

**KOMISIJAS REGULA (EK) Nr. 1022/2006**

(2006. gada 5. jūlijs),

ar kuru groza Regulu (EK) Nr. 1071/2005, 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<sup>(1)</sup>, un jo īpaši tās 4. pantu, 5. panta 1. punktu, kā arī 12. pantu,

tā kā:

- (1) Regulas (EK) Nr. 2826/2000 3. pantā noteikti kritēriji to tēmu un produktu noteikšanai, uz kuriem var attiecināt informācijas un/vai veicināšanas pasākumus iekšējā tirgū. Šīs tēmas un produkti ir uzskaitīti Komisijas Regulas (EK) Nr. 1071/2005 I pielikumā<sup>(2)</sup>.
- (2) Atbilstīgi Regulas (EK) Nr. 2826/2000 5. pantam attiecībā uz katru izvēlēto nozari vai produktu jāpieņem pamatnostādnes, kurās noteikti šajās nozarēs veicamo kampaņu galvenie virzieni. Izvēlēto nozaru un produktu pamatnostādnes norādītas Regulas (EK) Nr. 1071/2005 II pielikumā.
- (3) Nesenā putnu gripas krīze destabilizēja mājputnu gaļas nozari, izraisot patērētāju uzticības krīzes radītu strauju patēriņa kritumu. Tāpēc ir lietderīgi šajā nozarē paredzēt iespēju veikt informācijas un/vai veicināšanas pasākumus, lai ilgstoši atjaunotu patērētāju uzticību, jo īpaši sniedzot pietiekamu informāciju.

(4) Tādēļ mājputnu gaļa jāiekļauj veicināmo produktu sarakstā un jāpieņem pamatnostādnes, kurās noteikti šajās nozarēs veicamo kampaņu galvenie virzieni.

(5) Tādēļ attiecīgi jāgroza Regula (EK) Nr. 1071/2005.

(6) Šajā regulā paredzētie pasākumi ir saskaņā ar apvienotās "Lauksaimniecības produktu veicināšanas" pārvaldības komitejas atzinumu,

IR PIENĒMUSI ŠO REGULU.

*1. pants*

Regulu (EK) Nr. 1071/2005 groza šādi:

1) Regulas I pielikumu papildina ar šādu ievilkumu:

“— mājputnu gaļa”.

2) Regulas II pielikumu papildina ar šīs regulas pielikuma tekstu.

*2. pants*

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

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

Briselē, 2006. gada 5. jūlijā

Komisijas vārdā —  
Komisijas locekle  
Mariann FISCHER BOEL

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

<sup>(2)</sup> OV L 179, 11.7.2005., 1. lpp.

## PIELIKUMS

Regulas (EK) Nr. 1071/2005 II pielikumā iekļauj turpmāk minētās pamatnostādnes attiecībā uz mājputnu gaļu:

## "MĀJPUTNU GAĻA

**1. Stāvokļa vispārēja analīze**

Patērētāju uzticības krīze attiecībā uz mājputnu gaļu, kas saistīta ar putnu gripas atspoguļošanu presē, izpaužas ar ievērojamu patēriņa kritumu. Tādēļ ir jāveicina patērētāju uzticēšanās Kopienas izcelsmes mājputnu gaļai.

Lai to panāktu, jāsniedz objektīva informācija par Kopienas ražošanas sistēmām (tirdzniecības normām) un pieprasītajām pārbaudēm papildus vispārējai likumdošanai attiecībā uz pārbaudēm un pārtikas drošību.

**2. Mērķi**

- Informācijas un veicināšanas pasākumu kampaņas attiecas tikai uz ES ražotiem produktiem.
- To mērķis ir:
  - nodrošināt objektīvu un pilnīgu informāciju par Kopienas un valsts ražošanas sistēmu noteikumiem mājputnu gaļas produktu drošībai; it īpaši patērētājiem jāsniedz pilnīga un precīza informācija par tirdzniecības normām,
  - informēt patērētājus par mājputnu gaļas dažādību, organoleptiskajām īpašībām un uzturvērtību,
  - pievērst patērētāju uzmanību izsekojamībai.

**3. Mērķgrupas**

- Patērētāji un patērētāju apvienības
- Atbildīgās personas par iepirkumiem mājāsaimniecībās
- Iestādes (restorāni, slimnīcas, skolas utt.)
- Izplatītāji un izplatītāju apvienības
- Žurnālisti un sabiedriskās domas veidotāji

**4. Galvenās idejas**

- Kopienas noteikumi attiecas uz visu ES teritorijā realizēto mājputnu gaļu, aptverot visu ražošanas, kaušanas un patēriņa ķēdi.
- Ieviesti drošības nodrošināšanas pasākumi, tostarp pārbaudes.
- Vispārēji ieteikumi par higiēnu attiecībā uz dzīvnieku izcelsmes pārtikas produktu apstrādi.

**5. Galvenie informācijas kanāli**

- Internets
- Sabiedrisko attiecību pasākumi ar plašsaziņas līdzekļiem un reklāmu (zinātniskā un specializētā prese, sieviešu žurnāli, laikraksti, kulinārijas žurnāli)
- Kontakti ar patērētāju apvienībām
- Audiovizuālie saziņas līdzekļi
- Rakstiski dokumenti (bukleti, brošūras u. c.)
- Informācija tirdzniecības vietās

**6. Programmu ilgums un apjoms**

Programmām jābūt vismaz valsts mērogā vai jāattiecas uz vairākām dalībvalstīm.

Divpadsmit līdz divdesmit četri mēneši, priekšroku dodot daudzgažu programmām, kurās katram posmam noteikti pamatotī mērķi."

---