režīmos, izmantot sistēmu, reģistrējot to produktu nosaukumus, kas atbilst reģistrācijas iegūšanas pamatprasībām,
- mudināt attiecīgo reģionu ražotājus/pārstrādātājus, kas vēl nepiedalās režīmos, piedalīties produktu ražošanā, kam ir reģistrēti nosaukumi, apstiprinot specifikācijas un inspekcijas prasības, kas noteikti dažādiem aizsargātiem nosaukumiem,
- stimulēt attiecīgo produktu pieprasījumu, informējot patērētājus un izplatītājus par šo režīmu pastāvēšanu, nozīmību un ieguvumiem, kā arī informējot tos par logotipiem, nosacījumiem, saskaņā ar kuriem tiek piešķirti nosaukumi, atbilstošajām pārbaudēm un kontrolēm, izsekojamības sistēmu.

3. Mērķauditorija

- Ražotāji un pārstrādātāji
- Izplatītāji (lielveikali, vairumtirgotāji, mazumtirgotāji, ēdināšanas iestādes, ēdnīcas, restorāni)
- Patērētāji un to asociācijas
- Vadošie speciālisti

4. Galvenās tēmas

- Produktiem, kam ir aizsargātie nosaukumi, ir īpašas iezīmes, kas saistās ar ģeogrāfisko izcelsmes vietu; PDO produktu gadījumā produktu kvalitāte un īpašības ir īpaši un ekskluzīvi saistītas ar konkrēto ģeogrāfisko vidi (ar tās raksturīgajiem dabīgajiem un cilvēku faktoriem); PGI produktu gadījumā produktiem ir specifiska kvalitāte vai reputācija, kas var tikt attiecināta uz ģeogrāfisko izcelsmes vietu, un ģeogrāfiskajai saiknei ir jāparādās vismaz vienā no ražošanas, pārstrādes vai sagatavošanas posmā.
- TSG produktiem ir specifiskas iezīmes, kas asociējas ar to īpašajām tradicionālajām ražošanas metodēm vai ar tradicionālo izejmateriālu izmantošanu.

- Kopienas PDO, PGI un TSG logotipi ir simboli, kas ir saprotami visā Kopienā kā produkti, kas atbilst īpašiem ražošanas nosacījumiem saistībā ar ģeogrāfisko izcelsmes vietu vai tradīciju, un tie tiek pakļauti kontrolei.
- Citi attiecīgo produktu kvalitātes aspekti (drošība, uzturvērtība, garša, izsekojamība).
- Dažu PDO, PGI vai TSG produktu prezentācija kā paraugs potenciāli veiksmīgam produktu komerciālam uzlabojumam, kuru nosaukumi ir reģistrēti saskaņā ar aizsardzības režīmiem.
- Šie aizsardzības režīmi atbalsta Kopienas kultūras mantojumu un lauksaimnieciskās ražošanas dažādību, kā arī lauku saglabāšanu.

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie (interneta lappuses)
- SA kontakti ar medijiem (specializētu, sieviešu un kulinārijas presi)
- Kontakti ar patērētāju asociācijām
- Informācijas un prezentācijas tirdzniecības vietās
- Audiovizuālie mediji (koncentrējoties uz TV raidījumiem)
- Rakstiska dokumentācija (brošūras, izdales materiāli utt.)
- Dalība tirdzniecības gadatirgos un šovos
- Informatīvie un apmācības semināri/akcijas par Kopienas režīmu PDO, PGI un TSG funkcionēšanu

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēneši. Prioritāte tiks piešķirta daudzgadu programmām, kas piedāvā stratēģiju un rūpīgi pamatotus katra posma mērķus

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

3 miljoni euro

INFORMĀCIJA PAR VISATTĀLĀKO REĢIONU GRAFISKAJĪEM SIMBOLIEM

1. Situācijas pārskats

Šī pamatnostādne skar visattālākos Kopienas reģionus, kas definēti Līguma 299. panta 2. punktā. Ārējās izvērtēšanas pētījums parāda, ka Kopienas 1998./99. gada informatīvo kampaņu par grafiskajiem simboliem (logo) visattālākajiem reģioniem šīs nozares uzņēmēji uztvēra ar lielu interesi.

Rezultātā daži ražotāji un pārstrādātāji centās iegūt to kvalitatīvo produktu apstiprinājumu logo izmantošanai.

Ņemot vērā šīs kampaņas īso darbības laiku, ir vēlams turpināt uzlabot dažādu mērķa grupu logo atpazīstamību, turpinot pasākumus, lai informētu tos par tā nozīmi un ieguvumiem.

2. Mērķi

- Reklamēt logo pastāvēšanu, nozīmi un ieguvumus
- Mudināt ražotājus un pārstrādātājus attiecīgajos reģionos izmantot logo
- Uzlabot logo atpazīstamību izplatītāju un patērētāju vidū

3. Mērķauditorija

- Vietējie ražotāji un pārstrādātāji
- Izplatītāji un patērētāji
- Vadošie speciālisti

4. Galvenās tēmas

- Produkts ir raksturīgs un dabīgs
- Tā izcelsme ir kādā Kopienas reģionā
- Kvalitāte (drošība, uzturvērtība un garša, ražošanas metode, saistība ar izcelsmes vietu)
- Produkta eksotiskā daba
- Apgādes dažādība, ieskaitot ārpus sezonas laikā
- Izsekojamība

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie informācijas avoti (interneta lappuses)
- Informācijas tālruņa līnija
- Sabiedriskās attiecības ar medijiem (piemēram, specializētiem žurnālistiem, sieviešu presi, kulinārijas presi)
- Prezentācijas tirdzniecības vietās, gadatirgos, šovos utt.
- Kontakti ar ārstiem un dietologiem
- Citi informācijas avoti (izdales materiāli, brošūras, receptes utt.)
- Audiovizuālie mediji
- Reklāma specializētā un lokālā presē

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēneši

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

1 miljons euro

BIOLOĢISKĀS LAUKSAIMNIECĪBAS PRODUKTI**1. Situācijas pārskats**

Bioloģiskās lauksaimniecības produktu patēriņš ir īpaši populārs urbanizētās sabiedrības vidū, taču šo produktu tirgus daļa joprojām ir visai ierobežota.

Bioloģiskās lauksaimniecības ražošanas metožu atpazīstamības līmenis patērētāju un ieinteresēto grupu vidū pieaug, taču joprojām ir diezgan zems.

Kopienas Bioloģiskās pārtikas un lauksaimniecības darbības plānā ⁽¹⁾ informācijas un veicināšanas akcijas ir uzskatāmas par galveno līdzekli dabīgās pārtikas pieprasījuma tālākattīstībai.

2. Mērķi

Informācijas un veicināšanas kampaņām nav jākoncentrējas uz vienu vai dažiem atlasītiem produktiem, bet gan uz produktu grupām vai uz bioloģiskās lauksaimniecības režīmiem, kas lietoti vienā vai vairākos reģionos vienā vai vairākās dalībvalstīs.

Šo kampaņu mērķiem ir:

- jāveicina dabīgās pārtikas patēriņš,
- jāuzlabo patērētāju zināšanas par marķējumu, ieskaitot Kopienas dabīgo produktu logo,

⁽¹⁾ KOM(2004) 415 galīgā versija.

- jānodrošina aptveroša informācija un jāpaplašina bioloģiskās lauksaimniecības ieguvumu atpazīstamība, it īpaši attiecībā uz vides aizsardzību, dzīvnieku labklājību, lauku saglabāšanu un lauksaimniecības reģionu attīstību,
- jānodrošina aptveroša informācija par Kopienas bioloģiskās lauksaimniecības režīma saturu un funkcionēšanu,
- jāmudina individuālie ražotāji, pārstrādātāji un ražotāju/pārstrādātāju/mazumtirgotāju grupa, kas vēl nepiedalās bioloģiskajā lauksaimniecībā, pievērsties šai ražošanas metodei; jāmudina mazumtirgotāji, mazumtirgotāju grupas un restorānus pārdot dabīgus produktus.

3. Mērķauditorija

- Patērētāju kopumā, patērētāju asociācijas un specifiskas patērētāju apakšgrupas
- Viedokļa izplatītāji
- Izplatītāji (lielveikali, vairumtirgotāji, specializētie mazumtirgotāji, ēdināšanas iestādes, ēdnīcas, restorāni), pārtikas pārstrādātāji
- Skolotāji un skolas

4. Galvenās tēmas

- Dabīgie produkti ir dabīgi, piemēroti mūsdienu ikdienai un ir baudāmi; tie tiek radīti ar tādām ražošanas metodēm, kas īpaši ievēro vides un dzīvnieku labklājību; bioloģiskā lauksaimniecība atbalsta lauksaimnieciskās ražošanas daudzveidību, kā arī lauku saglabāšanos.
- Produkti tiek pakļauti stingriem ražošanas un pārbaudes noteikumiem, ieskaitot pilnu izsekojamību, lai nodrošinātu, ka produktu izcelsmes vieta ir fermas, kas darbojas saskaņā ar bioloģiskās pārbaudes sistēmu.
- Vārdu “dabīgs”, “ekoloģisks” un “bioloģisks” un to ekvivalentu citās valodās izmantošana attiecībā uz pārtikas produktiem ir aizsargāta ar likumu.
- Kopienas logo ir dabīgo produktu simbols, kas ir saprotams visā Kopienā un kas nosaka, ka produkti atbilst stingriem Kopienas ražošanas kritērijiem un ir izturējuši stingras pārbaudes. Informācija par Kopienas logo var tikt papildināta ar informāciju par logotipiem, kas ieviesti dalībvalstīs.
- Citi attiecīgo produktu kvalitātes aspekti var tikt uzsvērti (drošība, uzturvērtība, garša, izsekojamība).

5. Galvenie līdzekļi

- Elektroniskie (interneta lappuses)
- Informācijas tālruņa līnijas
- Sabiedrisko attiecību kontakti ar medijiem (piemēram, specializētiem žurnālistiem, sieviešu presi, kulinārijas presi, pārtikas industrijas presi)
- Kontakti ar patērētāju asociācijām
- Informācija tirdzniecības vietās
- Akcijas skolās
- Audiovizuālie mediji (koncentrējoties uz TV raidījumiem)
- Rakstiska dokumentācija (brošūras, izdales materiāli utt.)
- Dalība tirdzniecības gadatirgos un šovos
- Informatīvie un apmācības semināri/akcijas par Kopienas bioloģiskās pārtikas un lauksaimniecības režīmu funkcionēšanu

6. Programmu ilgums

12 — 36 mēneši. Prioritāte tiks piešķirta daudzgadīgām programmām, kas piedāvā stratēģiju un rūpīgi pamatotus katra posma mērķus.

7. Indikatīvs gada budžets sektoram

3 miljoni euro
