

**VERORDENING (EG) Nr. 1022/2006 VAN DE COMMISSIE**

**van 5 juli 2006**

**tot wijziging van Verordening (EG) nr. 1071/2005 houdende uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 2826/2000 van de Raad betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt**

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap,

Gelet op Verordening (EG) nr. 2826/2000 van de Raad van 19 december 2000 betreffende voorlichtings- en afzetbevorderingsacties voor landbouwproducten op de binnenmarkt <sup>(1)</sup>, en met name op artikel 4, artikel 5, lid 1, en artikel 12,

Overwegende hetgeen volgt:

- (1) In artikel 3 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 zijn de criteria vastgesteld voor de selectie van de thema's en producten die in aanmerking komen voor voorlichtings- en afzetbevorderingsacties op de binnenmarkt. De lijst van deze thema's en producten is opgenomen in bijlage I bij Verordening (EG) nr. 1071/2005 van de Commissie <sup>(2)</sup>.
- (2) Overeenkomstig artikel 5 van Verordening (EG) nr. 2826/2000 moeten voor elk van de in aanmerking genomen sectoren of producten strategieën worden vastgesteld die de algemene richtsnoeren omvatten voor de in deze sectoren te realiseren campagnes. De richtsnoeren voor de in aanmerking te nemen sectoren en producten staan in bijlage II bij Verordening (EG) nr. 1071/2005.
- (3) De sector vlees van pluimvee is door de recente vogelgriepcrisis gedestabiliseerd, aangezien de vertrouwenscrisis die daardoor bij de consumenten is ontstaan, heeft geleid tot een aanzienlijke daling van de consumptie. Het lijkt derhalve opportuun te bepalen dat in deze sector voorlichtings- en/of afzetbevorderingsacties moeten kunnen worden gehouden met het oog op het duurzame

herstel van het vertrouwen van de consument, met name via adequate voorlichting.

- (4) Vlees van pluimvee moet dus worden opgenomen in de lijst van producten waarvoor verkoopbevordering nodig is en er moeten ook strategieën worden vastgesteld die de algemene richtsnoeren omvatten voor de in die sector te voeren campagnes.
- (5) Verordening (EG) nr. 1071/2005 moet derhalve worden gewijzigd.
- (6) De in deze verordening vervatte maatregelen zijn in overeenstemming met het advies van het gezamenlijke Comité van beheer „Afzetbevordering van landbouwproducten”,

HEEFT DE VOLGENDE VERORDENING VASTGESTELD:

*Artikel 1*

Verordening (EG) nr. 1071/2005 wordt als volgt gewijzigd:

- 1) In bijlage I wordt het volgende streepje toegevoegd:

„— vlees van pluimvee”.

- 2) Aan bijlage II wordt de tekst van de bijlage bij de onderhavige verordening toegevoegd.

*Artikel 2*

Deze verordening treedt in werking op de zevende dag volgende op die van haar bekendmaking in het *Publicatieblad van de Europese Unie*.

Deze verordening is verbindend in al haar onderdelen en is rechtstreeks toepasselijk in elke lidstaat.

Gedaan te Brussel, 5 juli 2006.

*Voor de Commissie*  
Mariann FISCHER BOEL  
*Lid van de Commissie*

<sup>(1)</sup> PB L 328 van 23.12.2000, blz. 2. Verordening laatstelijk gewijzigd bij Verordening (EG) nr. 2060/2004 (PB L 357 van 2.12.2004, blz. 3).

<sup>(2)</sup> PB L 179 van 11.7.2005, blz. 1.

## BIJLAGE

Aan bijlage II bij Verordening (EG) nr. 1071/2005 worden de navolgende richtsnoeren ten aanzien van pluimveevlees toegevoegd:

## „PLUIMVEEVLEES

**1. Algemene analyse van de situatie**

De vertrouwenscrisis die bij de consument ten aanzien van pluimveevlees is ontstaan als gevolg van de aandacht in de media voor de vogelgriep heeft geresulteerd in een aanzienlijke daling van de consumptie. Het vertrouwen van de consument in pluimveevlees van communautaire oorsprong moet derhalve worden versterkt.

Daartoe moet objectieve informatie worden verstrekt over de communautaire productiesystemen (handelsnormen) en de daarmee gepaard gaande controles die bovenop de algemene regelgeving over controles en voedselveiligheid moeten worden verricht.

**2. Doelstellingen**

- De voorlichtings- en verkoopbevorderingscampagnes beperken zich tot in de EU geproduceerde producten.
- De campagnes moeten gericht zijn op:
  - het verstrekken van objectieve en volledige informatie over de communautaire en de nationale productiesystemen voor pluimveevleesproducten; de consument moet met name volledig en nauwkeurig worden geïnformeerd over de handelsnormen;
  - het informeren van de consument over de verscheidenheid en de organoleptische kwaliteit en de voedingswaarde van pluimveevlees;
  - de aandacht van de consument vestigen op de traceerbaarheid van pluimveevlees.

**3. Belangrijkste doelgroepen**

- Consumenten en consumentenverenigingen
- Voor de inkopen van huishoudens verantwoordelijke personen
- Instellingen (restaurants, ziekenhuizen, scholen, enz.)
- Distributeurs en verenigingen van distributeurs
- Pers en opiniemakers.

**4. Belangrijkste boodschappen**

- Voor pluimveevlees dat op het grondgebied van de EU in de handel wordt gebracht, bestaat communautaire regelgeving voor wat betreft de hele keten van productie en slacht tot bij de consument.
- Er worden veiligheidsmaatregelen toegepast, met inbegrip van controles.
- Algemeen advies met betrekking tot hygiëne bij het omgaan met levensmiddelen van dierlijke oorsprong.

**5. Belangrijkste hulpmiddelen**

- Internet
- PR met de media en reclame (wetenschappelijke en gespecialiseerde pers, vrouwenbladen en culinaire bladen)
- Contacten met consumentenverenigingen
- Audiovisuele media
- Drukwerk (folders, brochures, enz.)
- Voorlichting bij verkooppunten.

**6. Looptijd en reikwijdte van de programma's**

De programma's moeten ten minste een nationaal bereik hebben of meerdere lidstaten bestrijken.

12 tot 24 maanden, met een voorkeur voor meerjarenprogramma's waarin voor iedere fase gemotiveerde doelstellingen zijn omschreven.”

---